

Fomento às Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

Volume 1: O Caso da Canastra



Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers
(Organizadores)

 EDITORA
ARTEMIS
2026

Fomento às Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

Volume 1: O Caso da Canastra



Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers
(Organizadores)

 EDITORA
ARTEMIS
2026



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores.

Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M.ª Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M.ª Bruna Bejarano
Diagramação	Elisangela Abreu
Organizadores	Profª Drª Rubmara Ketzer Oliveira Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers
Financiamento	Este trabalho contou com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2023/10119-7
Imagem da Capa	Profª Drª Rubmara Ketzer Oliveira - Arquivo pessoal
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.ª Dr.ª Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México
Prof.ª Dr.ª Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Prof.ª Dr.ª Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.ª Dr.ª Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil
Prof.ª Dr.ª Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México
Prof.ª Dr.ª Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil



Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil

Dr. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos

Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil

Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil

Prof.^a Dr.^a Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México

Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil

Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil

Prof.^a Dr.^a Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México

Prof.^a Dr.^a Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha

Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguai

Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal*, Canadá

Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal

Prof.^a Dr.^a Galina Gumovskaya – Higher School of Economics, Moscow, Russia

Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil

Prof.^a Dr.^a Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal

Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina

Prof. Dr. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg*, Suécia

Prof.^a Dr.^a Lara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil

Prof.^a Dr.^a Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru

Prof.^a Dr.^a Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile

Prof.^a Dr.^a Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos

Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha

Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal

Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil

Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México

Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México

Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha

Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia



Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México

Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*, Brasil

Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, *Universidade Estadual Paulista (UNESP)*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Livia do Carmo, *Universidade Federal de Goiás*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Luciane Spanhol Bordignon, *Universidade de Passo Fundo*, Brasil

Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México

Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha

Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha

Prof. Dr. Manuel Simões, *Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Márcia de Souza Luz Freitas, *Universidade Federal de Itajubá*, Brasil

Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, *Universidade Estadual Paulista (UNESP)*, Brasil

Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, *Universidade Federal de Sergipe*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Margarida Márcia Fernandes Lima, *Universidade Federal de Ouro Preto*, Brasil

Prof.^a Dr.^a María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Maria Aparecida José de Oliveira, *Universidade Federal da Bahia*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Maria da Luz Vale Dias – *Universidade de Coimbra*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria do Céu Caetano, *Universidade Nova de Lisboa*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, *Universidade Federal do Maranhão*, Brasil

Prof.^a Dr.^a M^aGraça Pereira, *Universidade do Minho*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maria Gracinda Carvalho Teixeira, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*, Brasil

Prof.^a Dr.^a María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara*, México

Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia Pato, *Instituto Politécnico de Viseu*, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba

Prof.^a Dr.^a Mauriceia Silva de Paula Vieira, *Universidade Federal de Lavras*, Brasil

Prof. Dr. Melchor Gómez Pérez, *Universidad del País Vasco*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Ninfa María Rosas-García, *Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional*, México

Prof.^a Dr.^a Odara Horta Boscolo, *Universidade Federal Fluminense*, Brasil

Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru

Prof.^a Dr.^a Patrícia Vasconcelos Almeida, *Universidade Federal de Lavras*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Paula Arcoverde Cavalcanti, *Universidade do Estado da Bahia*, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, *Universidade Federal do Pará*, Brasil

Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, *Universidade Federal do Piauí*, Brasil

Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, *Universidade Federal do Piauí*, Brasil

Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, *Universidade Federal de Uberlândia*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina

Prof.^a Dr.^a Solange Kazumi Sakata, *Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia

Prof.^a Dr.^a Susana Álvarez Otero – *Universidad de Oviedo*, Espanha

Prof.^a Dr.^a Teresa Cardoso, *Universidade Aberta de Portugal*

Prof.^a Dr.^a Teresa Monteiro Seixas, *Universidade do Porto*, Portugal

Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, *Universidade Federal de Viçosa*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera, *Universidade Federal de Campina Grande*, Brasil

Prof.^a Dr.^a Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, *Universidade Tecnológica Federal do Paraná*, Brasil

Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

F681 Fomento às indicações geográficas e marcas coletivas [livro eletrônico]
: Volume 1 : o caso da Canastra / organização Rubmara Ketzer
Oliveira, Eduardo Eugênio Spers. – 1. ed. – Curitiba, PR: Editora
Artemis, 2026.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-81701-85-7

DOI 10.37572/EdArt_230326857

1. Indicações geográficas – Agroalimentos. 2. Marcas coletivas –
Brasil. 3. Queijo Canastra – Valorização territorial. 4. Desenvolvimento
sustentável – Agricultura. 5. Políticas públicas – Fomento à pesquisa. I.
Oliveira, Rubmara Ketzer. II. Spers, Eduardo Eugênio.

