

# INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS, SIGNOS COLETIVOS E DESENVOLVIMENTO LOCAL/REGIONAL

*Volume 2*

Adriana Carvalho Pinto Vieira  
Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani  
Kelly Lissandra Bruch  
Liliana Locatelli  
Ludimila Cesar Moura Gaspar  
(Orgs.)



**INDICAÇÕES  
GEOGRÁFICAS,  
SIGNOS COLETIVOS E  
DESENVOLVIMENTO  
LOCAL/REGIONAL**

**VOL. 2**





**Editor**

Francine Zanin Bagatini

**Conselho Editorial**

Dra. Janaína Rigo Santin

Dr. Edison Alencar Casagrande

Dr. Sérgio Fernandes Aquino

Dra. Cecília Maria Pinto Pires

Dra. Ironita Policarpo Machado

Dra. Gizele Zanotto

Dr. Victor Machado Reis

Dr. Wilson Engelmann

Dr. Antonio Manuel de Almeida Pereira

Dr. Eduardo Borba Neves

**Editora Deviant LTDA**

Rua Clementina Rossi, 585.

Erechim-RS / CEP: 99704-094

[www.editoradeviant.com.br](http://www.editoradeviant.com.br)



Adriana Carvalho Pinto Vieira  
Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani  
Kelly Lissandra Bruch  
Liliana Locatelli  
Ludimila Cesar Moura Gaspar  
*(Organizadoras)*

**INDICAÇÕES  
GEOGRÁFICAS,  
SIGNOS COLETIVOS E  
DESENVOLVIMENTO  
LOCAL/REGIONAL**



Editora Deviant  
2019

Copyright © Editora Deviant LTDA

Categoria: Direito

**Produção Editorial**  
Editora Deviant LTDA

Todos os Direitos Reservados

**ISBN**  
978-85-5324-043-2

Impresso no Brasil  
*Printed in Brazil*

V658 Vieira, Adriana Carvalho Pinto.

Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local/Regional - Vol. 2 / Adriana Carvalho Pinto Vieira, Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani, Kelly Lisandra Bruch, Liliana Locatelli, Ludimila Cesar Moura Gaspar - Erechim: Deviant, 2019.

485 p. 23 cm.

ISBN: 978-85-5324-043-2

1. Direito. I. Título.

CDD 340

# CAPÍTULO 7

---

---

## DESENVOLVIMENTO REGIONAL E INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DE CAFÉ NO BRASIL: PERSPECTIVAS PÓS-REGISTRO

**Adriana Carvalho Pinto Vieira**

Professora Colaboradora da Universidade Estadual de Ponta Grossa-PR, Pós-Doutoranda Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Campus de Tupã-SP, Pesquisadora Colaboradora INCT/PPED/UFRJ

**Valdinho Pellin**

Pesquisador do Núcleo de Políticas Públicas do PPGDR/FURB

**Liliana Locatelli**

Professora e Pesquisadora da Graduação e Pós-Graduação em Direito da URI/FW e UNOESC/SMO

**Kelly Lissandra Bruch**

Professora Doutora CEPAN/Universidade Federal do Rio Grande do Sul/RS

## INTRODUÇÃO

As discussões voltadas à importância do estímulo ao desenvolvimento regional no Brasil têm se fortalecido, na medida que se incorporam a essas discussões algumas contribuições que produtos tradicionais poderiam oferecer ao desenvolvimento de regiões, sobretudo aquelas regiões fragilizadas economicamente. Trata-se, portanto, de considerar especificidades locais nas discussões sobre o desenvolvimento regional e na elaboração de estratégias e políticas públicas direcionadas ao estímulo deste desenvolvimento.

Nesta dinâmica conjuntura, emergem debates relacionadas a possíveis contribuições e desafios que Indicações Geográficas (IGs) oferecem ao desenvolvimento regional. Neste cenário, infere-se que as IGs podem agregar valor aos produtos e facilitar o acesso a novos mercados, ao mesmo tempo em que valorizam tradições locais associadas ao fortalecimento de uma identidade cultural própria da região.

Há relativo consenso entre pesquisadores no Brasil, que em função de suas características, principalmente a miscigenação de sua cultura, o território possui grande potencial para reconhecimento de produtos com IG. E, entre estes produtos em potencial, destaca-se o café.

O café tem importância significativa na economia brasileira, e por muitos anos é um dos principais produtos na pauta exportadora do Brasil. Recentemente, o mercado de café mundial vem se transformando, emergindo uma preferência dos consumidores por cafés especiais, que valorizam aspectos como origem e qualidade (GIESBRECHT et al., 2014).

Neste contexto, e a partir de discussões ancoradas na relação entre indicações geográficas e desenvolvimento regional em experiências do café, o artigo pretende: (i) trazer noções introdutórias sobre desenvolvimento regional e aspectos jurídicos das indicações geográficas; (ii) caracterizar a cadeia de café no Brasil; (iii) apresentar dados sobre a percepção os produtores de café brasileiros com IG após reconhecimento desse signo pelo INPI, identificando benefícios e desafios.

Metodologicamente a pesquisa é classificada, quanto aos fins, como exploratória e, quanto aos meios, como um estudo de caso na medida em que se propõe a analisar elementos relacionados especificamente às experiências de IGs de café no Brasil e sua relação com o desenvolvimento regional. A sistematização e análise de dados ocorreu através de tratamento na forma de categorias analíticas/operativas, relacionando as respostas obtidas com os objetivos estabelecidos.

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se questionários semiestruturado, enviados por correio eletrônico aos representantes das cinco indicações geográficas de café concedidos registros pelo INPI, no território brasileiro (uma no Paraná, duas em São Paulo e duas em Minas Gerais): Indicação de Procedência Norte Pioneiro, Indicação de Procedência Alto Mogiana, Indicação de Procedência Região de Pinhal, Indicação de Procedência de Mantiqueira de Minas e Denominação de Origem Cerrado Mineiro.

De acordo com os objetivos apresentados acima, além da introdução, o artigo é estruturado em cinco partes distintas. A primeira parte apresenta uma sucinta conceituação de desenvolvimento regional a partir da evolução de suas principais teorias. Na sequência o artigo procura discutir as IGs como signo distintivo, compreendendo os parâmetros legais que a regulam no Brasil. A terceira parte procura contextualizar a cadeia de café no Brasil. Na sequência, são apresentados e discutidos os dados obtidos à luz dos objetivos destacados. Finalmente, na quinta parte, são apresentadas as considerações finais.

