

## **INOVAÇÃO EM POLÍTICAS PÚBLICAS NO CONTEXTO DA PROMOÇÃO DAS ORIGENS: A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL**

### **INNOVATION IN PUBLIC POLICIES IN THE CONTEXT OF THE PROMOTION OF ORIGINS: THE GEOGRAPHICAL INDICATION IN BRAZIL**

**Bruno Henrique Aguiar**

Mestre em Desenvolvimento Sustentável e Extensão pelo PPGDE/UFLA  
Universidade Federal de Lavras – UFLA  
Nepomuceno – MG, Brasil  
[brunobaratiaguiar@gmail.com](mailto:brunobaratiaguiar@gmail.com)

**Paulo Henrique Montagnana Vicente Leme**

Doutor em Administração pelo PPGA/UFLA  
Professor no Departamento de Administração e Economia (DAE/UFLA)  
Lavras– MG, Brasil  
[paulo.leme@ufla.br](mailto:paulo.leme@ufla.br)

**Marcelo Márcio Romaniello**

Doutor em Administração pelo PPGA/UFLA  
Professor no Departamento de Gestão Agroindustrial (DGA/UFLA)  
Lavras– MG, Brasil  
[mromaniello@dae.ufla.br](mailto:mromaniello@dae.ufla.br)

\* **Recebido em: 01/02/2018**

\* **Aceito em: 14/12/2018**

#### **RESUMO**

Configurando um processo de comoditização a atividade agrícola tem se baseado cada vez mais na uniformização da produção devido à busca pela redução de custos. Contrários a essa vertente um grande numero de consumidores tem buscado produtos ligados a origem, que mantenham praticas produtivas relacionadas à tradição e ao modo de produção, e que valorizem os costumes e os conhecimentos adquiridos ao logo do tempo. Nesse contexto, destaca-se a Indicação Geográfica, como forma de diferenciação de mercado e valorização do produto. Este trabalho busca analisar a inovação em políticas públicas no contexto da promoção das origens, de modo que tal inovação contribua principalmente para o desenvolvimento regional, onde pequenos produtores, através das redes de cooperação, possam encontrar na Indicação Geográfica a possibilidade de contribuição para o desenvolvimento econômico e regional. A partir de revisão de dados secundários e entrevistas com atores-chave no contexto das políticas públicas na promoção das origens, o presente estudo busca compreender melhor as possibilidades e ganhos obtidos através da valorização da origem pela Indicação Geográfica. O trabalho finaliza discutindo sobre a necessidade de um maior incentivo na promoção das origens, e sobre os benefícios obtidos através das Indicações Geográficas na busca pelo fortalecimento da atividade agrícola e desenvolvimento

regional.

**Palavras-chave:** Indicação Geográfica; políticas públicas; desenvolvimento regional.

### ABSTRACT

Setting up a process of commoditization, agricultural activity has been increasingly based on the standardization of production due to the search for cost reduction. Contrary to this aspect, a large number of consumers have sought products linked to their origin, which maintain productive practices related to tradition and the mode of production, which value the customs and knowledge acquired over time. In this context, the Geographical Indication stands out as a way of differentiating the market and valuing the product. This work seeks to analyze innovation in public policies in the context of the promotion of origins, so that such innovation contributes mainly to regional development, where small producers, through cooperation networks, can find in the Geographical Indication the possibility of contributing to the economic and regional development. From the review of secondary data and interviews with key actors in the context of public policies in promoting origins, the present study seeks to better understand the possibilities and gains obtained through the valorization of the origin by the Geographical Indication. The paper ends by discussing the need for a greater incentive to promote origins, and especially the benefits obtained through Geographical Indications in the search for the strengthening of agricultural activity and regional development.

**Keywords:** Geographical Indication, public policies, regional development.

## 1. INTRODUÇÃO

Com origem nos países europeus, a indicação geográfica (IG) surge com o propósito de proteger produtores de determinada localidade contra a utilização ilegal de nomes de regiões e de marcas com reputação consagradas nos mercados agrícolas (MAPA, 2008).

No contexto da globalização e diferenciação de produtos, formas especiais de proteção aos produtos, que visam, principalmente, distinguir a origem e qualidades diferenciadas começam a despertar o interesse, e tanto produtores quanto consumidores passam a valorizar sua identidade própria.

Seguida por países como Itália e Espanha, a França é o país com maior número de indicações geográficas, onde 593 certificações (466 para vinhos e destilados e 127 para outros produtos) representam um valor de 19 bilhões de euros em comércio (16 bilhões para vinhos e destilados e 3 bilhões para outros produtos). Essa valorização da origem mediante a indicação geográfica tem apoiado cerca de 138.000 propriedades agrícolas no país (MAPA, 2014).

No Brasil a região do Vale dos Vinhedos (RS) com a produção de vinhos, foi a primeira a receber o reconhecimento de IG em 2002, o que levou outras regiões como o Cerrado Mineiro (café do cerrado) e o Pampa Gaúcho (carne do pampa), a buscarem pelo registro de origem de seus produtos (MAPA, 2008).

Segundo o MAPA (2013) a noção de indicação geográfica surge de forma gradativa na medida em que produtores e consumidores passam a perceber qualidades e sabores diferenciados, típicos de determinadas regiões, onde fatores ligados ao ambiente como: fatores naturais, fatores humanos e suas relações sociais, apresentam sua originalidade e características próprias.

Nesse contexto, dentre os principais benefícios da proteção de origem estão à garantia da autenticidade e rastreabilidade do produto, a cooperação entre os atores sociais, e o desenvolvimento econômico e regional. Outro ponto de destaque é que no Brasil a legislação

obriga que o detentor do registro seja uma associação que represente a coletividade de produtores e/ou artesãos do local, o que obriga aos requerentes estabelecerem estratégias de coordenação para gerir a IG (BRASIL, 1996).

O registro de indicações geográficas no Brasil foi estabelecido pela Lei 9279/96 – LPI/96 e considera como indicação geográfica (IG) dois tipos: a indicação de procedência (IP) e a denominação de origem (DO), atribuindo ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) a função de estabelecer as condições normativas necessárias ao registro das indicações geográficas (INPI, 2014).

É importante ressaltar que além de uma possível viabilidade econômica, a IG tem o papel de contribuir com o desenvolvimento regional, através de atividades específicas que, de alguma forma, agem sobre a economia local (turismo, atividades conexas, etc.) e sobre o patrimônio e por uma resposta adequada às demandas sociais (paisagens, bem estar animal, comércio justo) (MAPA, 2013).