CDD 338.1

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



PRÓLOGO

Este livro é fruto do Projeto “Fomento das indicações geográficas para desenvolvimento sustentável no campo: Indicações geográficas, relação custo-benefício para agroalimentos e difusão da prática como forma de agregar valor aos sistemas agrícolas brasileiros”, desenvolvido na Universidade de São Paulo, por meio da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ/USP), com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo nº 2023/10119-7.

Os autores registram seu reconhecimento e agradecimento à FAPESP pelo apoio institucional e financeiro, fundamental para a realização das pesquisas de campo, análises técnicas, articulações interinstitucionais e atividades de difusão científica que tornaram possível a construção desta obra. O suporte concedido reafirma a relevância das políticas públicas de fomento à pesquisa para o avanço do conhecimento aplicado ao desenvolvimento territorial sustentável.

As Indicações Geográficas e as Marcas Coletivas consolidaram-se, nas últimas décadas, como importantes instrumentos de valorização territorial, capazes de articular identidade, produção, cultura, conhecimento tradicional e desenvolvimento econômico. Em países como o Brasil, marcados por grande diversidade sociocultural e por desafios estruturais no desenvolvimento regional, esses mecanismos assumem papel estratégico ao promover o reconhecimento de saberes locais, fortalecer arranjos produtivos e fomentar estratégias coletivas de geração de valor.

Este livro reúne um conjunto de estudos que abordam, sob diferentes perspectivas, o fomento das Indicações Geográficas e das Marcas Coletivas, tendo como eixo central o caso emblemático do Queijo Canastra. Ao longo dos seus 11 capítulos, a obra percorre fundamentos conceituais e normativos, instrumentos institucionais de apoio, políticas públicas, experiências de governança, bem como análises empíricas que evidenciam a complexidade e a riqueza dos processos envolvidos na construção e consolidação de uma Indicação Geográfica.

Os capítulos iniciais apresentam os marcos teóricos, legais e institucionais que sustentam as IGs e as Marcas Coletivas, situando o leitor quanto aos conceitos, objetivos e desafios associados a esses instrumentos no contexto brasileiro. Na sequência, a obra aprofunda a discussão sobre os mecanismos de fomento, o papel das instituições públicas e privadas e as estratégias adotadas para promover o desenvolvimento territorial a partir da valorização de produtos de origem.

O território da Serra da Canastra emerge, então, como espaço privilegiado de análise. A trajetória histórica, produtiva e cultural do Queijo Canastra revela como a

articulação entre tradição, inovação e ação coletiva foi fundamental para a superação de desafios regulatórios, econômicos e sociais. Os capítulos dedicados ao estudo de caso evidenciam que o reconhecimento da Indicação Geográfica não se resume à obtenção de um selo distintivo, mas constitui um processo social dinâmico, marcado por aprendizados, conflitos, cooperação e construção de confiança.

O livro se encerra com reflexões que integram as diferentes dimensões analisadas ao longo da obra, destacando a centralidade da governança, da liderança local e do engajamento dos stakeholders para a perenidade das Indicações Geográficas. A experiência da Canastra demonstra que a convergência de interesses, aliada a estruturas institucionais adequadas e a políticas públicas sensíveis às especificidades territoriais, é condição essencial para que esses instrumentos cumpram seu papel como indutores de desenvolvimento econômico, social e cultural.

Ao reunir contribuições de diferentes áreas do conhecimento, esta obra busca não apenas documentar uma experiência exitosa, mas também oferecer subsídios teóricos e práticos para pesquisadores, gestores públicos, produtores e agentes de desenvolvimento interessados em compreender e fortalecer as Indicações Geográficas e as Marcas Coletivas no Brasil. Espera-se que o livro contribua para ampliar o debate acadêmico e inspire novas iniciativas em outros territórios que compartilham desafios e potencialidades semelhantes.

Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

FOMENTO ÀS IGs E MARCAS COLETIVAS: O CASO DO QUEIJO CANASTRA – UMA INTRODUÇÃO

Danielle Mendes Thame Denny
Rubmara Ketzer Oliveira
Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz
Lucilio Rogério Aparecido Alves
Eduardo Eugênio Spers
Rosebelly Nunes Marques
Francisco José Mitidieri
Antonio Lopes Júnior
Francisco Rodrigo Martins
Marcia Cristina de Moraes
Vivaldo Alberto Viganó

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268571

CAPÍTULO 2..... 7

O PROJETO DE FOMENTO ÀS IGs E MARCAS COLETIVAS

Danielle Mendes Thame Denny
Rubmara Ketzer Oliveira
Eduardo Eugênio Spers

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268572

CAPÍTULO 3..... 16

PANORAMA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS

Marcel Azevedo Batista D'Alexandria
Breno Acácio

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268573

CAPÍTULO 4..... 36

EVOLUÇÃO DA SERRA DA CANASTRA, MG: HISTÓRIA, ECONOMIA, TURISMO E INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Carlos Freitas Vian
Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268574

CAPÍTULO 5..... 46

A DIMENSÃO JURÍDICA LEGAL E O PAPEL PÚBLICO NA IG CANASTRA

Antonio Lopes Júnior

Danielle Mendes Thame Denny

Francisco José Mitidieri

Francisco Rodrigo Martins

Marcia Cristina de Moraes

Rubmara Ketzer Oliveira

Vivaldo Alberto Viganó

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268575

CAPÍTULO 6..... 63

IG CANASTRA E A SUSTENTABILIDADE

Danielle Mendes Thame Denny

Luan Aparecido Ferreira de Campos

Rubmara Ketzer Oliveira

Lucilio Rogério Aparecido Alves

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268576

CAPÍTULO 7..... 77

ATRIBUTOS GEOGRÁFICOS E AMBIENTAIS DO TERRITÓRIO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) DA CANASTRA

Rubmara Ketzer Oliveira

Gustavo Verruma Bernardi

Anderson Victor dos Santos

Rosebelly Nunes Marques

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268577

CAPÍTULO 8..... 97

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA CANASTRA E A DIMENSÃO DA EDUCAÇÃO, ENSINO E APRENDIZAGEM

Rubmara Ketzer Oliveira

Anderson Victor dos Santos

Gustavo Verruma Bernardi

Rosebelly Nunes Marques

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268578

CAPÍTULO 9..... 110

ECOSSISTEMAS DE INOVAÇÃO NO CONTEXTO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Fábio Nazhar

Felipe Mendes Borini

José Afonso Mazzon

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2303268579

CAPÍTULO 10..... 126

IG CANASTRA NA PERSPECTIVA DA COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS

Eduardo Eugênio Spers

Luiz Gabriel da Silva Hidalgo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_23032685710

CAPÍTULO 11..... 140

CANASTRA NA PERSPECTIVA DOS STAKEHOLDERS

Renata Aparecida Forato

Eduardo Eugênio Spers

 https://doi.org/10.37572/EdArt_23032685711

SOBRE OS ORGANIZADORES 153

ÍNDICE REMISSIVO 154

CAPÍTULO 3

PANORAMA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: CARACTERÍSTICAS E DESAFIOS

Data de submissão: 07/01/2026

Data de aceite: 10/02/2026

Marcel Azevedo Batista D’Alexandria

<https://lattes.cnpq.br/1720773247376743>

<https://orcid.org/0000-0002-5806-8863>

Breno Acácio

<https://lattes.cnpq.br/8483773756660327>

<https://orcid.org/0009-0002-6336-0997>

RESUMO: O capítulo apresenta uma análise abrangente das Indicações Geográficas (IGs), articulando seu percurso histórico, consolidação normativa e desafios contemporâneos, com ênfase no contexto brasileiro. Parte-se da compreensão de que as IGs não constituem fenômeno recente, remontando a experiências históricas europeias, como a proteção do vinho do Porto no século XVIII, e sendo posteriormente estruturadas no âmbito dos acordos internacionais de propriedade intelectual, como o TRIPs. No cenário global, destacam-se mais de 58 mil IGs protegidas, com forte concentração na Europa e na Ásia, sobretudo na China, evidenciando desigualdades regionais na difusão desse instrumento. No Brasil, a institucionalização das IGs ocorre a partir da Lei nº 9.279/1996, que estabelece