## **1. DESENVOLVIMENTO REGIONAL: UMA BREVE CONCEITUAÇÃO**

A partir de uma abordagem histórica é possível explicar a evolução do conceito de desenvolvimento regional, seguindo as teorias sobre esse tema. Tais teorias são divididas em três grupos e períodos distintos, assim apresentados por Fochezatto (2010).



As teorias tradicionais da localização industrial pertencem ao primeiro grupo. Naquele momento, a preocupação era definir modelos de localização de forma a minimizar os custos dos transportes. Eram teorias estáticas e se limitavam a quantificar custos e lucros na determinação da ótima localização da firma em determinada região.

As teorias do segundo grupo enfatizavam interdependências setoriais como fator de localização das firmas e desenvolvimento da região. Incorporava-se nestas teorias a ideia de economias externas, mecanismos dinâmicos de auto reforço endógeno. As teorias passavam a olhar a região em seu conjunto, a estrutura produtiva com suas interligações comerciais e tecnológicas, indo além da preocupação com localização individual das firmas. Neste grupo, três teorias<sup>19</sup> se destacavam: polos de crescimento de Perroux, causação circular cumulativa de Myrdal e teoria dos efeitos de encadeamento para trás e para frente de Hirschman.

Finalmente, no terceiro grupo<sup>20</sup> destacaram-se duas abordagens distintas: por um lado buscava-se explicar o fenômeno da localização industrial a partir da concentração do mercado de trabalho, oferta de insumos especializados e intercâmbio tecnológico. Por outro lado, procurava-se atribuir papel importante aos agentes locais na organização dos fatores e coordenação do processo cumulativo.

Com a evolução das teorias, o conceito de desenvolvimento regional também sofreu mudanças. Souza e Theis (2009) conceituam desenvolvimento regional como processo de desenvolvimento socialmente equitativo e ecologicamente prudente, apoiado na democratização em todas as escalas, participação ativa da

---

19 Em termos normativos, essas teorias deram suporte a políticas de desenvolvimento regionalizado, adotadas tanto no âmbito federal quanto estadual. No caso federal pode-se citar a implantação de grandes projetos estruturantes nas diferentes regiões, com vistas a complementar a matriz produtiva nacional e/ou reduzir as desigualdades espaciais. No âmbito estadual, elas deram e continuam dando suporte às políticas de atração de novos investimentos, principalmente oriundos do setor industrial. Em geral, esses investimentos são atraídos por isenções fiscais, sendo que é dada prioridade àqueles com maior poder de encadeamento intersetorial e que complementem a matriz produtiva regional (FOCHEZATTO, 2010 p. 166).

20 Este terceiro grupo era representado por autores como Becattini e Storper, Krugman e incorporavam externalidades dinâmicas marshallianas.

cidadania na definição de seu paradigma societário, na completa soberania dos sujeitos na escolha do seu futuro.

Siedenberg (2006) aprofunda a discussão incluindo e destacando a importância da dimensão econômica. Para o autor, o desenvolvimento regional associa-se às mudanças sociais e econômicas que ocorrem em determinado espaço destacando também a inter-relação destas variáveis com outros elementos e estruturas presentes na região.

Esta dimensão econômica também é reforçada por Boisier (1996), ao considerar que desenvolvimento de uma região pressupõe existência de um processo de crescimento econômico, que pode caracterizar-se pelos seguintes atributos simultaneamente: (i) um crescente processo de autonomia regional de decisão, ou seja, a região definindo seu próprio estilo de desenvolvimento, utilizando para isso os instrumentos de política necessários; (ii) uma crescente capacidade regional para apropriar-se de, pelo menos, parte do excedente econômico ali gerado a fim de reinvesti-lo na própria região, diversificando assim sua base econômica e oferecendo sustentabilidade de longo prazo ao seu crescimento; (iii) um crescente movimento de inclusão social e de participação da população nas decisões de competência da região; (iv) um crescente processo de conscientização e mobilização social em torno da proteção ambiental e de manejo racional dos recursos naturais da região; e, (v) uma crescente auto percepção coletiva de “pertencimento” regional, ou seja, de identificação da população com sua região.

Portanto, é necessário entender desenvolvimento regional como processos de transformações econômicas, sociais e políticas, cuja dinâmica é impressa de dentro e por iniciativa própria dos agentes locais (BECKER, 2001).

E o processo de transformação econômica, social e política cuja dinâmica é construída a partir do local e com participação ativa de seus atores, sendo imprescindível a interação entre estes, bem como mobilização dos agentes econômicos locais. Há, portanto, uma relação com o endógeno e capacidade dos atores de mobilizar ativos territoriais. Trata-se inclusive, de considerar potencialidades locais no momento de discutir e implementar estratégias de desenvolvimento regional (PELLIN, 2016).

Ainda, ao se perguntar quais fatores determinam o desenvolvimento regional, Cardoso e Ribeiro (2002) afirmam que por muito tempo foi ponto assente na teoria econômica o fato de investimentos em capital físico e humano, assim como em inovação tecnológica, serem os principais fatores de expansão econômica de determinada região. Essa abordagem deixava de lado fatores endógenos como: culturais, psicológicos, sociais que contribuem de forma decisiva para dinâmica empresarial e incremento da riqueza, não só física, mas também humana de um território. Segundo os autores, o desenvolvimento regional dependerá não só do incremento de agregados econômicos, mas também de fatores relacionados à cultura, ambiente, interação entre atores sociais e motivação dos agentes econômicos locais.

Desta forma, para além da lei da fatalidade e dos determinismos históricos e econômicos compreende-se que regiões e lugares, a partir de suas especificidades e potencialidades, podem encontrar formas de transformação de suas realidades, em busca de melhoria da qualidade de vida, a partir dos processos globais (CALDAS, 2003). Nesta mesma direção Aydalot (1985 p.109) também defende a relação entre recursos locais e desenvolvimento ao afirmar que “é no cenário local, por meio da valorização dos recursos locais e com a participação da população, que o desenvolvimento poderá realmente responder às necessidades da população”.

Diante dessas discussões surgem as Indicações Geográficas (IGs) como estratégia para estímulo ou fortalecimento do desenvolvimento regional. Segundo Dullius (2009), por estarem pautadas nos saberes, modo de ser e de fazer local, o reconhecimento de produtos e serviços com IG serve de apoio para preservação do patrimônio material e imaterial. Em razão disso, representam importante ferramenta para desenvolvimento regional ao permitir que regiões promovam produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos na referida região.