De acordo com o INPI (2014), a indicação de procedência (IP) indica o nome geográfico que tenha se tornado conhecido pela produção ou fabricação de determinado produto ou serviço e a denominação de origem (DO) indica o nome geográfico do local que atribui ao produto, ou serviço, qualidades ou características que sejam próprias do meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

No país entre os principais atores responsáveis pelas políticas públicas voltadas para as IGs estão o MAPA, como agente de fomento à identificação de produtos com potencial para alcançar o registro, e o INPI, responsável pela análise da pertinência da indicação e realização do registro, assegurando a segurança jurídica necessária aos detentores do direito de uso das IG (MAPA, 2013).

Mascarenhas (2014) relata que há ainda uma insuficiência de políticas públicas direcionadas a valorização da origem de produtos por indicação geográfica e a regulação das regiões com registros de IGs; bem como a falta de legislação que defina de forma mais clara os contornos dessa política e possibilite maior efetividade no emprego dos recursos e atuação mais eficaz das instituições em apoio a essas iniciativas. Há ainda indefinições quanto ao foco dessas políticas, se de corte setorial, desenvolvimento local ou de formas híbridas

Enquanto em países desenvolvidos, sobretudo no âmbito da União Europeia, as indicações geográficas (IG) são fortemente utilizadas como instrumentos de proteção, acesso a mercados, valorização de produtos e desenvolvimento local, nos países em desenvolvimento elas são ainda pouco adotadas, correspondendo a menos de 10% das 10 mil indicações geográficas reconhecidas no mundo (GIOVANNNUCCI, 2008, apud MASCARENHAS, p 105.)

Diante deste contexto o tema desta pesquisa se apoia no estudo de políticas públicas de fomento à proteção de origem de produtos brasileiros. Mafra (2008) afirma que, ao se criar uma identidade vinculada ao produto, novas relações são estabelecidas entre os agentes que atuam desde a produção até o consumo.

Em países desenvolvidos e mesmo no Brasil, a IG tem demonstrado que pode ser um instrumento de mercado e/ou de desenvolvimento rural relevante, oferecendo novas oportunidades para as regiões rurais (MAPA, 2013).

Entretanto os efeitos das IG no desenvolvimento rural não são automáticos ou determinados previamente. Eles dependem de vários elementos internos ao sistema de IG, assim como de vários fatores externos, sendo o mais importante, o apoio do quadro institucional (presença de instituições de apoio, políticas públicas voltadas para a promoção

das IG) (MAPA, 2013).

Levando em consideração que a Indicação Geográfica no Brasil é assunto ainda em desenvolvimento, o problema de pesquisa apresenta se então em compreender como foram desenvolvidas as políticas públicas vinculadas à valorização de origem e ao fomento das indicações geográficas no Brasil?

O objetivo deste artigo é então analisar as políticas públicas de incentivo à valorização da origem de produtos serviços no Brasil com foco nas Indicações Geográficas.

Para tal, o estudo se apóia na investigação bibliográfica, e no levantamento de dados através de roteiros de entrevista com atores chave para a compreensão sobre as ações públicas de incentivo ao reconhecimento de indicações geográficas dos produtos agrícolas brasileiros. Em seguida, o estudo busca evidências de que tais ações públicas de incentivo ao reconhecimento das Indicações Geográficas dos produtos agrícolas brasileiros se encaixam em um modelo de inovação no agronegócio no âmbito de políticas públicas de promoção da origem.

Além desta primeira parte introdutória, na segunda parte serão apresentados os conceitos e pressupostos teóricos relacionados a indicações geográficas, valorização da origem, políticas públicas e inovação no agronegócio no contexto da promoção das origens. Na terceira parte serão apresentadas as metodologias de pesquisa empregadas neste estudo.

Na parte de número quatro serão apresentados os resultados e discussões. Por fim, nas considerações finais a discussão será retomada para analisar as políticas públicas de incentivo à valorização da origem de produtos serviços no Brasil com foco nas Indicações Geográficas e sua proximidade a proposta de inovação no agronegócio no âmbito de políticas públicas de promoção da origem.

## 2 Contexto Histórico

Com o objetivo de distinguir a origem, geográfica ou pessoal de um produto a IG e as marcas já se confundiam na antiguidade. Mesmo na Bíblia, encontram-se indicações de sinais distintivos de uma origem, como os vinhos de En-Gedi e o cedro do Líbano (MAPA, 2014).

Também na Grécia, em Roma, produtos eram diferenciados justamente pela sua origem, como o bronze de Corinto, os tecidos da cidade de Mileto, as ostras de Brindisi e o até hoje renomado mármore de Carrara (MAPA, 2014).

Em tal contexto a indicação geográfica é possivelmente, em termos de propriedade intelectual, o mais antigo e certamente o menos usual, em comparação com as patentes, marcas e cultivares (KAKUTA e SOUSA, 2006).

A primeira intervenção estatal na proteção de uma IG ocorreu em 1756, quando o então Primeiro-Ministro do Reino, Marques de Pombal, influenciado pelos produtores, criou medidas que protegessem a origem do vinho (MAPA, 2014).

Agrupando produtores na Companhia dos Vinhos do Porto, delimitando a área de produção, fixou características e regras de produção e por fim, mandou registrar legalmente, por decreto, o nome Porto para vinhos, criando, assim, a primeira denominação de origem protegida (MAPA, 2014).

A França por sua vez possui grande importância histórica neste ramo, sendo uma referência mundial no contexto das indicações geográficas. A apelação de Origem Controlada (AOC) é o selo oficial de qualidade dos alimentos mais antigo do país, criado para regulamentar e proteger o uso dos nomes geográficos que identifica a origem de produtos agrícolas e alimentares (KAKUTA e SOUSA, 2006).

Os países europeus como a França e Portugal, podem ser caracterizados como matrizes principais na institucionalização das indicações geográficas em todo o mundo. Mas, esses processos nem sempre podem ser aplicados em sua totalidade em outros países (MAFRA, 2008).

Devido às diferenças culturais e também a própria exigência que um sistema de controle requer; muitos países não possuem um sistema consolidado para a gestão desses registros, caracterizando-se como um procedimento absolutamente novo para vários países em desenvolvimento (MAFRA, 2008).

O Brasil é um exemplo clássico, onde casos de sucesso como a Denominação de Origem (DO) do Café do Cerrado Mineiro e a Indicação de Procedência (IP) da Cachaça de Paraty, foram desenvolvidos mediante a mobilização social de grupos de produtores e o fomento e apoio de instituições como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), INPI e organizações de terceiro setor. Entretanto, não existe uma ação coletiva que atue no fomento ao reconhecimento de produtos e serviços por sua IG, e na regulação e fiscalização dos produtos e serviços reconhecidos por sua IG (AGUIAR e LEME, 2015).

