

# TERRITORIALIZAÇÃO E DESTERRITORIALIZAÇÃO NO ESTUDO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: MERCADO E IDENTIDADE CULTURAL COMO PONTOS DE PARTIDA PARA REFLEXÃO<sup>1</sup>

Monise da Silva Pereira Rodrigues<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente trabalho apresenta um exercício de reflexão sobre o tema das Indicações Geográficas (IG's), partindo da sua caracterização e permeando a formulação de leis e diretrizes que fomentaram a identidade mercadológica de um processo que, antes, tem uma personalidade claramente associada ao conceito de território. A partir da caracterização das IG's no contexto brasileiro, constata-se, através de estudos preliminares, uma permanência das discussões sob o ponto de vista da propriedade, seja esta industrial ou intelectual, o que faz emergir a apropriação da simbologia das IG's como produto, destituindo-a dos aspectos culturais iminentes aos territórios aos quais estas estão originalmente atreladas. A discussão segue trazendo a temática para o campo da Geografia, ainda de forma incipiente, refletindo a necessidade de aprofundar as discussões das Indicações Geográficas na perspectiva dos processos de territorialização e desterritorialização, de forma a compreender como essas estruturas de normatizações e especificações têm interferido nas relações de produção locais, assim como podem estar promovendo dinâmicas de desterritorialização e alijamento das pessoas e comunidades que estiveram na origem da identidade desses produtos e/ou serviços, descaracterizando-os e apropriando-se das identidades locais.

**Palavras chave:** Indicação Geográfica. Notoriedade. Procedência. Território. Desterritorialização.

## ABSTRACT

This paper presents an exercise in reflection on the topic of Geographical Indications (GI's), starting from its characterization and permeating the formulation of laws and guidelines that fostered the marketing identity of a process that, before, has a personality clearly associated with the concept of territory. From the characterization of GI's in the Brazilian context, it is verified, through preliminary studies, a permanence of the discussions from the point of view of property, whether industrial or

---

<sup>1</sup> Artigo apresentado ao XIV ENANPEGE; XIV Encontro Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Geografia. A geografia que fala ao Brasil: Ciência geográfica na pandemia ultraliberal, 10 a 15 de outubro de 2021. Online.

<sup>2</sup> Discente do curso de Doutorado em Geografia da Universidade Federal da Bahia.

intellectual, which makes the appropriation of the symbology of GI's as a product emerge, depriving it of cultural aspects inherent to the territories to which they are originally linked. The discussion continues bringing the theme to the field of Geography, still in its infancy, reflecting the need to deepen the discussions on Geographical Indications from the perspective of territorialization and deterritorialization processes, in order to understand how these structures of norms and specifications have interfered in local production relations, as well as they may be promoting dynamics of deterritorialization and alienation of people and communities that were at the origin of the identity of these products and/or services, de-characterizing them and appropriating local identities.

**Keywords:** Geographical Indication. Notoriety. Provenance. Territory. Deterritorialization.

## INTRODUÇÃO

Os estudos relacionados à atribuição de indicações geográficas a produtos a fim de identificar a procedência ou a notoriedade no processo de fabricação/extração são relativamente recentes, mas a utilização de nomes que apontam a origem de um produto ou objeto datam da antiguidade, conforme se pode observar nos registros históricos.

Mais recentemente, na Europa, a disseminação dessa prática se traduz em uma forma de garantir a propriedade de um processo de fabricação e, conseqüentemente, o lucro advindo da comercialização não apenas do produto, mas do diferencial agregado, potencializando o valor e o monopólio de um produto a um número reduzido de produtores.

No Brasil, essa prática tem seu primeiro registro na penúltima década do século XIX, mas ganha força, de fato, a partir de 1996, tendo por base o modelo europeu de registro das denominações de origem.

Cabe ressaltar que esse processo, pelo alto grau de monopolização e controle das atividades acaba por excluir parte dos produtores e, por se tratar de um modelo de base capitalista, opera através da lógica da exclusão, interferindo nas dinâmicas produtivas locais e alijando trabalhadores da possibilidade de conquistar sua parcela de participação nos benefícios que fazem parte de um processo produtivo atrelado a uma IG.