## 2. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS: ASPECTOS JURÍDICOS

Não obstante as potencialidades citadas das IGs de instrumentalizarem ou fortalecerem o desenvolvimento territorial, a *priori* elas surgem como uma ferramenta de informação e diferenciação de produtos e serviços no mercado de consumo. Existem diversas estratégias que as empresas podem se utilizar para inserir seus estabelecimentos, produtos ou serviços no mercado de consumo. Dentre essas, tem-se os nomes de estabelecimento comerciais, os nomes de domínio, as marcas com diferentes acepções, as indicações geográficas, entre outros.

Esses sinais distintivos permitem que os fornecedores de produtos ou serviços se diferenciem dos concorrentes, quer seja quanto à qualidade, à origem, ao preço ou a outros elementos mais subjetivos que atuam no campo simbólico da relação de consumo. São, assim, ferramentas importantes para que o consumidor reconheça, no amplo rol de ofertas hoje disponíveis, os produtos ou serviços que lhe interessam, bem como as características e qualidades que reputa importantes nos mesmos.

Esses signos podem ser desde nomes fantasias que apenas identificam as diferentes empresas fornecedoras – marcas de produtos ou serviços – ou podem atestar uma qualidade ou método de produção específico, como as marcas de certificação.

As indicações geográficas (IG) se inserem nesses sinais ou signos distintivos como instrumentos que permitem que o consumidor identifique a origem do produto ou serviço e, quando for o caso, características ou qualidades decorrentes dessa origem. São signos que surgiram na Europa, refletindo a valorização à origem geográfica e às tradições e cultura envolvidas em tais bens.

Para melhor compreender esses signos e suas potencialidades, importa analisar, sucintamente, sua regulamentação legal. No Brasil, a legislação consolidou as indicações geográficas como gênero do qual fazem parte a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A legislação não conceitua, então, o que seja uma *indicação geográfica*, mas o faz por meio dessas duas

espécies. Observe-se as diferenças entre os dois signos nos termos do texto legal, Lei nº. 9.279/1996, art. 177-178, de acordo com o **Erro! Fonte de referência não encontrada.**

Quadro 1 : Diferenças entre os dois signos nos termos da Lei nº 9.279/96

Indicação de Procedência	Denominação de Origem
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.	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.

Fonte: elaborado pelos autores a partir da Lei nº 9.279/96.

A IP requer que o meio de origem tenha conquistado notoriedade ou reconhecimento em razão da produção de um dado bem ou da prestação de um serviço. O elemento que confere a proteção legal é, assim, que esse local tenha se “tornado conhecido” como centro produtor ou prestador. Não raramente se observa, em casos nacionais, que há características ou qualidades nos produtos decorrentes desse meio geográfico, as quais ensejaram a notoriedade do local, contudo, a existência dessas ou sua comprovação não é requisito inerente a uma Indicação de Procedência. Aliás, esse é o elemento que diferencia a IP da DO.

A Denominação de Origem requer, então, que se comprovem qualidades ou características específicas relacionadas/decorrentes dos fatores naturais ou humanos do meio geográfico de origem.

O órgão responsável pelo registro, bem como por estabelecer as condições para tal, é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI (Lei nº. 9.279/1996, art.182). Atualmente são 72 Indicações Geográficas registradas, sendo 52 Indicações de Procedência (nacionais) e 20 Denominações de Origem, destas 9 estrangeiras<sup>21</sup>.

Consoante, às diferenças apontadas para cada signo a titularidade do direito de uso da IP é de todo produtor ou prestador estabelecido na área demarcada.

<sup>21</sup> Dados atualizados até maio de 2019.

Já na DO, se requer também que atenda aos requisitos de qualidade que vinculam esse produto ou serviço ao meio geográfico de origem. (Lei n.º 9.279/1996, art. 182)

Não se pode confundir a titularidade do direito de uso das Indicações Geográficas com a legitimidade para solicitar o registro. Considerando-se tratar de um direito pleiteado, em regra, por uma coletividade, faz-se necessário uma pessoa jurídica que os represente. Nesses termos, a Instrução Normativa n.º 95/2018 em seu art. 5º regula que qualquer entidade que possua competência legal para atuar na qualidade de substituto processual pode requerer o registro em nome dos produtores/prestadores, como as associações e sindicatos.

Essa nova normativa do INPI, de 2018, inova ao estabelecer outros critérios para essa entidade, tendo em vista a necessária representatividade que essa deve ter. Dentre tais critérios tem-se a obrigatoriedade de estar estabelecida no território da IG e ser composta (quadro social) total ou predominantemente por participantes da cadeia produtiva do produto ou serviço em questão, além de outros requisitos formais. (art. 5º, 7º). Por outro lado, prevê expressamente que não é requisito obrigatório para o uso da IG que o produtor/prestador esteja vinculado a esta entidade, eis que a lei não o faz ao dispor expressamente o requisito para o uso desse signo, conforme explicado acima (art. 5º, 6º).

Neste aspecto, importa observar que, ainda que no caso da IP a lei somente exija que os produtores/prestadores estejam estabelecidos na área geográfica demarcada para terem a prerrogativa do uso, a IN vigente exige o cumprimento do caderno de especificações técnicas e respectivo controle, tanto para a IP quanto para a DO<sup>22</sup> (art. 6º).

A atual normativa do INPI, que estabelece as condições de registro, ainda inova possibilitando o registro de nomes gentílicos, além do nome geográfico (literal), assim como, permite a inclusão do nome do produto (art. 2º, 3º), consolidando prática recente do instituto.

Outra questão que passou a ser regulada atendendo às demandas do setor foi a possibilidade de alterações no Caderno de Especificações Técnicas. As IGs

---

<sup>22</sup> A IN vigente (INPI IN n. 95/2018) passou a denominar o Regulamento de Uso como Caderno de Especificações Técnicas.

integram um processo dinâmico em que, não raramente as condições naturais e fatores humanos envolvidos, sofrem alterações. Assim, impedir mudanças nos regulamentos das IGs, seria obstaculizar esse movimento natural. Entretanto, sem dúvida, há que se estabelecer limites, uma vez que as alterações não podem descaracterizar o produto ou serviço e o motivo que ensejou a proteção como Indicação Geográfica.

Neste sentido, a IN n°. 95/2018 elenca condições, como o prazo mínimo de 24 meses após o registro, além de itens que podem (ou não) ser alterados, exigindo a devida justificativa fundamentada. Dentre as possibilidades de alteração estão o nome geográfico, a área delimitada, as especificações técnicas da IG e a espécie (IP ou DO), segundo os arts. 15 e 16.