## 2.1 Indicações Geográficas (IG)

A valorização da qualidade de produtos ligados à origem se deve, todavia, ao ambiente, o que vai muito além das condições naturais, incluindo o fator humano e suas relações sociais (MAPA, 2014).

Desse modo o conceito de indicação geográfica mostra-se importante, pois destaca as particularidades de diferentes produtos de diferentes regiões, valorizando, então, esses territórios, criando assim, um fator diferenciador para produtos que apresentam originalidade e características próprias (MAPA, 2014).

Essa noção vem sendo difundida e apropriada como um processo de qualificação que busca valorizar as potencialidades locais e a origem dos produtos. Adquirindo uma significativa importância no sistema agroalimentar, uma vez que desloca os esforços de qualificação para a origem dos produtos (MAFRA, 2008).

Devido à globalização dos mercados é notável a crescente homogeneização de produtos das cadeias agroalimentares, dada a necessidade de padrões de qualidade reconhecíveis e garantidos para mercados distantes, configurando um processo de comoditização (MASCARENHAS, 2014).

No âmbito do consumo, uma vertente contrária vem sendo refletida nas preferências do consumidor por produtos diferenciados, oriundos de processos sustentáveis, saudáveis, incorporando novos sabores e traduzindo atributos intangíveis, como história, cultura e tradições (MASCARENHAS, 2014).

Surge então um processo de qualificação que vem ganhando espaço frente a um modelo de produção em larga escala e ao comércio de commodities. Esse movimento caracteriza-se pela mudança de um modelo baseado na quantidade e pelos sucessivos aumentos de produtividade, valorizando aspectos qualitativos. Assim, a qualidade passa a ser um dos aspectos a serem perseguidos no mercado para a valorização dos produtos (MAFRA, 2008).

Esse contexto tem levado a uma crescente revalorização do local, diferenças culturais e ao resgate das formas tradicionais de produção, que por sua vez oportunizam políticas de agregação de valor e de desenvolvimento rural por meio do reconhecimento e proteção de indicações geográficas (MASCARENHAS, 2014).

## 2.2 Proteção e regulação das Indicações Geográficas

Assim como as marcas e os nomes comerciais, as IGs são signos distintivos que possuem um objetivo comum: diferenciar os produtos e indicar a sua origem comercial. Diferenciar o produto significa indicar ao consumidor que um produto é diferente do outro.

Desse modo a IG, além de diferenciar o produto e seu produtor, aponta para uma determinada origem geográfica e condições específicas de produção (MAPA, 2014).

Todavia, quando um signo passa a ser conhecido e valorizado, este adquire um valor diferenciado, despertando o desejo. E para impedir que terceiros mal intencionados se aproveitem desse signo foram criadas formas de proteção a esses signos distintivos. Buscando garantir que apenas o legítimo titular (proprietário) ou terceiro legitimado (licença, por exemplo) possa utilizar o signo (MAPA, 2014).

A proteção da notabilidade de produtos ligados à determinada região teve início na Convenção da União de Paris (CUP), em 1883, onde se buscava a proteção contra atos de concorrência desleal as falsas “indicações de procedências” (GONCALVES, 2007 apud MASCARENHAS, 2008).

Em 1891, países que julgavam ineficiente a proteção concedida pela CUP selaram o acordo de Madri (1891) tentando suprir as lacunas dentro dessa convenção. Posteriormente ao famoso acordo de Madri, foi assinado o Acordo de Lisboa, em 1958, como uma revisão dentro da CUP (MASCARENHAS, 2008).

Entretanto apenas com o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS), de 1994, que alguns padrões mínimos de proteção para esses signos foram universalizados, ou seja, estendidos para todos os 159 países que fazem parte da OMC (MAPA, 2014).

Além de regular a proteção das marcas, o TRIPS, também regula, especificamente, as IGs em seus artigos 22 a 24, definindo IGs como aquelas que identificam um produto como originário do território de um Estado membro, região, ou localidade naquele território, vedando a utilização de qualquer meio que sugira que o produto é originário de região diferente da verdadeira origem, induzindo o consumidor a erro (MAPA, 2014).

O Brasil é signatário do TRIPS, e logo após sua adesão, buscou se harmonizar a esse acordo através da promulgação da Lei de Propriedade Industrial (LPI), Lei 9.279, de 14.05.1996 (BRASIL, 1996).

Segundo o artigo 176, da lei de Propriedade Intelectual, “constitui-se como indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem”. Dessa forma, o gênero Indicação Geográfica (IG) possui duas espécies que são a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). No artigo 177 a IP é definida como 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).

Já a DO exige fatores ligados ao ambiente ou à forma de produção tenham uma influência no produto final, conforme definido no artigo 178 como 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).

De acordo com o direito brasileiro, a indicação geográfica é de natureza declaratória, isto é, torna-se reconhecida como tal através de um órgão específico responsável pelo registro nacional, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) (MASCARENHAS, 2008).

Sua atribuição foi definida no artigo 182 da lei de Propriedade Intelectual. Com base na Resolução 75/00 INPI estabeleceu os procedimentos necessários para o registro das indicações geográficas no Brasil (MASCARENHAS, 2008).

Sendo objeto de direito privado coletivo e de natureza declaratória, no Brasil as indicações geográficas devem ser reconhecidas e registradas pelo órgão responsável, no caso o INPI. Tal registro reúne uma série de requisitos que compõem as exigências para o reconhecimento, dentre os quais estão os seguintes (KAKUTA e SOUSA, 2006):

- 1) o nome geográfico;
- 2) descrição do produto ou serviço;
- 3) as características referentes ao produto ou serviço;
- 4) levantamento histórico que comprove a legitimidade do requerente;
- 5) a regulamentação de uso do nome geográfico;
- 6) documento oficial que delimite a área geográfica;
- 7) delimitação da área geográfica.

Tratando-se da solicitação de IP, são necessários ainda documentos que comprovem a reputação ou notoriedade do local de extração, produção ou fabricação do produto ou serviço; a comprovação da existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços e a comprovação de que os serviços estejam produzindo ou trabalhando na área geográfica demarcada (KAKUTA e SOUSA, 2006).

No caso do pedido de registro de uma DO, além das comprovações já citadas, torna-se necessário a descrição das qualidades e características do produto que sejam exclusivas do meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos; e uma descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser referentes ao meio de produção, como fatores naturais (KAKUTA e SOUSA, 2006).