Considerando que em muitos casos, especialmente no que se refere à produção artesanal, esses produtores têm como única fonte de renda o lucro obtido a partir da sua produção que se apoia no *saber fazer* transmitido, muitas vezes, há gerações, definir

especificações engessadas fabricadas de fora para dentro das comunidades é uma estratégia perversa de agentes capitalistas que operam para favorecer poucos em detrimento de muitos.

Dessa forma, pode-se observar nessa dinâmica as características inerentes ao processo de desterritorialização, uma vez que o produtor local que não se adequa às formulas previstas nas especificações que regem o processo de atribuição das indicações geográficas, acaba por ser destituído de algo que, em geral, pertence historicamente à comunidade e é apropriado por sujeitos privilegiados.

## **CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA E DETERMINANTES GEOGRÁFICOS E SOCIAIS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS**

A utilização de nomes geográficos para identificar a notoriedade e a procedência de produtos originários de determinadas regiões do globo decorre de tempos muitos remotos, como retrata Bertozzi (1995). Nesse sentido, no século IV a.C., na antiga Grécia, já havia relatos que faziam a relação do produto com o lugar de origem e, assim, podiam ser encontradas menções ao mármore de Paros, ao bronze de Corinto, ao mel da Sicília, às amêndoas de Naxos, aos vinhos de Corinto, aos tecidos de Mileto e Sídon, às espadas de Cálcis e às estatuetas feitas de terracota de Tânagra (ALMEIDA, 2001 e 2010; VIVEZ, 1943; CARVALHO, 2009).

Pode-se destacar, ainda, em Roma, sob os domínios do imperador Augustus, o mármore de Carrara, o presunto da Gália, as tâmaras do Egito, as ostras de Brindisi e os vinhos romanos de Falernum (AUDIER, 2006), de Alba e de Sorrento (ALMEIDA, 2010). Da mesma forma, o queijo originário da região de Roquefort, na França, cuja fama vem sendo propagada desde o século XIV (CALDAS, 2004), são exemplos das primeiras menções de produtos agroalimentares com alta reputação, atrelados ao local de origem, podendo assim, ser identificados em vários lugares do mundo.

É importante ressaltar que tais produtos eram comercializados a preços elevados devido à qualidade que os mesmos possuíam o que não se tornava empecilho para sua comercialização; pelo contrário, a procura sempre aumentava, bem como os preços, o que permitiu a produção de similares e a falsificação de produtos com qualidade inferior, gerando preocupação por parte dos produtores e levando-os a buscarem mecanismos que garantissem a exclusividade do uso de sua marca e da qualidade de seus produtos (MACHADO, 2012).

Desta forma surgem às ânforas de vinho com signos e selos de especificação e, posteriormente, outros produtos começaram a fazer o mesmo (PISTORELLO, 2006; LIMA *et*

al., 2007). Essa prática exprime a necessidade dos produtores de distinguirem seus produtos do demais, bem como os próprios consumidores identificam certa notoriedade e qualidade nos produtos gravados com o nome de sua origem geográfica.

A fim de caracterizar um produto como distinto de outros similares e atribuir-lhe o selo de indicação geográfica, atrelando o produto à sua origem, é importante destacar que essa atribuição tem como pressuposto explicar a ligação entre o produto e seu meio, seja por essa região ter se tornado referência na produção e na qualidade do produto ou porque as características do produto se devam essencialmente às condições do meio geográfico, ou seja, podem ser atribuído às características naturais do solo, clima, relevo, temperatura, dentre outras.

Um exemplo marcante dessa correlação entre as características naturais é o caso do vinho, já que o *terroir* está diretamente relacionado ao tipo de mineral existente no solo onde as uvas foram produzidas, às condições de temperatura e umidade do local, além do próprio processo de fabricação dentre outros.

Ao observar esses atributos é de extrema relevância destacar que na relação entre o meio e o produto, o fator humano nunca foi desprezado, sendo o responsável por aliar todas essas condições inerentes do local ao *saber fazer* local, dando certa notoriedade ao que é produzido de forma singular nesse território.

## **EVOLUÇÃO JURÍDICA DOS MODELOS DE ATRIBUIÇÃO DE ORIGEM EM NÍVEL MUNDIAL**

Na metade do século XIX e ao longo do século XX, com o advento da globalização e o aumento da circulação de mercadorias bem como a formação de blocos econômicos, torna-se cada vez mais visível à circulação tanto de produtos de alta qualidade bem como de outros com características similares, mas que não correspondem aos produtos originais.