Quanto ao último item – espécie de IG, a IN em tela previu a possibilidade de fungibilidade do pedido de registro, desde que não prejudique ou exclua produtores ou prestadores. Neste caso, não se permite a convivência do registro anterior com o posterior (art. 20)

Outra questão importante é a exigência de controle na IG. A IN n°. 95/2018 não estabelece a forma de controle, mas o elenca como requisito para o uso do signo geográfico, conforme referido. A normativa solicita que o pedido de registro seja acompanhado da “descrição do mecanismo de controle” sobre os produtores/prestadores, assim como sobre o produto ou serviço objeto da IG. (art. 7°, alínea f), tendo em vista os respectivos Cadernos de Especificações Técnicas e as exigências para cada espécie de IG.

Para além do registro, faz-se relevante mencionar a proteção aos direitos dos titulares das IGs no Brasil. A legislação de propriedade industrial dispõe como crimes: i) a falsa indicação geográfica, o que em tese coíbe qualquer uso falso tanto do nome (origem), quanto das características que a determinam; ii) o uso de termos retificativos, desde que não ressalvada a verdadeira procedência; iii) uso de sinais ou informações que indiquem procedência não verdadeira. (Lei n°. 9.279/1996, art. 192 - 194).

Tal proteção não se evidencia suficiente para resguardar os direitos dos titulares, demonstrando mais preocupação com os interesses dos consumidores,

como nas situações em que se permitem termos retificativos, uma vez que tal permissão corrobora para a generalização do nome e a perda do seu caráter distintivo.

Há ainda a regulação da concorrência desleal (Lei n.º 9.279/1996, art. 195) que pode ser aplicável à matéria. Porém, algumas práticas como o aproveitamento parasitário não estão devidamente reguladas por esses dispositivos, abrindo uma margem para a interpretação dos julgadores, especialmente quando se usa indevidamente da notoriedade de um nome fora de uma relação concorrencial direta ou indireta. (LOCATELLI, 2018)

Nestes termos, com o avanço do processo de reconhecimento de IGs nacionais e sua consolidação no mercado de consumo, há que se atentar para parâmetros legais que protejam de forma efetiva não somente os consumidores, mas os titulares dos direitos relativos a estes signos.

Em suma, essas são as regras que norteiam a proteção das IGs no Brasil. Muitas questões ainda carecem de regulamentação legal. Não obstante a normativa administrativa tenha buscado elucidar muitas das demandas do setor, há aspectos importantes que necessitariam ser revistos ou regulados expressamente em lei.

Ademais, consoante o objeto desse estudo, para além de ser um signo distintivo, tem se evidenciado nas IGs, potencialidades de influenciar o território que integram, fortalecendo o seu desenvolvimento em diversas acepções. Para consolidar esse processo, parâmetros adequados de proteção são necessários, tanto do ponto de vista dos direitos dos seus titulares, dos consumidores, como em relação à gestão e controle desses signos.



### 3. CONTEXTUALIZANDO A CADEIA DO CAFÉ NO BRASIL

O café possui muitos anos de história, percorrendo um longo caminho. A cultura do produto foi uma importante conexão entre diferentes povos, desempenhando ao longo desta caminhada um papel social, econômico e cultural.

Existem duas espécies de plantas: café arábica (*coffea arábica*) e o robusta (*coffea canephora*). O primeiro tem origem numa região que compreende o sudoeste da Etiópia, o sudeste do Sudão e o norte do Quênia. Adapta-se melhor quando cultivado acima de 800m de altitude, por ser mais sensível as condições climáticas. O café robusta, é nativa da costa oeste de Uganda e do sul do Sudão. É uma planta que resiste melhor às pragas e às variações climáticas. É mais produtivo e origina bebidas mais rústicas, com toque de adstringência a amargor (RAPOSEIRAS, 2014).

No Brasil, o café chegou pela fronteira norte, vindo da Guiana Francesa, em 1727, pelas mãos de um oficial do exército colonial. A princípio o desenvolvimento da cultura foi na Província do Grão-Pará, chegando até o Maranhão, ficando na região por quase 40 anos, principalmente para atender a demanda dos portugueses. A partir de 1760, que a cultura foi levada para região sudeste, chegando primeiramente no Rio de Janeiro e, depois para os Estados de São Paulo, Paraná, Minas Gerais e Espírito Santo. Nos centros urbanos a popularidade do café ocorre nas primeiras décadas de 1800, principalmente no Rio de Janeiro e São Paulo (RAPOSEIRAS, 2014).

De acordo com Cano (2002), cresce a burguesia, apoiada pelo Estado a partir do plantio do café. E estes produtores tinham como condição básica: a posse de capital, existência de terras aptas ao cultivo, disponibilidade de mão-de-obra e existência de demanda externa para o produto.

A urbanização e o desenvolvimento industrial de São Paulo e Rio de Janeiro podem ser entendidos como fruto da evolução da cafeicultura. No século XIX, o mercado do café propiciou o progresso brasileiro. Com a queda das exportações de algodão, açúcar e cacau os agricultores passaram a investir no café.

Especialmente na região Sudeste, o poder econômico aliou-se ao fortalecimento político. Os paulistas fizeram fortuna com o comércio cafeeiro e investiram na indústria.

Ainda, diante da demanda mundial e condições favoráveis para o plantio da cultura, o café se expandiu substituindo também a cana-de-açúcar, como principal produto agrícola brasileiro na época. A partir de 1830, o país passou a ocupar o primeiro lugar entre os países produtores de café, uma vez que até os dias atuais o Brasil é considerado o maior produtor, exportador e segundo maior consumidor de café em nível mundial. Em média, a produção brasileira tem correspondido a um terço da safra global, e, no âmbito interno, em média as exportações, equivalem a 60% da produção nacional e o consumo por volta de 40%.

O café é uma cultura característica das regiões intertropicais e precisa de um clima quente e úmido, o que faz do Brasil o maior produtor mundial, responsável por 30,13% da produção total de café em grão.

O país possui aproximadamente 300 mil estabelecimentos de produtores de café, dos quais 80% são considerados da cafeicultura familiar. Ressalta-se que a importância do café continua em alta, tendo em vista que movimentava uma extensa cadeia de negócios.