### **2.3 Proteção e regulação das Indicações Geográficas**

Antes de tudo deve se entender o que são políticas públicas. Em um contexto repleto de definições, estas podem ser entendidas como um conjunto de ações implementadas pelo Estado e pelas autoridades governamentais em um sentido amplo. Trata-se do estudo do “Estado em ação” (MARQUES, 2013).

Portanto, estudar políticas públicas é analisar como e porque o Estado age como age, mediante as condições que o cercam (MARQUES, 2013).

Peters (1986) define política pública como a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação influenciando a vida dos cidadãos.

Outra definição é de que a política pública seja um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz das questões públicas (MEAD, 1995).

Em uma visão pluralista, críticos dessas definições, defendem o embate em torno de idéias e interesses. Atribuindo valor ao seu aspecto conflituoso e as possibilidades de cooperação que podem ocorrer entre os governos outras instituições e grupos sociais. (SOUZA, 2006).

Inúmeras são as razões que levam diferentes atores sociais ao interesse e estudo das políticas públicas, entretanto as principais e responsáveis por uma maior investigação são as razões científicas, profissionais e políticas (TUDE, 2009).

Desse modo, torna-se notável sua repercussão na economia e nas sociedades, surge daí o motivo de se tentar explicar nos estudos sobre políticas públicas as inter-relações entre Estado, política, economia e sociedade (SOUZA, 2006).

Esta é também a razão porque pesquisadores das diversas áreas como: economia,

ciência política, sociologia, antropologia, geografia, planejamento, gestão e ciências sociais aplicadas compartilham um interesse comum pela área e têm contribuído para avanços tanto teóricos quanto empíricos (SOUZA, 2006).

Quando se discute políticas públicas é imprescindível falar da formulação, implementação e avaliação de tais políticas. É nesse contexto que se discute o ciclo de políticas públicas (BAPTISTA, 2011).

Howlett e Ramesh (1990) definiram as fases referentes ao processo da política pública em cinco etapas, sendo elas: montagem da agenda; formulação da política; tomada de decisão; implementação e avaliação.

De acordo com esse modelo uma política se inicia com a percepção de problemas, passa por um processo de formulação, propostas e decisão, segue para a implementação e enfim é avaliada, dando início a um próximo processo de reconhecimento de problemas e formulação de política (HOWLETT e RAMESH, 1990)

Essa ideia de ciclo, possivelmente é a perspectiva mais corrente e compartilhada nos atuais estudos sobre política pública e apesar das críticas ao modelo (caráter funcionalista e racional, que tenta manter o controle sobre o processo político), este é referência no debate acadêmico e persiste na atualidade (BAPTISTA, 2011).

Com base nessa breve análise e nos estudos de Souza (2006) podemos sintetizar que a política pública envolve diferentes atores e níveis de decisão e que embora seja materializada através dos governos não se restringe necessariamente a participantes formais, já que os informais possuem sua importância. Outro fator importante é que a política pública envolve processos subsequentes após sua decisão e proposição, ou seja, implica também implementação, execução e avaliação (SOUZA, 2006).

## **2. 4 Políticas Públicas no agronegócio**

No que se refere ao planejamento estratégico, a produção agropecuária se relaciona diretamente a três grandes temáticas: segurança alimentar, matriz energética e sustentabilidade ambiental. Tais temas se tornam fundamentais na agenda de discussão de um país com participação do agronegócio na economia que varia de 15% a 45%, se englobada toda a organização da atividade agrícola (IPEA, 2012).

Diretamente influenciado por instrumentos de política macroeconômica e agrícola, o setor agropecuário apresenta um conjunto de características que o diferencia dos demais setores da economia, destacando a dispersão do espaço rural, a sazonalidade da produção, a duração do ciclo produtivo, a perecibilidade dos produtos, a especificidade biotecnológica, os altos riscos, as exigências de mercado e o baixo retorno econômico (BACHA, 2004).

Observando o fundamental papel da agricultura para o abastecimento interno de produtos alimentares e sua importância econômica e estratégica, justifica se a formulação de políticas agrícolas que atendam ao setor (CRUZ, 2007).

A produção de 184,1 milhões de toneladas de grãos em 2012/13, mostra que o setor agropecuário segue, contribuindo para que o Brasil se consolide como um dos principais produtores mundiais de alimentos, garantindo o abastecimento interno e aumentando a participação no comércio internacional (PAP 2013/2014).

O Plano Agrícola e Pecuário – PAP (sob a responsabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA) e o Plano Safra da Agricultura Familiar (sob a responsabilidade do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA), consolidam o conjunto de políticas públicas específicas para a agricultura e divulgam no início de cada ano

agrícola as ações que visam o fortalecimento da agricultura brasileira (BACHA, 2004).

Tais documentos determinam o volume de recursos destinados ao crédito rural, as taxas de juros, prazos e preços mínimos para os produtos agrícolas e, embora possam ser modificados pelo Governo, tornam-se instrumentos de planejamento de agentes produtivos como: associações, cooperativas, empresas agrícolas e produtores rurais (BACHA, 2004).

Segundo o Plano Agrícola e Pecuário (PAP 2013/2014), a indicação geográfica é um ativo de propriedade intelectual utilizado como ferramenta de desenvolvimento rural sustentável e agregação de valor ao produto. Entretanto seus benefícios vão além da agregação de valor, resultando no desenvolvimento socioeconômico da região por meio da melhor organização dos produtores e da produção, valorização do patrimônio cultural, incremento do turismo, entre outros.

Nesse contexto, o MAPA busca melhorar o atendimento aos produtores, através da realização de diagnósticos mais precisos das cadeias produtivas, construção de projetos adequados de fomento, com capacitações, eventos e financiamento de registro (PAP 2013/2014).

## 2.5 Inovação no agronegócio no contexto da promoção das origens

O Brasil é considerado um exemplo de excelência na produção de conhecimento aplicado à produção agropecuária. No contexto da inovação na agricultura, é necessário destacar que esta, depende de um arcabouço institucional, capaz de gerar conhecimento público e oportunidades tecnológicas, bem como da capacidade dos agentes produtivos de acumular conhecimento (IPEA, 2012).

Belarmino et al, (2011), em análise a OCDE destaca que a inovação no cenário rural implica em decisões bem informadas e estratégicas, sobre investimentos regionais e como estes serão aplicados.