A busca por maior segurança na comercialização dos produtos e como uma maior garantia contra as falsificações especialmente após a Segunda Guerra Mundial, faz emergir a importância das Indicações Geográficas (IG), impondo sua regulamentação no âmbito internacional. Contudo, no mundo jurídico seu histórico é bastante recente, haja vista que, como descrito inicialmente, seu principal intuito era a prevenção de falsificação da indicação de procedência.

Nesse contexto, a Convenção da União de Paris (CUP), de 1833, foi à primeira lei promulgada com o objetivo de proteger a propriedade industrial, tendo como objeto de

regulamentação as patentes de inovação; os modelos de utilidade; os desenhos ou modelos industriais; as marcas de fábrica ou de comércio; as marcas de serviço; o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal. A CUP, em seu artigo 1º destaca que:

- 1) Os países a que se aplica a presente Convenção constituem-se em União para a proteção da propriedade industrial.
- 2) A proteção da propriedade industrial tem por objeto as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal.
- 3) A propriedade industrial entende-se na mais larga aceção e aplica-se não só à indústria e ao comércio propriamente ditos, mas também às indústrias agrícolas e extrativas e a todos os produtos fabricados ou naturais, por exemplo: vinhos, grãos, tabaco em folha, frutos, animais, minérios, águas minerais, cervejas, flores, farinhas.
- 4) Entre as patentes de invenção compreendem-se as diversas espécies de patentes industriais admitidas nas legislações dos países da União, tais como patentes de importação, patentes de aperfeiçoamento, patentes e certificados de adição, etc.

No Brasil, a repressão às falsas indicações de procedência aparece pela primeira vez ainda no período imperial, por meio do Decreto nº 3.346, de 1887, conforme pode ser observado em seu artigo 8º, parágrafo 3º.

Art. 8º É proibido o registro de marca que contiver ou consistir em:

[...]

3º Indicação de localidade determinada ou estabelecimento que não seja o da proveniência do objecto, quer a esta indicação esteja junto um nome supposto ou alheio, quer não. (BRASIL, 1887).

Em 1891 foi estabelecido o Acordo de Madri, um tratado internacional que veio a ser suplantado pela entrada em vigor do Protocolo de Madrid, onde foi criada a expressão “marca internacional”. Estes acordos inovaram na medida em que um requerente poderia deixar de efetuar múltiplos pedidos da sua marca em cada país escolhido, sendo necessário efetuar um único pedido de registo baseado na sua marca inicial, simplificando de uma forma significativa os processos burocráticos e reduzindo-se tempo e custos.

Na França, em 05 de outubro de 1908, é publicada uma lei geral relacionada à proteção de indicações geográficas e, a partir desta data, o instituto desse tipo de expediente se prolifera na Europa, berço desta tradição, buscando difundir até os dias atuais essa forma de proteção de produtos provenientes de uma determinada região em todo o mundo.

Ainda sobre esse tema, o acordo de Lisboa, estabelecido em 1958, faz referência à proteção das denominações de origem, ao seu registo internacional e ao seu Regulamento de Execução. O artigo 1º do referido acordo diz que:

Obrigam-se a proteger nos seus territórios, nos termos do presente Acordo, as denominações de origem dos produtos dos outros países da União Particular,

reconhecidas e protegidas como tal no país de origem e registadas na Secretaria da União para a Protecção da Propriedade Industrial. (PORTUGAL, 1958, p. 33).

Por fim, o acordo sobre os Aspectos dos Direitos à Propriedade Intelectual referente ao Comércio (ADPIC), também conhecido como o acordo *TRIPS*, formalizado em 1994, define em sua parte II, seção 3, art. 22-1 define as indicações geográficas da seguinte forma:

As indicações servem para identificar um produto como sendo originário do território de um membro, ou da região ou localidade deste território, nos casos em que uma qualidade, reputação, ou outra característica determinada do produto pode ser atribuída essencialmente a esta origem geográfica. (BRASIL, 1994)

Em face de tudo o que foi apresentado, vale ressaltar, ainda, que esses acordos balizam a evolução jurídica internacional dos direitos da propriedade intelectual, da qual a IG já é considerada como parte importante.