as categorias de Indicação de Procedência e Denominação de Origem. Até 2025, o país contabiliza 141 registros, majoritariamente concentrados nos setores agroalimentares e nas regiões Sul e Sudeste, revelando desafios relacionados à desconcentração espacial e à ampliação de políticas públicas específicas. O capítulo problematiza quatro eixos centrais: governança territorial, comportamento do consumidor, políticas públicas e desenvolvimento territorial. Argumenta-se que a efetividade das IGs depende de processos colaborativos, da coesão entre atores locais e do fortalecimento institucional. Ademais, evidencia-se o baixo conhecimento do consumidor sobre o significado das IGs, aspecto que limita seu potencial de agregação de valor. Por fim, sustenta-se que, embora não constituam um fim em si mesmas, as IGs podem atuar como instrumentos estratégicos de desenvolvimento territorial, desde que articuladas a políticas integradas, valorização do saber-fazer e estratégias de comunicação eficazes.

PALAVRAS-CHAVE: propriedade intelectual; governança territorial; desenvolvimento regional; comportamento do consumidor.

AN OVERVIEW OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS: CHARACTERISTICS AND CHALLENGES

ABSTRACT: This chapter provides a comprehensive analysis of Geographical

Indicações (GIs), examinando sua trajetória histórica, consolidação normativa, e desafios contemporâneos, com ênfase particular no contexto brasileiro. Começa ao reconhecer que GIs não são um fenômeno recente, traçando suas origens a experiências europeias como a proteção do vinho de Port no século XVIII, e depois a sua formalização dentro de acordos internacionais de propriedade intelectual, notadamente o TRIPS. Globalmente, mais de 58.000 GIs são atualmente protegidos, com uma forte concentração na Europa e Ásia, especialmente na China, destacando disparidades na disseminação deste instrumento. No Brasil, a institucionalização dos GIs iniciou-se com a Lei nº 9.279/1996, que estabeleceu as categorias de Indicação de Proveniência e Denominação de Origem. Até 2025, o país registrou 141 GIs, predominantemente no setor agroalimentar e concentrados no Sul e Sudeste, revelando desafios relacionados à descentralização espacial e à expansão de políticas públicas direcionadas. O capítulo examina criticamente quatro dimensões centrais: governança territorial, comportamento do consumidor, políticas públicas, e desenvolvimento regional. Argumenta que a efetividade dos GIs depende de processos colaborativos, coesão dos atores locais, e fortalecimento institucional. Além disso, a baixa conscientização dos consumidores sobre o significado e o valor dos GIs restringe seu potencial de criação de valor. Por fim, embora os GIs não sejam fins em si mesmos, podem servir como instrumentos estratégicos para o desenvolvimento territorial quando alinhados com políticas integradas, reconhecimento do conhecimento tradicional, e estratégias de comunicação eficazes.

KEYWORDS: propriedade intelectual; governança territorial; desenvolvimento regional; comportamento do consumidor.

1. INTRODUÇÃO

No ano de 2002 é concebida a primeira Indicação Geográfica (IG) brasileira, a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. Passado mais de 20 anos, o Brasil contempla uma diversidade de Indicações Geográficas (IGs), possuindo 110 Indicações de Procedência (IP) e 31 Denominações de Origem (DO), até agosto de 2025 conforme INPI (2025). Essas duas décadas marcadas pelo surgimento de novas IGs suscitam diversos debates, que perpassam sua importância, os caminhos para o desenvolvimento territorial, bem como a compreensão dos desafios existentes tanto para a constituição de novas Indicações Geográficas quanto para a sobrevivência daquelas já estabelecidas.