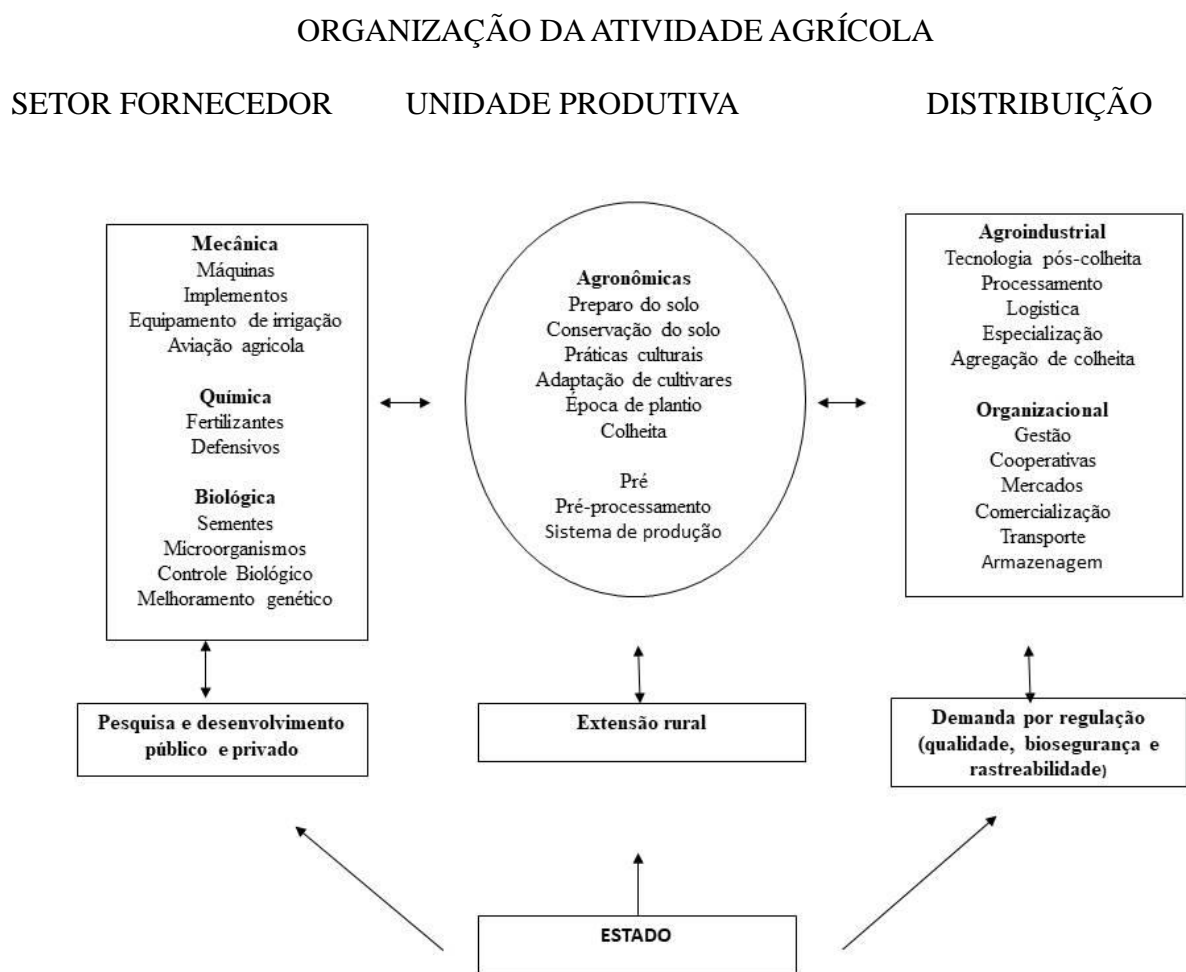
Em primeiro lugar, a inovação no meio rural não é apenas sobre novos produtos, mas também sobre os processos, o que pode significar a oportunidade de realizar atividades tradicionais da agricultura ou turismo, como forma de tornar mais produtiva e sustentável a propriedade. Em segundo lugar, a inovação é sobre a forma como os governos agem e interagem com acadêmicos e privados, pois a inovação institucional é uma questão fundamental no desenvolvimento rural e as ferramentas de gestão inovadora podem ser fatores essenciais para se determinar se vale a pena investir para desenvolver essas áreas. Em terceiro, mesmo quando se fala em produção de tecnologia, no sentido de conhecimento sobre a técnica, deve haver clara distinção entre tecnologias emergentes e amadurecidas. (BELARMINO et al, 2011 apud OCDE, 2006).

No contexto de inovação na atividade agrícola nota-se que o processo de adoção e difusão tecnológica depende diretamente das redes de aprendizado presentes em toda organização produtiva, como: produtores, consumidores, centros de pesquisa, universidades, empresas de extensão rural e o Estado (IPEA, 2012).

Desse modo, o ambiente institucional tem a capacidade de definir os paradigmas e trajetórias, bem como propiciar maior conexão entre os agentes, facilitando a difusão do conhecimento (IPEA, 2012).

O modelo proposto por Vieira Filho (2009) destaca a inovação na atividade agrícola como algo que envolve toda a unidade produtiva, inclusive a cadeia produtiva regional.

**Figura 1: Inovação, ciência e tecnologia na organização da atividade agrícola**



Fonte: adaptado de Vieira Filho (2009)

Tal modelo destaca os pontos onde o fator “inovação” deve trabalhar na busca por externalidades positivas na atividade agrícola. Em termos de promoção da origem e de indicações geográficas, esta inovação se caracteriza com a conservação das práticas culturais, a especialização na produção com características inerentes ao meio, a agregação de valor a um produto com origem determinada, a busca por novos nichos de mercado e a organização dos produtores em associações e cooperativas (VIEIRA FILHO, 2009).

No setor público, entende-se por inovação a ideia de mudança, introdução de novidade em relação ao modo antigo de se fazer as coisas em determinado contexto. Assim, a inovação deve também gerar valor para a sociedade e usuários, de modo que a exploração bem sucedida de uma ideia culmine em mudança positiva, consistente e duradoura para as pessoas (MOREIRA et al, 2014).

Em tal contexto, a relação entre estado, mercado e sociedade civil; por meio das redes

de cooperação na esfera pública buscam a efetividade com base na legitimação social, para a realização do interesse público (MOREIRA et al, 2014).

### 3 MÉTODO

O estudo de caráter exploratório utiliza dados secundários, obtidos através de pesquisa bibliográfica, junto a artigos, livros e demais publicações determinantes na área. Tendo como foco de análise as políticas públicas de incentivo a produtos vinculados a origem, como fator de desenvolvimento rural e as ações do MAPA em tal contexto.

De acordo com Flick (2009), a pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas da vida. Partindo desse contexto são analisadas as relações sociais em torno das indicações geográficas.