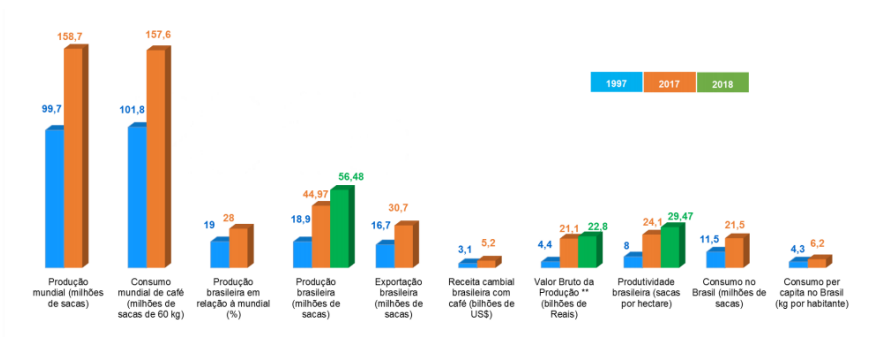


Gráfico 1: Evolução do setor cafeeiro (últimos 20 anos).

Fonte: Consórcio de Pesquisa do Café (2018)

A partir do relatório do Consórcio de Pesquisa do Café observa-se a área produtiva era de 2,4 milhões de hectares e a produção de 18,9 milhões de sacas

de 60 kg, com produtividade de 8,0 sacas/hectare. Passados 20 anos, houve redução da área para 1,9 milhão de hectares, e o país deve produzir 56,48 milhões de sacas de 60 kg em 2018, com produtividade de 29,47 sacas/há (Gráfico 1).

Aponta ainda o relatório, com relação à produção, de acordo com o Conselho dos Exportadores de Café do Brasil – Cecafé (dezembro/2017), a demanda mundial de café no período de 2015 a 2030 deverá ter um crescimento médio anual próximo de 2%, o que elevará as atuais 159 milhões de sacas para 205 milhões (ponto médio da projeção). Como o Brasil responde por um terço da produção mundial, para manter o *market share* desse mercado terá que elevar sua produção para pelo menos 72 milhões de sacas por ano, das quais em torno de 44 milhões destinadas à exportação e 28 milhões ao consumo interno. Para tanto, terá que promover renovação do parque cafeeiro e investir mais intensamente em pesquisas e no desenvolvimento e transferência de novas tecnologias.

Segundo dados da Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Pinhal (Copinhal, 2019), em fevereiro de 2019, o Brasil exportou 2.355.660 sacas de café, com receita cambial chegando a US\$ 377.240 mil e preço médio de US\$ 160,14, segundo relatório divulgado pelo Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé). Alemanha e os EUA permaneceram ocupando, respectivamente, o primeiro e segundo lugar no ranking dos principais países consumidores do café brasileiro, com 18,5% (933.606 sacas) e 17,2% (866.299 sacas).

No setor industrial, o Brasil ainda não possui vantagens comerciais na cadeia do café, que é representado pelas indústrias de torrefação e moagem, pelas indústrias de café solúvel e capsulas, uma vez que o exporta mais em grãos o café, sem muito valor agregado e dependente dos preços internacionais, por ser uma *commodity*.

Entre as variedades embarcadas no mês, o café arábica representou 89,1% do volume total de exportações (2.099.196 sacas), seguido pelo solúvel com 10% (236.340 sacas) e robusta com 0,9% (20.100 sacas). E neste cenário, os cafés especiais tiveram um grande diferencial nas exportações, exportando 942.326 sacas no primeiro bimestre de 2018, com uma participação de 18,7% no total de café exportado. Em relação ao mesmo período de 2017, o volume representou

um crescimento de 25%. Os principais destinos no período foram: Estados Unidos (246.244 sacas), Alemanha (133.510 sacas), Bélgica (102.051 sacas), Japão (90.224 sacas) e Reino Unido (64.683 sacas).

Este cenário decorre pelo fato de que há uma nova tendência e o consumo está ascendendo devido à comercialização de grãos de melhor qualidade e preocupados com a sustentabilidade<sup>23</sup> (seguindo boas práticas agrícolas e sociais), à proliferação de cafeterias mais modernas. E neste universo, apenas 20% da população mundial consome café. Há ainda os demais 80% como potenciais consumidores a serem conquistados, principalmente na Ásia e no Oriente.

Atualmente o novo público que toma café é mais jovem. Sendo assim, há a necessidade de se oferecer o produto de novas maneiras e mais atrativas. Neste cenário, novas cafeterias foram criadas, mais modernas, com um cardápio mais variado de cafés: puros e de formas diferentes de serem passados, com leite vaporizado ou creme, gelados, drinks, entre outros. A bebida passa ter a cara dos jovens, novas profissões foram criadas (barista, mestre de torras, *coffee hunters*).

Segundo Conceição, Elery Junior e Conceição (2017), o mercado de café tem apresentado, um desempenho diferente e tornou-se mais exigente e os cafeicultores e técnicos passaram a buscar atualização técnica por meio do investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos. Esse comportamento configurou-se no que os especialistas denominam de Terceira Onda do Café, em que a busca pela qualidade associada ao desenvolvimento tecnológico são variáveis-chave para a concorrência.

Algumas regiões de São Paulo, como Franca e São João da Boa Vista, além de apresentarem produções elevadas, têm produzido cafés de excelente qualidade. São regiões com condições edafoclimáticas bastante propícias à cafeicultura e vantagens excepcionais em relação à cafeicultura do cerrado, especialmente de Minas Gerais e Bahia. A cafeicultura é bastante importante também em regiões

---

23 Dentre as culturas, o café é o que mais possui programas de sustentabilidade: *Fair Trade*, *Rain Forest Alliance*, *Word Certified*. No Brasil há o programa *Brazil Speciality Coffee Association*, o do cerrado mineiro e o da Associação Brasileira do Café (ABIC) – a partir do programa de cafés sustentáveis, o qual tem por objetivo garantir a sustentabilidade desde a lavoura até a xícara do consumidor, para cafés superiores ou gourmet (com grãos de melhor qualidade e com melhor remuneração ao produtor), valorizando-se assim, a cadeia produtiva.

como Garça-Marília, onde o custo de produção não é baixo, mas é a principal opção agrícola, de acordo com o que apresenta Bliska et al (2004).

Ainda, de acordo com Faleiros et al (2017, p.1):

A demanda por cafés de alta qualidade é crescente, principalmente no mercado internacional, que procura reconhecer, valorizar e promover a qualidade do campo à xicara do consumidor. Consequentemente, a competitividade do segmento cafeeiro tem ocorrido principalmente por meio da diferenciação de processos e produtos, com aumento da eficiência, redução de custos e adoção de tecnologias apropriadas ao pré e pós-colheita, específicas às condições regionais.

Empresas e cooperativas dos diferentes estados produtores têm participado cada vez mais de Feiras de Cafés Especiais e Concursos de Qualidade, no Brasil e no exterior, buscando associar seu nome à boa qualidade e aos cafés especiais. Estas estratégias têm permitido não só que as empresas conservem uma posição sustentável no mercado, mas que aumentem significativamente suas respectivas parcelas de mercado, especialmente no exterior.