## **INSTITUIÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL**

De acordo com Gómez Segade (1996), a abrangência da Identificação Geográfica (IG) a nível nacional definida no âmbito do acordo ADPIC deixa brechas em seu conceito, pois as diferenças nacionais e de suas modalidades entre os países signatários representa uma fragilidade, suscitando divergências no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC,) que tem como função primordial a proteção da IG contra práticas desleais.

Dessa forma, a ADPIC estabelece padrões mínimos de proteção, o que acaba por desprezar a forma e o conceito da proteção quando comparada à definição de denominação de origem difundida entre os países europeus. Para atender às disposições do ADPIC, os países têm sido obrigados a criar ou adaptar seu arcabouço legal e garantir uma infraestrutura adequada de reconhecimento e, é nesse contexto que o Brasil inova ao incluir serviços como objeto de propriedade intelectual passível de reconhecimento por IG.

No Brasil, o órgão responsável pela concessão e registro das indicações geográficas é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), órgão federal criado em 1970, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento Industrial e Comércio Exterior, que tem como objetivo principal executar, em âmbito nacional, as normas que regulam a propriedade intelectual, tendo em vista as suas funções econômica, jurídica, técnica e social (INPI, 2019). O instituto concede marcas e patentes; averba contratos de transferências de tecnologia e de franquias empresariais; registra programas de computador e desenhos industriais e, também, concede e registra indicações geográficas.

Para este último, o INPI estabeleceu, através da Resolução nº 075/2000, normas para o encaminhamento de pedidos de reconhecimento de indicações geográficas. Essa resolução também aponta outra necessidade, de fundamento jurídico, para o pedido de registros, qual seja a existência de um órgão na entidade requerente - um Conselho Regulador. A esse conselho compete exercer funções definidas pelo Regulamento da Indicação Geográfica, entre as quais a obrigação de gerir, manter e preservar as atividades ligadas à IG em questão (INPI, 2000).

A Indicação Geográfica foi instituída no Brasil em 1996 pela Lei nº 9.279/96, denominada Lei da Propriedade Industrial (LPI) e evidencia os benefícios atribuídos a produtos e serviços diretamente relacionados ao seu território de origem ou de produção, podendo contemplar as qualidades do solo e do clima ou somente o modo como são feitos, manuseados e tratados os bens tangíveis e intangíveis ali desenvolvidos (BRASIL, 1996).

No Brasil, a IG é um instrumento jurídico-legal usado para identificar a origem de produtos ou serviços, quando o local se torna conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve à sua origem geográfica. Nesse caso são designadas a Indicação de Procedência (IP) e/ou a Denominação de Origem (DO), ambas regulamentadas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), definidas pela Lei de Propriedade Intelectual em seus artigos 176 a 182, assim como pela Resolução nº 75, de 28 de novembro de 2000, em seus artigos 177 e 178.

De acordo com a Lei nº 9.279/96, Indicação de Procedência é definida da seguinte forma:

[...] 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. (BRASIL, 1996, ART. 177).

No que concerne à denominação de origem, no artigo 178 da Resolução nº 75/2000, do INPI, lê-se:

[...] 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, 2000, ART. 178).

Dessa forma, trata-se de dois registros paralelos que, a depender da escolha dos produtores/prestadores de serviços que buscam proteger seus produtos, serviços, processos produtivos e territórios utilizam desses mecanismos legais quando atendidos os requisitos necessários em lei e sua regulamentação.

Vale ressaltar que outras regulamentações também norteiam os IG, como a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), que define o IG como um signo

aplicado em produtos que têm uma origem geográfica definida com precisão - um território. Para obter esse selo o produto deve revelar qualidade ou notoriedade adquirida ao longo do tempo, no seu local de origem.

Segundo Caldas (2004), a legislação sobre IG's no Brasil foi baseada na legislação europeia e se configura como um instrumento de organização do processo de produção.

As “indicações de procedência”, de acordo com o Inpi, diferem das “denominações de origem”, pelo seu caráter particular e de qualidade da produção. [...] as indicações de procedência são um instrumento de organização local da produção e as denominações de origem são um instrumento de organização qualitativa do processo de produção (CALDAS et al., 2005, p. 11).

É importante destacar, ainda que as IG's brasileiras estas estão presentes em diversos estados, agregando características ímpares, o que impulsiona a sua relevância no comércio nacional e internacional.