A segunda parte da pesquisa se ampara no uso de dados primários, obtidos através de entrevistas realizadas com a Coordenadora da Comissão de Indicação Geográfica (CIG) e com o Analista de Registros e Indicações Geográficas do INPI. Ambos os gestores são responsáveis pelo fomento e registro das IGs no Brasil. Flick (2009) destaca que a entrevista centrada no problema ou entrevista focalizada, possui caráter qualitativo e tem por objetivo analisar um tema específico.

Tal entrevista deve respeitar o foco de interesse temático sem que isso implique conferir-lhe maior estruturação (GIL, 2008).

Devido ao cruzamento entre a pesquisa bibliográfica e realização de entrevistas intencionais e em profundidade, fez-se o uso da triangulação sistemática de perspectivas. Flick (2009) afirma que essa abordagem, refere-se à combinação de perspectivas e métodos apropriados que sejam convenientes para levar em conta aspectos distintos de um mesmo problema.

#### 3.1. Políticas de fomento às Indicações geográficas

A reforma administrativa por meio do Decreto nº 5.351/05, revogado pelo Decreto nº 7.127/10, oportunizou a integração do tema Indicação Geográfica no Programa de Gestão Estratégica do MAPA, como uma importante ferramenta de qualidade e desenvolvimento.

Sua atuação diretamente relacionada à IG foi oficializada por meio da criação da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários - CIG, ligada ao Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária - DEPTA, da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo - DEPTA/SDC. Desta forma, o MAPA passou a ser a instância de planejamento, fomento, coordenação, supervisão e avaliação das atividades, programas e ações de indicação geográfica de produtos agropecuários no Brasil.

A IG passou então a integrar o programa de gestão estratégica do MAPA, tornando-se uma importante ferramenta, pois após a aprovação do Código do Consumidor no Brasil, o setor produtivo foi obrigado a adotar procedimentos que possibilitassem a rastreabilidade dos produtos, inclusive os agropecuários (SEBRAE, 2006).

Determinando a regionalização da política agrícola o MAPA, mediante a um convênio firmado com o INPI consolidou-se como instância superior e central no planejamento, no fomento, na coordenação, na supervisão e na avaliação de atividades, programas e ações de indicação geográfica de produtos agropecuários, inclusive no que se refere aos aspectos normativos (MAPA, 2012).

Presente em todo o país por meio de suas 27 superintendências federais de agricultura,

que abrangem todo o território nacional, o MAPA permite a detecção e o fomento dos produtos com potencial de requerer proteção como IG (SEBRAE, 2006).

O que se espera dessa ação além da disseminação do conhecimento e da cultura da Propriedade Intelectual, com ênfase em IG são: o levantamento e a identificação de potenciais Indicações Geográficas nacionais de produtos agropecuários e agroindustriais, através dos Fiscais Federais Agropecuários - FFA do MAPA localizados nas Superintendências Federais de Agricultura - SFA, estimulando a sua consolidação e conscientizando os produtores sobre os benefícios da proteção da indicação geográfica pelo direito da propriedade industrial, a elaboração e produção de material técnico-informativo sobre indicações geográficas, marcas coletivas e marcas de certificação e a produção de documento sobre o marco legal de IG, e realização de oficinas de trabalho e seminários com entidades do setor rural (SEBRAE, 2006 p 29).

Em entrevista ao portal de comunicação do MAPA, Coordenadora da Comissão de Indicação Geográfica (CIG), relata a importância das ações do ministério: “as ações de incentivo ao uso de indicação geográfica, que são executadas pelas Superintendências Federais de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SFA), objetivam imprimir competitividade aos produtos agropecuários brasileiros e promover o desenvolvimento rural. Nesse trabalho são identificadas regiões potenciais para registro, realizados estudos e diagnósticos sobre as cadeias produtivas; além das contribuições técnicas voltadas para a documentação do registro” (MAPA, 2014).

Desse modo, uma estratégia de diferenciação dos produtos baseados na tipicidade e qualidade, afirmados pela identidade e origem, assume o papel de importante vetor de desenvolvimento local, diante da segmentação do mercado de alimentos e da elevação no padrão de qualidade (DULLIUS, 2008).

Tal cenário requer políticas públicas que valorizem os dispositivos de reconhecimento da produção diversificada e de alta qualidade possibilitando agregação de renda aos pequenos produtores incapacitados de competir no setor de alimentos com a produção em larga escala (DULLIUS, 2008).

Observa-se então a necessidade de uma gestão pública participativa. Nesse contexto, destaca-se a vertente societal, que por sua vez enfatiza a participação social e busca estruturar um projeto político que repense o modelo de desenvolvimento local e reforce a democracia substantiva. (PAES DE PAULA, 2005 apud COELHO, 2012).

Sendo que, a orientação do Estado por sua efetividade, se destaca, à medida que este incentiva os arranjos organizacionais baseados na ação coletiva e caracterizados pela autogestão, tais como o cooperativismo, o associativismo, a economia solidária (COELHO, 2012).

Coelho (2009) ainda afirma que, esta visa receber políticas públicas que gerem, de fato, uma transformação social. Desse modo os benefícios obtidos através das indicações geográficas se encaixam perfeitamente nessa busca pela efetividade.

### **3.2. As ações públicas de incentivo ao reconhecimento de Indicações Geográficas dos produtos agrícolas brasileiros**

Tendo como foco de análise principal as ações do MAPA e INPI no fomento e identificação de produtos com potencial para alcançar o registro, foram realizadas entrevistas com atores chave no processo de implementação de políticas públicas voltadas para IG. Os atores entrevistados foram a Coordenadora da Comissão de Indicação Geográfica (CIG) e o

Analista de Registros e Indicações Geográficas do INPI.

Segundo a entrevistada, as atividades do MAPA envolvem a identificação de produtos e regiões potenciais para registro; realização de levantamentos, estudos e diagnósticos sobre as cadeias produtivas potenciais; promoção, divulgação, esclarecimento e orientação sobre marcas e IG junto a produtores, técnicos, extensionistas e consumidores; apoio a projetos e programas específicos; acompanhamento e ações de fortalecimento das organizações produtivas usuárias de signos coletivos e emissão de instrumento oficial que delimita a área geográfica para registro além do e promoção de eventos (seminário, fóruns, oficinas etc).

São ações em cerca de 70 regiões no país, potenciais ou já registradas (ações pós IG), por meio da formalização de convênios institucionais, contratação de consultoria especializada ou sob orientação técnica direta realizada por fiscais federais agropecuários em busca do desenvolvimento sustentável, via agregação de valor aos produtos agropecuários, ressaltando as diferenças e identidades culturais próprias, organizando as cadeias produtivas e assegurando inocuidade e qualidade aos produtos agropecuários.