Neste cenário, corrobora com o que é considerado por Vieira, Buainain e Bruch (2015, p.221) quando apresentam que:

A proteção proporcionada pelo registro de indicação geográfica permite aos territórios abrangidos um melhor aproveitamento de seu potencial produtivo, com desenvolvimento de produtos com identidade própria e para ocupar espaços em mercados cada vez mais exigentes em termos de oferta de produtos de qualidade e singularidade. Porém, não basta que determinada região se torne apenas conhecida pelo produto diferenciado que produz. É preciso ir além. É preciso criar um sistema de proteção que valorize o perfil dos produtos e o vínculo entre esses produtos e as condições regionais, que incentive a indústria e o mercado local, propiciando a criação de empregos e geração de renda.

No Brasil, atualmente, existem cinco IGs de café: Região do Cerrado Mineiro, que possui as duas modalidades de indicações geográficas (IP/DO), Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais (IP), Norte Pioneiro do Paraná

(IP), Alto Mogiana (IP) e Região do Pinhal (IP), apresentadas no Quadro 2. São produtos nacionais que possuem um significativo vínculo com seu meio geográfico, podendo ser reconhecido pelo consumidor por meio deste signo distintivo (BRUCH, 2013).

Quadro 2: Indicações Geográficas de café registras no INPI (abril 2018).

	<b>Produto</b>	<b>Nome Geográfico</b>	<b>IP/DO</b>	<b>Estado</b>	<b>Concessão</b>
<b>PRODUTOS AGROALIMENTARES</b>	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído	Região do Cerrado Mineiro	IP/DO	MG	2005
	Café	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	IP	MG	2011
	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído	Norte Pioneiro do Paraná	IP	PR	2012
	Café	Alta Mogiana	IP	SP	2013
	Café Verde e Café Torrado e Moído	Região de Pinhal	IP	SP	2016

Fonte: INPI (2019).

Salienta Nierdele (2013) que o registro da IG é um importante instrumento de estratégia para a indução do desenvolvimento territorial rural, por estimular os atores locais e promover “processos de qualificação”. Estes “processos de qualificação” decorrem das normas que foram estabelecidas pelo Conselho Regulador (CR) das IGs para que o produto possa receber o “selo” que caracteriza que o produto passou por análises estipuladas no Caderno de Uso/Caderno de Normas/Manual de Uso.

Ainda, segundo o autor, estes fatos ocorrem por ensejar a revalorização de tradições, costumes, o saber fazer e outros bens imateriais associados a uma identidade territorial e à origem geográfica específica, além de novas práticas para agregação de valor e acesso a novos mercados (NIERDELE, 2013).

#### 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS: IGS DE CAFÉ NO BRASIL

A pesquisa foi realizada a partir de um questionário semi-estruturado, enviado por correio eletrônico aos representantes das cinco indicações geográficas de café concedidos registros pelo INPI no território brasileiro: Indicação de Procedência Norte Pioneiro, Indicação de Procedência Alto Mogiana, Indicação de Procedência Região de Pinhal, Indicação de Procedência de Mantiqueira de Minas e Denominação de Origem Cerrado Mineiro – são quatro IP e uma DO como referido. Ainda, três dos cinco entrevistados, acrescentaram alguns comentários a respeito das indicações geográficas, que fundamentaram a análise dos dados da pesquisa, bem como, as considerações finais.

A primeira parte da pesquisa teve por objetivo identificar as vantagens observadas pelos produtores após o reconhecimento pelo INPI do registro de indicação geográfica. O Quadro 3 apresenta os resultados, a partir da percepção dos entrevistados das IGs de café.

Quadro 3 : Vantagens observadas pelos produtores após o reconhecimento da IG

Vantagens para os produtores	Concordam Plenamente (%)	Concordam (%)	Neutro (%)	Discordam (%)	Discordam Plenamente (%)
Aumento na venda dos produtos	40%	40%	20%		

Aumento da escala de produção	40%	40%	20%		
Aumento do portfólio de produtos atrelados a IG		60%	20%		20%
Aumento de produtos não atrelados a IG, mas que são beneficiados	20%	60%			20%
Reconhecimento do consumidor do produto atrelado ao território		80%	20%		
Reconhecimento do consumidor que o produto tem qualidade atrelada a IG		60%	20%		20%
Apoio do setor público		60%	20%	20%	
Apoio do setor privado	20%	40%	40%		
Maior participação dos atores da cadeia	40%	60%			
Maior participação da sociedade	20%	60%	20%		
Maiores informações sobre linhas de fomento para pesquisa		60%	20%	20%	
Maior facilidade para acesso a financiamentos para pesquisa		40%	20%	40%	
Maior facilidade para acesso a financiamentos para gestão do negócio		20%	60%	20%	



Acesso ao conhecimento das Universidades (P & D)		40%	20%		40%
Apoio de instituições de pesquisa e academia		60%			40%
Inserção de inovações nos produtos		80%			20%
Maior valor agregado ao produto após reconhecimento	20%	60%		20%	
Aumento de marketing espontâneo	20%	60%	20%		

Fonte: dados da pesquisa

Para os representantes entrevistados, dentre as questões acima, destacam-se (i) aumento na venda dos produtos; (ii) inovações nos produtos; (iii) maior valor agregado ao produto após o reconhecimento e (iv) aumento de marketing espontâneo.

Ressalta-se que, apesar dos dados na percepção dos entrevistados serem positivos, dentre as IGs concedidas no Brasil, ainda há muita fragilidade nos mecanismos de gestão pós-registro, pois o retorno econômico não é imediato. E nas IGs de café o registro é utilizado como meio para promoção do produto, conforme apontamentos de um dos entrevistados. Ainda, na maior parte delas é utilizado certificações para dar maior credibilidade frente ao mercado internacional. Os mecanismos de controle implementados pelos cadernos de uso são para o controle da qualidade, evitar fraudes, adulterações e usurpações do nome que se tornou conhecido pelo registro. No Brasil, não há mecanismo de controle externo, este é realizado pelo próprio Conselho Regulador das IGs<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> Estrutura de Controle exigida pela IN 25/2013 e IN 95/208 do INPI, consistem em Conselhos Reguladores formados por produtores, técnicos, representantes setoriais (controle interno).