É nesse contexto que o presente trabalho objetiva debater o contexto das Indicações Geográficas brasileiras, ancorando-se no panorama dessas IGs, ao mesmo tempo em que se propõe a esmiuçar os caminhos e desafios relacionados ao desenvolvimento desses signos distintivos. Para tanto, destaca-se que este representa também um percurso pessoal de um dos autores, ao revisitar a dissertação publicada em junho de 2015, intitulada “O Marketing Territorial das Indicações Geográficas: um estudo da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos”. O presente artigo, igualmente, converge

com os debates desenvolvidos no grupo de pesquisa ExpandIG, na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz na Universidade de São Paulo (ESALQ-USP), contando com o apoio e o financiamento da FAPESP (processo de nº 2025/04103-6), no âmbito do projeto “Fomento das Indicações Geográficas para desenvolvimento sustentável no campo: Indicações Geográficas, relação custo benefício para agroalimentos e difusão da prática como forma de agregar valor aos sistemas agrícolas brasileiros” desenvolvido na ESALQ-USP.

Ressalta-se que este estudo se fundamenta em pesquisa teórica, por meio de pesquisas explicativas (GIL, 2008, p. 28), cujo ponto central consiste na identificação dos fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de determinados fenômenos. Observa-se, ainda, a utilização da pesquisa bibliográfica, bem como a realização de trabalhos de campo, com o objetivo de validar as informações levantadas e exemplificar o objeto de estudo. Os trabalhos de campo foram realizados em Indicações Geográficas previamente estudadas pelos autores deste trabalho, com destaque para a Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, a Indicação de Procedência Campo das Vertentes, Indicação de Procedência Divina Pastora, Indicação de Procedência São Tiago, Indicação de Procedência Resende Costa e Indicação de Procedência Abaíra.

Para tanto, torna-se um imperativo revisitar os debates acerca das Indicações Geográficas, não apenas no que se refere às proposições de novos signos distintivos territoriais, mas também adentrando o mérito da própria existência destas IGs. Faz-se necessário compreender as nuances destas Indicações Geográficas, sobretudo, ao que concerne aos desafios relacionados à sua sobrevivência.

Nesse contexto, o presente trabalho apresentará, de forma sucinta, um panorama das Indicações Geográficas, do cenário mundial ao brasileiro, a ser desenvolvido no próximo capítulo, oferecendo, dessa forma, uma base teórico-conceitual para a problematização dos desafios existentes no âmbito dessas IGs. Ressalta-se que tais desafios são diversos e apresentam particularidades em todo o território nacional; entretanto, para os fins deste texto, são delineados caminhos de debate relacionados aos aspectos de governança, comportamento do consumidor, políticas públicas e convergência para o desenvolvimento territorial.

2. O PANORAMA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

2.1. AS INDICAÇÕES NO CONTEXTO MUNDO: DO CONCEITO AO REGISTRO

Compreende-se que as Indicações Geográficas não constituem um fenômeno recente, sendo objeto de debates cuja origem remonta a séculos passados. Nesse

sentido, D’Alexandria (2020) aponta que as Indicações Geográficas não são elementos exclusivos do século XXI, uma vez que a relação entre um produto e sua origem atravessa a história e se manifesta em distintos contextos ao longo do tempo. É importante salientar que diversos movimentos em prol do debate sobre as Indicações Geográficas ocorreram desde o século XIX, sendo imprescindível mencionar o papel do português Marquês de Pombal no que tange à introdução dessa temática que hoje reconhecemos como IG.

Pellin (2019), amparando-se em Cerdan et al (2014), ressalta a figura do Marquês de Pombal, destacando que em 1756 que ocorreu a primeira intervenção estatal para proteger uma IG. Tratava-se do vinho do Porto, que havia adquirido grande notoriedade. Esse reconhecimento levou outros vinhos a passarem a utilizar a denominação “do Porto”, provocando a redução no preço do produto e, conseqüentemente, dos lucros dos produtores portugueses. Com o intuito de sanar esse problema, o Marquês de Pombal instituiu diversos atos para a proteção do vinho do Porto: promoveu o agrupamento dos produtores na Companhia dos Vinhos do Porto; delimitou a área de produção; procedeu à descrição do produto; definiu e fixou as características do vinho do Porto e suas regras de produção. Ademais, providenciou o registro, por decreto, do nome “Porto” para vinhos, criando a primeira Denominação de Origem Protegida.