Outro importante ator nesse contexto é o INPI, responsável pelo reconhecimento oficial das indicações geográficas (IG), através da emissão de um registro oficial que concede um direito de exclusividade relativo do nome geográfico, desde que associado a aquela cadeia produtiva.

Mais do que isso, segundo o Analista de Registros e Indicações Geográficas do INPI, o INPI atua em atividades de fomento a novas indicações geográficas, bem como fornece orientação in loco sobre os procedimentos de registro, sobre os direitos de propriedade intelectual e a toda a estruturação de uma IG.

O Analista de Registros e Indicações Geográficas do INPI comenta sobre o papel do órgão: “É importante ressaltar que o INPI não tem o papel de “regulamentação”, sendo este atribuído às agências reguladoras, seu papel principal se dá na concessão de direitos ou registros, conforme determinações legais específicas”.

Desse modo, quando uma região possui potencial de indicação geográfica, e, a partir da busca dos produtores pela ajuda do INPI este, através da visita de técnicos à região busca conversar com o maior número de membros da cadeia produtiva e passar a compreender as expectativas e realidades do agrupamento de forma mais clara. Um papel claro de fomento e incentivo.

Cabe destacar que o MAPA e o INPI não agem de forma isolada, e que a cooperação entre outros órgãos como SEBRAE, EMBRAPA, universidades, dentre outros tem o papel fundamental no reconhecimento e promoção das IGs. A pesquisa bibliográfica evidencia a existência de um trabalho colaborativo entre tais instituições.

Esta articulação multidisciplinar, com contribuições de cada entidade no âmbito de suas competências, é indispensável. O antigo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), atual Ministério da Cidadania mediante a Secretaria Especial do Desenvolvimento Social, por exemplo, possui papel fundamental de apoio aos pequenos produtores familiares, assim como a IG poderia ser aproveitada por grupos indígenas, quilombolas e ribeirinhos, mas falta interlocução suficiente com as entidades que atuam com esses grupos.

Apesar das ações existentes, ainda são poucos órgãos, empresas públicas e entidades que despertaram para o tema das indicações geográficas, o qual acaba por ficar limitado a apenas alguns, apesar de tantos esforços.

Tendo em vista que não existe uma articulação governamental à nível de Estado brasileiro, ou seja, que envolva as esferas de governo e organizações da sociedade (SEBRAE,

MST, CNA, etc.) para construir um projeto nacional para as indicações geográficas, o estudo busca contribuir para a conscientização de tal necessidade. Entretanto, é notável a ausência desse tipo de articulação nacional no cenário brasileiro.

Nesse contexto destaca-se que a inovação em políticas públicas pode ser iniciada, principalmente, através de demandas sociais em tal sentido. No modelo de inovações no agronegócio proposto por (VIEIRA FILHO 2009), as IGs poderiam atuar em diversas áreas, tanto na unidade produtiva quanto na distribuição e construção de um novo mercado para o produto. No contexto das IGs, a inovação em políticas públicas deve trabalhar no sentido da proteção, regulação e fomento de tais produtos. Observando que, à medida que se segmenta a oferta, pode-se obter maior valor pelo bem, e que a busca do consumidor por um produto diferenciado, fortalece as relações produtivas em todos os elos da cadeia; promovendo desenvolvimento econômico e regional.

Em relação ao desenvolvimento regional proporcionado pelas indicações geográficas, ocorre um embate no que se refere ao desenvolvimento econômico e desenvolvimento social.

O Analista de Registros e Indicações Geográficas do INPI destaca que há casos internacionais documentados, que indicações geográficas geraram um aumento da concentração de terras, redução da diversidade alimentar da região, aumento do endividamento de pequenos produtores para com os beneficiadores etc. Um caso clássico é o da Tequila do México: Muitas pequenas destilarias fecharam por falta de “competitividade” e outras tantas foram adquiridas por grandes grupos internacionais. Fora isso, muitos pequenos produtores passaram a arrendar suas terras para as destilarias e a vender sua força de trabalho. Sob determinado aspecto pode-se entender que houve um maior desenvolvimento para a região, pelo aumento da participação deste setor no PIB com a verticalização, internacionalização e profissionalização da cadeia, gerando empregos formais. Todavia por outro lado, gerou uma série de relações de dependência, típicas do grande agronegócio.

Os relatos do Analista do INPI sobre o caso da “Tequila do México” apontam que valorização do produto reconhecido por sua IG pode despertar interesses mercadológicos focados na competitividade e no lucro. Entretanto, os principais benefícios sociais estão centrados no potencial de empoderamento dos pequenos produtores através da organização pela base, dos debates e da conscientização de que, ainda que não gere tanto “lucro” financeiro, a valorização de origem e o reconhecimento de um produto ou serviço por sua Indicação Geográfica contribui para a construção de benefícios coletivos à longo prazo.

Outro problema é que muitas indicações geográficas são de produtos primários e não existem estruturas para colocar o produto à disposição do mercado consumidor final, logo ficam a mercê das indústrias que beneficiam o produto, que por sua vez vão ditar o preço e auferir a maior parte da renda.

Assim, a criação de linhas de crédito para a estruturação de agroindústrias coletivas (geridas por produtores) para o processamento e industrialização de produtos reconhecidos por suas IGs pode contribuir com uma melhor distribuição de renda e igualdade social.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o fomento as indicações geográficas como fator de inovação em políticas públicas, o presente artigo relata aspectos positivos e negativos em relacionados à valorização das origens por meio das indicações geográficas. O artigo ressalta que não foram encontradas evidências de uma sólida política de fomento às estratégias de promoção de origem focadas no registro de indicações geográficas. Assim, as ações existentes são pontuais, e normalmente

partem do interesse de atores específicos em regiões com potencial.

Evidenciou-se que os principais benefícios do registro de IGs apresentados são: [1] a melhor organização dos produtores e das cadeias produtivas; [2] ampliação de conhecimento da própria cadeia produtiva sobre os produtos e processos; e a [3] troca de experiência entre os produtores.

A participação social, relacionada ao constante processo de fomento, manutenção e promoção das IGs tem papel fundamental nos resultados do processo de valorização de um produto ou serviço por sua indicação geográfica. Uma ação efetiva de fomento à participação social pode estar ligada à estruturação de uma associação ou federação de entidades detentoras de indicações geográficas, de modo a articular politicamente junto ao governo brasileiro a estruturação de uma política nacional para a área.

Conclui-se que a participação integrada da cadeia produtiva pode contribuir com a promoção de uma política pública sólida que beneficie tanto produtores quanto consumidores.