De acordo com o INPI (2021) há no Brasil até novembro de 2021 há cento e dezessete Indicações Geográficas registradas, sendo sessenta e oito reconhecidas na modalidade “indicação de procedência”, enquanto na modalidade “denominação de origem” foram registradas 29 nacionais e 20 estrangeiras até o momento.

Quando se observa a relação dos registros das IG's estrangeiras, constata-se que, em sua maioria, essas se relacionam a produtos de origem rural, agropecuário ou artesanal; no que se refere às IG's brasileiras existe certa variedade nos registros, incluindo produtos originários da indústria, mineral e serviços (INPI, 2019; FLORES e FALCADE, 2019).

## **O PAPEL DA GEOGRAFIA NOS ESTUDOS DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA**

É importante destacar que o termo "indicação geográfica" foi se firmando quando produtores, comerciantes e consumidores começaram a identificar que alguns produtos de determinados lugares apresentavam qualidades particulares, atribuíveis à sua origem geográfica, e começaram a denominá-los com o nome geográfico que indicava sua procedência.

Mas, para, além disso, Silva (2014, p. 28) destaca que as IG's são uma “estratégia competitiva territorial”, especialmente no que se refere a produtos primários, uma vez que a diferenciação de um produto pode vir a garantir lucro maior. O autor chama atenção, ainda, para o fato de que o mercado global, além da diferenciação, tem demandado reposicionamento constante dos produtores, de forma que isso pode ter impacto direto na perda da essência que ensejou a criação de um produto/marca, descaracterizando-o a partir



dos cadernos de especificações que homogeneizam o processo. Pode-se pensar essa questão a partir da consideração de Santos (2000) sobre a interferência externa que acabam por determinar e influenciar modalidades internas de ação, porém, essa reflexão precisa ser amadurecida.

Alcoforado (2002) afirma que é a partir da adoção de novas estratégias que se abre espaço para a implantação e/ou criação de uma IG no local de produção, supondo o fortalecimento da cadeia de produção local, porém, uma reflexão que tem permeado o andamento dessa pesquisa passa justamente pelo desejo de compreender melhor a forma como tem se dado as relações no processo de estabelecimento das IG's com os produtores locais, na perspectiva de avaliar se, de fato, há o fortalecimento da cadeia produtiva local ou a exclusão de parte dos produtores originais pela burocratização das atividades e a preocupação exacerbada com a questão do lucro.

Nesse contexto, Silva (2014, p. 28) aponta que:

Vê-se que a criação dessas marcas, por meio da obtenção de uma IG referenciada em um determinado território, vem assumindo uma grande importância para a conquista de mercados diferenciados. No entanto, não é relevante apenas construir territórios e criar as marcas. Para realmente valerem e trazerem o benefício esperado, elas precisam ser consideradas como diferenciais pelos consumidores e protegidas por leis contra o seu uso indevido, para que esse reconhecimento traga retorno ao território que as possui.

Assim, se constata que, apesar de ser uma estratégia de mercado criada para atender a interesses financeiros, uma IG não é criada, mas sim reconhecida como resultado da ação do homem, ao longo do tempo, em um determinado território e esse reconhecimento se baseia, em geral, em uma situação preexistente que se relaciona a um produto cujo vínculo com o território garante a formação de uma identidade.

Daí se tem, de acordo com Pereira (2011) que não se deve separar as dimensões materiais e imateriais do território, na medida em que as territorialidades são definidas pela concretude histórica e social do território em questão, ou seja, ainda que a materialização das territorialidades das IG's seja carregada de um simbolismo atrelado a um produto, é a ação social materializada no território que originou a possibilidade de diferenciação desse objeto/serviço.

Ao analisarmos o estado da arte das IG's brasileiras as mesmas podem ser divididas em dois grupos: as Indicações de Procedência (IP) e as Denominações de Origem (DO), como definidas anteriormente.

Assim, é importante destacar o enfoque nas questões territoriais, pois o mesmo pressupõe que a análise dos problemas reais deve levar em conta o espaço de ação em que

transcorrem as relações sociais, econômicas, políticas e institucionais, pois o espaço dessas ações é construído a partir das ações dos indivíduos e do ambiente ou ainda do contexto em que estão inseridos (SCHNEIDER, 2003, p. 7).