Mas, um dos pontos negativos constatado a partir dos dados da pesquisa (Quadro 3), infere-se que a IG que não tem maior aproximação com a academia ou instituto de pesquisa, tem menor acesso a informações a respeito das fontes de financiamento para pesquisa e para gestão do seu negócio. Inclusive para disseminação entre os produtores da importância da previsão sobre sucessão familiar, realização de planejamento estratégico e plano de negócios para os produtores. No entanto, foi destacado por uma delas a questão da perpetuação da cafeicultura na região pela juventude e implantação de empresas do setor, o que denota a preocupação com estas questões.

De acordo com Pellin e Vieira (2016) as IGs têm capacidade de estimular atividades complementares na região demarcada que, muitas vezes não têm relação direta com o produto reconhecido, mas geralmente são beneficiadas, o que fica demonstrado para o presente estudo quando os 60% dos respondentes apontam que há o reconhecimento do consumidor do produto atrelado ao território. Segundo apontamentos dos entrevistados o registro da IG trouxe maior reconhecimento às regiões, tanto por turistas quanto por torrefadores internacionais, e como consequência, aumento nas exportações em sua região pelos produtores.

No entanto, segundo a percepção de 40% dos respondentes não há reconhecimento do consumidor que o produto tem qualidade atrelada à IG. Ainda, apontam alguns dos respondentes que boa parte dos consumidores não sabem o que é uma indicação geográfica no território brasileiro. Há a necessidade de maior divulgação pelos órgãos envolvidos para disseminação do conhecimento.

Constata os respondentes que a partir das regras determinadas pelo Regulamento de Uso, garantem uma melhor qualidade ao café, e uma das percepções mais acentuadas é a questão da inserção de inovações nos produtos (80% dos respondentes apresentam positivamente). Para Pellin e Vieira (2016, p. 101) quando são definidas as regras “a tendência é que a qualidade dos produtos melhore significativamente e inovações no sistema de produção sejam implementadas, mantendo, no entanto, a autenticidade dos produtos e de seu sistema produtivo”.

Ainda, ressalta-se que entre as vantagens menos lembradas estão as que se relacionam com acesso às linhas de financiamento e ao pouco apoio oferecido pelo setor privado. Vale ressaltar que estes fatores ainda são um dos principais gargalos das IGs na atualidade, quando se refere ao pouco ou nenhum apoio financeiro para IGs no Brasil, principalmente no estágio pós-reconhecimento, quando se deparam com o desafio de inserir seus produtos em mercados mais competitivos. O apoio institucional dado as IGs são para a concessão do registro. Após a concessão, o trabalho aumenta e pouco apoio são realizados na realidade brasileira. Isto pode ser inferido a partir da fala do superintendente da Federação dos Cafeicultores do Cerrado, Juliano Tarabal, um dos respondentes da pesquisa:

“nos últimos quatro anos, já foram contabilizadas aproximadamente 500.000 sacas de café com o selo de origem de qualidade. O processo para conseguir o registro, porém, possui custos altos: para conseguir o selo, entidades podem desembolsar até R\$ 1 milhão só com despesas de consultoria e estudos, entre outros. Após o reconhecimento, há ainda gastos com a rastreabilidade e ações de marketing. “São vários investimentos, porque a DO sozinha não tem valor”, destaca o cafeicultor”.

Posteriormente, foi questionado aos respondentes quais foram as principais vantagens do reconhecimento da IG para o desenvolvimento da região, as quais podem ser observadas a partir dos dados do Quadro 4.

Quadro 4: Vantagens observadas para a região após reconhecimento da IG.

<b>Vantagens para o território</b>	<b>Concordam plenamente (%)</b>	<b>Concordam (%)</b>	<b>Neutro (%)</b>	<b>Discordam (%)</b>	<b>Discordam plenamente (%)</b>
Aumento de visitas de turistas	20%	60%		20%	
Aumento de vendas no comércio	20%	40%	40%		

Aumento de estabelecimentos na região da IG	40%	20%	40%		
Maior participação da sociedade em eventos	40%	40%		20%	
Reconhecimento da sociedade e do consumidor do que é uma IG	20%		40%	40%	
Valorização das terras e propriedades	20%	20%	20%	40%	
Valorização do patrimônio histórico e cultural	20%	20%	20%	40%	
Valorização das paisagens	20%	20%	20%	40%	
Maior preocupação com a preservação ambiental	40%	20%	20%	20%	
Sustentabilidade da empresa nos três níveis (econômico, social e ambiental)	40%	20%		40%	

Fonte: dados da pesquisa

A partir da análise do Quadro 4, se destacam: aumento da visita de turistas, maior participação da sociedade em eventos e maior preocupação com a preservação ambiental. No entanto, ainda um dos principais desafios para as IGs brasileiras na atualidade, incluindo as de café, é justamente o pouco ou nenhum conhecimento que os consumidores têm em relação a elas. Neste sentido, há a necessidade de se criar mecanismos para aumentar a disseminação de seu conceito, populariza-las e, conseqüentemente, estimular seu consumo. Com isso, o consumidor tem maiores informações de onde vêm e como são produzidos.

Por fim, a pesquisa buscou identificar quais os principais desafios enfrentados após o reconhecimento da IG, apresentados no Quadro 5.

Quadro 5: Principais desafios enfrentados pelos produtores após reconhecimento da IG

<b>Desafios para os produtores</b>	<b>Concordam plenamente (%)</b>	<b>Concordam (%)</b>	<b>Neutro (%)</b>	<b>Discordam (%)</b>	<b>Discordam plenamente (%)</b>
Uso das regras impostas pelo Regulamento de Uso	40%	20%		40%	
Controle das regras do regulamento de uso	60%	40%			
Participação efetiva dos atores da IG	60%	40%			
Apoio dos membros que compõe a IG	40%	40%	20%		
Apoio da sociedade	20%	40%	20%	20%	
Apoio de instituições de pesquisa (Academia e institutos de pesquisa)	20%	40%			40%
Apoio de instituições (Associações, cooperativas etc.)	20%	20%		60%	
Realização de Planejamento Estratégico da IG para um período	40%			40%	20%
Inserção do produto no mercado com IG	40%	40%	20%		

Inserção do produto no mercado sem IG	20%	20%	40%		20%
Sucessão familiar para manter a empresa	20%	20%	20%	40%	
Falta de conhecimento por parte do consumidor em relação à IG	80%	20%			
<b>Em relação aos custos de manutenção da IG</b>					
Altos custos da gestão da IG	40%	20%	40%		
Facilidade de manutenção da IG		20%	20%	40%	20%
Altos custos para participar de eventos (feiras, seminários, Workshops) para promover a IG	20%	80%			

Fonte: dados da pesquisa

Em relação aos maiores desafios para as IGs, de acordo com a percepção dos respondentes estão relacionados à gestão: uso das regras impostas pelo Regulamento de Uso, Controle destas regras, participação efetiva dos atores da IG, apoio dos membros que compõe a IG. O que pode se constatar é que as IGs possuem dificuldades em envolver a participação efetiva dos atores da IG nas discussões e planejamento estratégico das ações a serem desenvolvidas, conforme já apontado em pesquisa semelhante por Pellin e Vieira (2016). Apontam os autores que, o envolvimento dos atores está diretamente relacionado à construção de arranjos institucionais representativos e processos de governança territorial legítimos. A dificuldade em realizar um planejamento estratégico que envolve, por exemplo, a estruturação de um plano de negócios, é outro desafio

a ser superado. Algumas das IGs entrevistadas realizam tais ações, mas não são todas.