As ações públicas de incentivo ao reconhecimento das indicações geográficas dos produtos agrícolas brasileiros se encaixam em um modelo de inovação no agronegócio no âmbito de políticas públicas de promoção da origem; entretanto, é importante ressaltar que não existe uma articulação governamental efetiva, ou mesmo um projeto nacional de valorização das origens e registro das indicações geográficas, tido como necessário para a valorização da origem mediante as indicações geográficas.

As limitações deste estudo estão em sua amplitude, tendo em vista que foram entrevistados apenas dois atores-chave no cenário da valorização das origens por indicação geográfica, algo justificável por se tratar de um estudo exploratório. Seria interessante o cruzamento entre a entrevista intencional e um estudo de campo com determinado grupo de produtores que trabalha com produtos reconhecidos por indicação geográfica.

Por fim, acredita-se na riqueza deste referencial e na importância prática, para pesquisadores, gestores, produtores rurais e demais atores que fazem uso da valorização das origens através das indicações geográficas, de modo a compreender melhor estes fenômenos em sua essência e sua ocorrência. Tal compreensão seria valiosa para projetos futuros.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, B.H.; LEME, P.M.V. **Inovação em políticas públicas no contexto da promoção das origens: a Indicação Geográfica no Brasil**. EMAPEGS 2015.

BAPTISTA, T. W. F.; REZENDE, M. **A ideia de ciclo na análise de políticas públicas**. In MATTOS, R. A.; BAPTISTA, T. W. F. Caminhos para análise das políticas de saúde, 2011. p.138-172. Online: disponível em [www.ims.uerj.br/ccaps](http://www.ims.uerj.br/ccaps).

BACHA, C.J.C. **Economia e política agrícola no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2004.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento: **Valorizando o Produto com Uso da Indicação Geográfica na Agropecuária**; Eng. Agrº Antonio Alfredo Gusella. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo; Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários – CIG/DEPTA; Coordenadora: Dra. Bivanilda Almeida Tapias, 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio : **Módulo II, indicação geográfica** / Ministério da

Agricultura, Pecuária e Abastecimento ; organização Luiz Otávio Pimentel e Aparecido Lima da Silva. – 3ª ed. – Florianópolis : MAPA, Florianópolis : FUNJAB, 2013.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Plano Agrícola e Pecuário 2012/2013**. Secretaria de Política Agrícola, Brasília 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: **Módulo II, indicação geográfica** / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; organização Luiz Otávio Pimentel. – 4ª ed. – Florianópolis: MAPA, Florianópolis: FUNJAB, 2014.

BRASIL. Presidência da República. **Lei 9.279, de 14/05/1996. Regula direitos e obrigações relativas à propriedade industrial**. Brasília, maio de 1996.

BELARMINO, Luiz Clóvis; MARTINS Franco Muller; SIMA, Luiz Fernando; ALONSO, Camila Anderson; HEBERLE, Antonio Luiz Oliveira. **Identificação das oportunidades de inovação em APL por multicritério Grupo de Pesquisa: Economia e Gestão no Agronegócio**. EMBRAPA RS, 2011.

COELHO, F. S.. **Reformas e Inovação na Gestão Pública no Brasil Contemporâneo**. In: José Mario Braziliense Carneiro; Humberto Dantas. (Org). **Parceria Social Público-Privado – textos de referência**. 1 ed. São Paulo: Oficina Municipal, 2012, v., p. 1-376.

DULLIUS, Paulo Roberto; FROEHLICH, José Marcos; VENDRUSCOLO, Rafaela. **Identidade e Desenvolvimento Territorial – estudo das experiências de Indicações Geográficas no estado do RS**. Grupo de Pesquisa: Desenvolvimento Rural, Territorial e Regional, Santa Maria RS, 2008.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa/ Uwe Flick; tradução Joice Elias Costa**. 3. Ed. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOWLETT, M; RAMESH, M. **Studying Public Policy**. Canadá: Oxford University Press, 1995.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. VIEIRA FILHO, José Eustáquio Ribeiro. **Políticas Públicas de Inovação no Setor Agropecuário: Uma Avaliação dos Fundos Setoriais**. 2012.

INSTITUTO INDUSTRIAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL, **Guia Básico – Indicação Geográfica**. Disponível em: <[http://www.inpi.gov.br/portar/artigo/guia\\_basico\\_indicacao\\_geografica](http://www.inpi.gov.br/portar/artigo/guia_basico_indicacao_geografica)> Acesso em 23/09/2014.

KAKUTA, Susana Maria; SOUSA, Alessandra Lo Iacono Loureiro de; SCHWANKE, Fernando Henrique; GIESBRECHT, Hulda Oliveira. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre:SEBRAE/RS, 2006.

MASCARENHAS, G., WILKINSON, J.. **Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios**. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Revista de Política Agrícola, 2014.

MASCARENHAS, G. **Indicações geográficas no Brasil: principais fatores determinantes do seu reconhecimento e desempenho.** In: Novos Rumos da Sociedade de Consumo? Núcleo de Pesquisas Mercados, Redes e Valores/CPDA/UFRRJ, 2008.

MAFRA, Luiz Antonio Staub. **Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro.** 2008. 123 f. Tese submetida ao Curso de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. UFRJ. Instituto de Ciências Humanas e Sociais.

MEAD, L. M. "Public Policy: Vision, Potential, Limits", **Policy Currents**, Fevereiro: 1-4. 1995.

MAPA. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento/Site.** Acesso em 27/10/2014. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2014/10/mapa-apoia-pedidos-de-registro-de-indicacoes-geograficas-depositados-no-inpi>>

MOREIRA, T. B; TONELLI, D.F; MESQUITA, I; SILVA, S. R. VASQUES, M. O. S. **Inovação no Setor Público: explorando possibilidades a partir de uma Proposta de Diagrama Analítico.** VI Encontro de administração Pública e Governança, Belo Horizonte MG, 16 a 18 de 2014.

PETERS, B. G. **American Public Policy.** Chatham, N.J.: Chatham House. 1986.

SEBRAE, **Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações Geográficas e Certificações para Competitividade nos Negócios/Organizado por:** Vinícius Lages, Léa Lagares e Cristiano Lima Borges – Brasília: Sebrae, 2006.

TUDE, J. M. **Conceitos gerais sobre políticas públicas,** 2009.

VIEIRA FILHO, Jose Eustaquio Ribeiro. **Inovação tecnológica e aprendizado agrícola: uma abordagem Shumpeteriana.** Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia. Campinas, SP. 2009.