Vale ressaltar, ainda, a dimensão da territorialidade descrita por Pecqueur (1992) como sendo significativa na territorialização relacionada a uma potencialidade específica do território. Nesse caso, com o afloramento dos sentidos de pertencimento, através da transmissão dos saberes exercida pelos indivíduos que lá se encontram, pois, o território passa a ser *locus* da ação das redes sociais locais, que se articulam através de seus atributos históricos, políticos e econômicos e, dessa forma, aproximam a abordagem cultural geográfica através de suas categorias de análise. Nessa perspectiva, se faz necessária uma análise dos elementos materiais e imateriais presentes no território, visto que se configuram como princípios norteadores para a consolidação das IG's.

Santos (2002), analisando as IG's, mostra as relações entre a técnica, o tempo e o espaço, concluindo que a técnica é o elemento que une tempo e espaço, ou seja, a técnica, além de ser história, é geografia:

O que há num determinado lugar é a operação simultânea de várias técnicas, por exemplo, técnicas agrícolas, industriais, de transporte, comércio ou marketing, técnicas que são diferentes para um mesmo produto, segundo as respectivas formas de produção. Essas técnicas particulares, essas “técnicas industriais”, são manejadas por grupos sociais portadores de técnicas socioculturais diversas e se dão sobre um território que, ele próprio, em sua constituição material, é diverso, do ponto de vista técnico. São todas essas técnicas, incluindo as técnicas da vida, que nos dão a estrutura de um lugar. (SANTOS, 2002, p. 58).

Nessa perspectiva, se pode citar Porto-Gonçalves (2002, p. 311), quando este afirma que:

A sociedade se territorializa, sendo o território sua condição de existência material. É preciso recuperar essa dimensão material, sobretudo nesse momento como o que vivemos em que se dá cada vez mais importância à dimensão simbólica, quase sempre de modo unilateral, como se o simbólico se opusesse ao material.

Face ao exposto, é importante compreender o conceito de território, que, para Saquet (2006, p. 83), se traduz como:

[...] natureza e sociedade: não há separação: é economia, política e cultura; edificação e relações sociais; des-continuidades; conexão e redes; domínio e subordinação; degradação e proteção ambiental, etc. Em outras palavras, o território significa heterogeneidade e traços comuns, apropriação e dominação historicamente condicionadas; é produto e condição histórica e transescalar; com múltiplas variáveis, determinações, relações e unidade. É espaço de moradia, de produção de serviços, de mobilidade, de desorganização, de arte, de sonhos, enfim, de vida (objetiva e subjetivamente). O território é processual e relacional, (i)material, com diversidade e unidade, concomitantemente.

Dessa forma, vale destacar o papel da Geografia e das suas categorias de análise para melhor compreender as IG em seu processo de formação e delimitação, assim como as relações socioeconômicas que as caracterizam, tendo em vista que as várias pesquisas relacionadas às IG's restringem-se ao processo de produção e comercialização, ao *saber fazer* desses produtos e serviços, deixando muitas vezes de analisar, as relações com o território e as consequências que as novas demandas podem acarretar para a dinâmica local/regional, bem como os novos processos de territorialização e desterritorialização promovidos para a consolidação de uma IG.

Nesse sentido, Pereira (2011) chama atenção para o viés econômico-corporativo que legitima e dá suporte a formas de apropriação territorial que acabam por alijar as pessoas do próprio território. Portanto, no contexto desta pesquisa, podem ser incluídos nessa categoria os produtores locais que, muitas vezes, por não conseguir atender às demandas estabelecidas nas diretrizes relativas aos processos de fabricação especificados, acabam por ser destituídos da participação na produção de produtos com Indicação Geográfica, apesar de estarem envolvidos no processo desde o seu início.

Tanto o território nacional quanto os lugares se tornam vítimas de discursos e práticas corporativos. Perde-se a dimensão do trabalho voltado aos interesses verdadeiramente coletivos, da distinção entre o que é público e o que é privado e das políticas que, verdadeiramente, potencializam a práxis social transformadora (PEREIRA, 2011, p. 99).

E é aí que se desenham e se intensificam os processos de desterritorialização, uma das marcas fundamentais da atualidade, que surge e partir da imposição de novas geometrias aos espaços

De acordo com Haesbaert, uma dinâmica de desterritorialização se configura a partir das dimensões política e cultural e agrega aspectos que vão desde o simbólico - que pressupõe a destruição de símbolos, marcos históricos e identidades - quanto o concreto, ou seja, o material, que incorpora a destruição de laços políticos e econômicos na perspectiva de integração. Nesse sentido, os indivíduos, grupos e classes sociais acabam por incorporar em diferentes escalas as perspectivas desterritorializadas e desterritorializantes que permeiam os processos (HAESBAERT, 2002, 2003, 2009).