Após reconhecimento da IG a sustentabilidade econômica do projeto está intimamente ligada a inserção dos produtos em mercados, que nos dias atuais, estão cada vez mais competitivos, principalmente o café, que é uma *commodity* e dependente do mercado internacional regulado pela bolsa, dos quais dita as regras do preço.

Ainda, em relação aos custos de manutenção da IG o maior desafio está nos altos custos para participar de eventos de promoção do território, que poderia ser considerado como uma estratégia de popularização das IGs. Nesse sentido, há carência de linhas específicas para isso no Brasil, tanto para gestão como para pesquisas nas agências de fomento. A exemplo, em todo território nacional, somente a agência de fomento na Bahia lançou edital específico para estudos com o tema de IGs. Mesmo assim, o edital estava mais atrelado a organização para a solicitação de registro de IGs junto ao INPI. Não há atualmente nenhuma política pública para promover as IGs após a concessão do registro, conforme já apontado anteriormente por Pellin e Vieira (2016).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos há uma maior preocupação e conscientização quanto à importância das questões sociais e ambientais relacionadas à forma de produção e comercialização de produtos agroalimentares. E a partir deste cenário, há um aumento no número de padrões, bem como iniciativas de certificação e/ou rotulagem para garantia da qualidade destes produtos.

Apesar de não ser uma certificação, as IGs constituem um relevante instrumento de diferenciação e qualificação dos produtos, num mercado cada vez mais globalizado. Na verdade, o valor dos produtos com registro de IG está relacionado à sua reputação como um produto oriundo de um território específico, à preocupação com *safety food* (qualidade do alimento), à defesa de um modo

de vida e à ligação com um ato de compra que reflete um status sociocultural e preferências pessoais.

O que pode ser inferido a partir da pesquisa que o instituto da indicação geográfica no setor cafeeiro pode ser considerado uma ferramenta de agregação de valor do produto, que promove a proteção e o reconhecimento nacional e internacional das regiões, tendo em vista que o produto (café) é uma *commodity*.

Há maior reconhecimento por parte dos turistas e das torrefadoras internacionais da qualidade dos produtos oferecidos. No entanto, a ferramenta é considerada um instrumento de meio, e não de fim para divulgação do mercado. Ela demonstra que o produto é diferenciado, tem *terroir*, um saber-fazer, possui um controle a partir das normas estipuladas pelo Regulamento de Uso. Mas ela sozinha, não promove o desenvolvimento e agregação do valor ao produto.

Inclusive para o café, houve a necessidade de procurar utilizar a certificação, a exemplo da Globalgap, para qualificar melhor para a exportação do café. A certificação é um mecanismo de consolidação dos padrões de qualidade existente para buscar harmonizar procedimentos de controle de qualidade. Desta forma, qualquer sistema de controle de qualidade requer que a qualidade da mensuração dos atributos do produto siga os padrões aceitos internacionalmente.

Desta forma, o que se percebe nos dias atuais que há um aumento no consumo de cafés diferenciados, atrelados à melhor qualidade dos grãos, à proliferação de cafeterias e aos novos produtos desenvolvidos pelas indústrias. Há um mercado ainda a se expandir, cerca de 80% de novos potenciais consumidores a serem conquistados, principalmente no mercado asiático e no oriente, podendo ser um bom nicho de mercado em expansão para o café brasileiro.

## REFERÊNCIAS:

AYDALOT, P. *Économie régionale et urbaine*. Paris: Économica, 1985.

BECKER, B. K. Revisão das políticas de ocupação da Amazônia: é possível identificar modelos para projetar cenários? *Parcerias Estratégicas*, Brasília, n. 12, p. 135-59, set. 2001.



BLISKA, F.M.M. et al. Competitividade da cadeia produtiva do café paulista frente aos demais produtores brasileiros. In: *XLII Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural*, 2004, Cuiabá. Congresso Brasileiro da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural - Dinâmicas Setoriais e Desenvolvimento Regional. Brasília: Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2004.

BOISIER, S. *Modernidad y territorio*. Santiago de Chile: ILPES, 1996.

BRASIL. INPI. Instrução Normativa 95, de 28 de dezembro de 2018. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/legislacao-indicacao-geografica-1>>. Acesso em 14 abril 2019.

BRASIL. INPI. Pedidos de indicação geográfica concedidos e em andamento. 16 de abril de 2019. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>>. Acesso em 18 abril 2019.

BRASIL. Lei N. 9.279, de 14 de maio de 1996. *Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial*. Brasil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/L9279.htm)>. Acesso em 10 jan 2019.

BRUCH, K. L. Signos distintivos de origem: entre o velho e novo mundo vitivinícola. 1. Ed. Passo Fundo: Editora Imed, 2013. 320 p.

CALDAS, A. S. *As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social*. RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico, ano V, n 08, Salvador – BA. Julho de 2003.

CANO, W. *Ensaio sobre a formação econômica regional do Brasil*. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

CARDOSO, T; CADIMA RIBEIRO, J. *Economia para o homem e desenvolvimento regional: contribuição para um pensamento e uma política regional alternativos*. In. BECKER, D.F; BANDEIRA, P.S (Org). *Respostas regionais aos desafios da globalização*. Santa Cruz do Sul, EDUNISC, 2002.

CONCEIÇÃO, J.C.P.R; ELLERY JUNIOR, R.G.; CONCEIÇÃO, H.Z. Cadeia agroindustrial do café no Brasil: uma análise do período recente. IPEA: *Radar*, 2017.

CONSÓRCIO DE PESQUISA DE CAFÉ. *Relatório 2017/2018*. Disponível em: <[http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/Consorcio-Embrapa-Cafe-Evolucao-24-1-2017.pdf](http://www.sapc.embrapa.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/Consorcio-Embrapa-Cafe-Evolucao-24-1-2017.pdf)>. Acesso em: 4mar2019.