Neste ínterim, embora de o conceito de Indicação Geográfica seja amplamente debatido na contemporaneidade, sua construção remonta a séculos passados, conforme já mencionado. D’Alexandria (2020) aponta que, na Europa, existem registros históricos de termos que se assemelham à ideia que hoje sustenta o conceito de Indicações Geográficas. Ainda segundo D’Alexandria (2020), compreende-se que o contexto atual das Indicações Geográficas foi influenciado por diversos debates acerca da propriedade intelectual, dentre os quais se destacam a Convenção de Paris (CUP), o Acordo de Madri, Acordo de Lisboa e o marco principal representado pelo TRIPs conhecido como Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio – ADPIC). Portanto, é a partir desses debates sobre propriedade intelectual que o conceito contemporâneo de IG é construído, sendo possível compreender apresenta dois momentos distintos: um anterior ao ADPIC e outro posterior a ele. Ressalta-se que não é o objetivo deste artigo esmiuçar as rodadas de negociações que culminaram na construção do atual conceito de IG e de suas legislações em âmbito mundial, mas esse breve resgate permite dimensionar que a construção desses conceitos não é estanque, tampouco se trata de um fenômeno recente.

No que concerne às suas tipicidades, observa-se que as Indicações Geográficas encontram-se disseminadas em todo o mundo, em todos os continentes, abrangendo

os mais diversos tipos de regiões e produtos protegidos. Segundo a WIPO (2025), com base em dados obtidos junto à OMPI, informações provenientes de 86 autoridades nacionais e regionais indicam a existência de cerca de 58.600 IGs protegidas em 2023, correspondentes aos dados mais recentes levantados pela instituição. Nesse sentido, Falcade (2011) aponta que as IGs estão presentes em diferentes regiões e países, existindo múltiplas formas, critérios e níveis de exigência para identificar a origem de numerosos produtos. Em muitos países europeus são reconhecidos como IGs produtos como vinhos, frutas, óleos, queijos, mel, carnes, cereais, cervejas, água mineral, relógios, entre outros.

Em 2013, segundo Caldas (2013), estimava-se que na Europa existiam cerca de 4.900 Indicações Geográficas reconhecidas pelas instituições da União Europeia (UE). Entretanto, de acordo com a WIPO (2024), em 2023, uma década depois, esse número alcançou 5.763 Indicações Geográficas em vigor em todos os Estados-membros. Embora esse quantitativo seja expressivo, ressalta-se que se refere às IGs reconhecidas em todos os países da União Europeia. Adicionalmente, conforme a WIPO (2024), Alemanha (7.586), Itália (6.330) e França (6.098) despontam como referências em número de IGs na Europa. Ainda com base na WIPO (2024), destaca-se o quantitativo expressivo de Indicações Geográficas em vigor na China, com quase 10 mil registros ativos. Registra-se que a WIPO (2024) indica que as IGs em vigor relativas a vinhos e bebidas espirituosas (48,1%) representaram quase metade do total global em 2023, enquanto os produtos agrícolas e alimentares corresponderam a 44,8% e o artesanato a 4,2% do total.

Na América Latina, diversos produtos já são reconhecidos como Indicações Geográficas; entretanto, o quantitativo ainda é reduzido quando comparado ao observado na Europa e na China, por exemplo, embora esse número venha aumentando de forma significativa ao longo dos últimos anos. Produtos como o Café da Colômbia, o Mezcal do México e o Sombrero de Montecristi, do Equador, constituem exemplos de IGs já reconhecidas na região. Destaca-se, ainda, o charuto de Cuba, produto tradicional frequentemente imortalizado em produções cinematográficas e amplamente reconhecido como elemento da cultura cubana. Outro produto de grande relevância é a tequila, produzida no México, uma bebida alcoólica elaborada a partir de uma planta conhecida como agave azul, reconhecida oficialmente pelo governo mexicano desde a década de 1940 (D'Alexandria, 2020).

Ananias (2025) compila dados oficiais sobre as primeiras Indicações Geográficas na América do Sul, indicando que, embora existam três IGs reconhecidas na década de 1990, a maior proeminência dos registros ocorre a partir dos anos 2000, conforme

apresentado no Quadro 1. Destaca-se, igualmente, que países como Suriname e Uruguai ainda não possuem Indicações Geográficas oficialmente reconhecidas, o que evidencia a possibilidade de aprofundamento desses debates de forma mais consistente em todo o continente.