Transpondo o conceito para o tema das IG's, embora de forma superficial, uma vez que essa análise demanda o aprofundamento das leituras e das reflexões acerca dessas estruturas territorializantes e desterritorializantes, é possível inferir um potencial significativo no que concerne à desterritorialização do ponto de vista da imposição de estratégias de mercado que alteram as dinâmicas que originaram o reconhecimento de singularidades formadoras das indicações geográficas.

Cabe avaliar, de forma mais aprofundada, o impacto do viés econômico na apropriação não apenas das territorialidades fundadoras das IG's, mas também do próprio “sequestro” do *saber fazer* das pessoas que engendraram o simbólico e seu alijamento do processo produtivo, o que traz impactos perversos não apenas do ponto de vista econômico, ou seja, da sobrevivência dessas pessoas, mas também no âmbito cultural.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho, ainda em estágio incipiente, buscou caracterizar as indicações geográficas a partir de sua evolução histórica, passando pela criação de normas e diretrizes que buscaram regular o funcionamento de uma estratégia de mercado que tem rebatimentos no território e, por isso mesmo, interessa à Geografia.

Além disso, buscou-se analisar a dinâmica das Indicações Geográficas sob o ponto de vista do conceito de território, definindo a correlação existente entre um processo que surge para atender a um viés de mercado, mas que tem reflexos territoriais indissociáveis e que, por isso mesmo, também acaba por traduzir processos de desterritorialização, na medida em que, em muitos casos, o potencial de exclusão das pessoas que estiveram na origem da formação das identidades geográficas nos processos produtivos locais é inegável.

Com base em pesquisa preliminar, constata-se até o momento uma sobrevalorização do estudo das IG's a partir de um viés atrelado à perspectiva de propriedade intelectual e/ou industrial, o que permite inferir que ainda é necessária a ampliação das discussões das Identificações Geográficas em uma perspectiva da territorialidade inerente ao conteúdo.

Mais do que garantir a propriedade de um registro, o estudo preliminar do tema permite afirmar que no aspecto social, as IG's têm sido instrumento de apropriação territorial, na medida em que privilegia um número específico de produtores que se adequam às especificações predefinidas em cadernos e normas que são produzidos, na maioria das vezes, por agentes e em processos externos ao território onde se deram as condições iniciais que fomentaram a identidade daquele produto ou serviço.

## REFERÊNCIAS

ALCOFORADO, I. G. A construção de mercados certificados – uma abordagem neoinstitucionalista. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 2002, Passo Fundo, RS. **Anais...** Passo Fundo: SOBER, 2002. (CD-ROM).

ALMEIDA, A. F. R. **A autonomia jurídica da denominação de origem**. Wolter Kluwer Portugal sob a marca Coimbra Editora. Coimbra: Almedina, 2010.

ALMEIDA, A. F. R. IG, Indicação de proveniência e denominação de origem: os nomes geográficos na propriedade industrial. In: ALVAREZ ENRÍQUEZ, C. P. **Derecho del vino: denominaciones de origen**. Santiago: Editora Juridica de Chile, 2001.

AUDIER, J. Passé, présent et avenir des appellation d'origine dans le monde: vers la globalisation. **Bulletin de L'OIV**, v.79, n. 909-910, p. 689-696. 2006.

BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, p.143-147, 1995.

BRASIL. Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996 – **Regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial**. Atualizada até 2011. Presidência da República. Disponível em [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm). Acesso: 25 nov. 2011.

BRASIL. Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887. **Estabelece regras para o registro de marcas de fabrica e de comercio**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-3346-14-outubro-1887-542988-publicacaooriginal-52676-pl.html>. Acesso: 02 nov. 2019.

BRASIL. Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994. **Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT. (Acordo TRIPS)**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>. Acesso: 10 set. 2019.

CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. S.; PERIN, T. F. Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. **RDE. Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, n.11, p. 05-15, 2005.

CALDAS, A.S. Novos usos do território: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento regional. **Bahia Análise & Dados**, v.14, n.3, p. 593-602, 2004.

CARVALHO, N. T. P. **A estrutura dos sistemas de patentes e de marcas: passado, presente e futuro**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

CUP. **Convenção da União de Paris**. 1833. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/cup.pdf>. Acesso: 10 out. 2019.

FLORES, S. S.; FALCADE, I. A pesquisa sobre indicações geográficas no Brasil: um estudo bibliométrico. **Revista Ingi** (2019), Vol.3, n.2, p. 290-305. Abr/Mai/Jun.

GÓMEZ SEGADÉ, José Antonio. El acuerdo ADPIC como nuevo marco para la protección de la propiedad industrial e intelectual. **Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor 1994-95**, Madrid, Marcial Pons, t. 16, p. 33-79, 1996.

HAESBAERT, Rogério; BRUCE, Glauco. A desterritorialização na obra de Deleuze e Guattari. **Revista GEOgraphia**, Niterói, ano IV, n.7, p.7-31, 2002.

HAESBAERT, Rogério; BRUCE, Glauco. Desterritorialização: entre as redes e os aglomerados de exclusão. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.) **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p.166-205.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade**. 4ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Brasil). **Lei nº 9.279/96**, de 14 de maio de 1996. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm). Acesso em: 12nov 2019.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Brasil). **Resolução INPI 075**, de 28 de novembro de 2000. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em: [http://www6.inpi.gov.br/legislacao/resolucoes/re\\_075\\_00.htm?tr4](http://www6.inpi.gov.br/legislacao/resolucoes/re_075_00.htm?tr4). Acesso: 10 out. 2019.

INPI. **Mapa das Indicações Geográficas 2019**. Rio de Janeiro: INPI, 2019a. Disponível em: [http://geoftp.ibge.gov.br/cartas\\_e\\_mapas/mapas\\_do\\_brasil/sociedade\\_e\\_economia/indicacoes\\_geograficas\\_2019\\_20190919.pdf](http://geoftp.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/mapas_do_brasil/sociedade_e_economia/indicacoes_geograficas_2019_20190919.pdf). Acesso em: 03 nov. 2019.

INPI. 2006

LIMA, F. D.; GIESBRECHT, H. O.; LIMA, S. U. Indicação geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, ano V, n. 11, p. 42-48, 2007.

MACHADO, Simone Silva. **Gestão da qualidade**. Goiás, Instituto Federal de ciência e tecnologia Campus Inhumas, 2012.

PEREIRA, M. F. V. Território e política: práxis invertidas e desafios da existência. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, 23 (1): 95-104, abr. 2011.

PISTORELLO, N. Sub-projeto denominação de origem controlada. Projeto VICTURValorização do turismo integrado à identidade cultural dos territórios. SEBRAE-RS, 2006. Disponível em: [http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/\\_upload/artigo\\_18.pdf](http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/_upload/artigo_18.pdf). Acesso em: 17out. 2019.

PORTO-GONÇALVES, C. W. Da geografia às geografias: um mundo em busca de novas territorialidades. In: CECEÑA, A. E.; SADER, E. Org. **A Guerra infinita: hegemonia e terror mundial**. Petrópolis: Vozes, 2002. Cap. 10, p. 289-358.

PORTUGAL. **Acordo de Lisboa para a proteção das Denominações de Origem e seu registro internacional**. 1958. Disponível em [http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt\\_PT/1/5/21/Acordo%20de%20LisboaRegistro%20Internacional%20DO.pdf](http://www.marcaspatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/5/21/Acordo%20de%20LisboaRegistro%20Internacional%20DO.pdf). Acesso: 16 de nov. 2019.

SAQUET, Marcos Aurélio. Proposições para estudos territoriais. **Geografia**, Paraná, ano VIII, n.15, p.71-85, 2006.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp, 2002.

SCHNEIDER, S. Desenvolvimento rural regional e articulações extra regionais. In: Fórum internacional território, desenvolvimento rural e democracia, 1., 2003, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: MDA: IICA, 2003. p. 1-21.

SILVA, A. R. P. da. **Indicações geográficas e estratégia territorial competitiva**: estudo comparado Brasil x Espanha. Tese (Doutorado em Economia). 2014. 193 f. Uberlândia: - Universidade Federal de Uberlândia, 2014.

VIVEZ, Jacques. **Traité des appellations d'origine: legislation, réglementation, jurisprudence**. Paris: **Droit et Jurisprudence**, 1943.