Quadro 1: Primeiras IGs reconhecidas oficialmente na América do Sul - 2025.

País	Nome	Tipo	Produto e Região	Ano de Reconhecimento
Argentina	25 de Mayo (Res. .32/2002)	IG/IP	Vinhos – Mendoza	2002
Argentina	Luján de Cuyo (Res. .32/2002)	DOC	Vinho – Mendoza	2002
Bolívia	Singani de los Valles (Decreto Supremo 23147/1992)	DOR	Vinho - Valles de Tarija	1992
Brasil	Vale dos Vinhedos (Processo INPI 820.005.800)	IP	Vinho - Serra Gaúcha	2002
Brasil	Arroz do Litoral Norte Gaúcho	DO	Arroz - Litoral Norte do Rio Grande do Sul	2010
Chile	Limón de Pica (Res. INAPI 692/2009)	IG	Limão - Comuna de Pica	2010
Chile	Valle del Maipo (Res. SAG Nº 1.101/1994)	DO	Vinho - Região Metropolitana de Santiago	1994
Colômbia	Café de Colombia (Res. SIC 4819/2005)	DO	Café - Regiões andinas cafeeiras (Eje Cafetero e afins)	2005
Equador	Cacao Arriba (Res. IEPI 6808541/2008)	DOC	Cacau – Região costeira do Equador (Guayas, Los Ríos, Manabí)	2008
Paraguai	Ao Po'i (Res. DINAPI 02/2019)	DO	Técnica Artesanal Têxtil – Yataity	2019

Peru	Pisco (N°001-91-ICTI/ IND)	DO	Destilado - Ica, partes de Lima (Cañete, Huaral), Arequipa (Caraveli), Moquegua e Tacna	1991
Uruguai	(nenhum IG/DO publicado em fontes oficiais)	–	–	–
Venezuela	Cacao de Chuao (Res. SAPI N° 122/2000)	DOC	Cacau – Chuao, Estado Aragua	2000
Guiana	Demerara Rum (reconhecimento nacional DDL/DCRA, 2017)	IG	Destilado - Região de Demerara	2017
Suriname	Não encontrado em fontes oficiais.	–	–	–

Fonte: Ananias (2025).

Os continentes africano e oceânico ainda apresentam números incipientes no que se refere aos registros de Indicações Geográficas, em contraste com a Ásia, impulsionada pela expressiva profusão de IGs na China. A World Intellectual Property Organization [WIPO] (2024) ressalta que, em termos de distribuição regional, a Europa concentra o maior número de IGs em vigor, totalizando 52,5%, seguida pela Ásia (39,5%), Oceania (3,6%), América do Norte (2,8%), América Latina e Caribe (ALC) (1,6%) e África (0,2%), com base nos dados do levantamento mais recente, referente a 2023.

Conforme Caldas (2013), ao discutir as Indicações Geográficas no continente africano, destacam-se a IG do azeite de oliva de Aragan (Marrocos), a cebola violeta de Galmi (Nigéria), o abacaxi da Guiné e o chá do Quênia. Em 2013, a African Intellectual Property Organization [AIPO], concedeu seus três primeiros registros à Pimenta Penja e ao Mel Oku, de Camarões, e ao Café Ziama-Macenta, da Guiné. Cita-se, ainda, a relevância do café Rwenzori, de Uganda, como outro exemplo de IG no continente africano.

O café, por sua vez, constitui um importante ponto de convergência entre os continentes. Na Ásia, podem ser citados os cafés com Indicação Geográfica de Buon Ma Thuot e Son La, no Vietnã, bem como Flores Bajawa e Gayo, na Indonésia. Na Oceania, destacam-se os vinhos australianos, amplamente reconhecidos como Indicações Geográficas.

É importante salientar que, conforme WIPO (2024), apenas quatro jurisdições, das quais Brasil; China, Macau; Sérvia relataram proteger IGs para serviços. É neste contexto

que se faz preciso compreender as especificidades das IGs no contexto brasileiro, as quais serão apresentadas a seguir.

2.2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: CARACTERÍSTICAS, TIPICIDADE E ESPACIALIZAÇÃO

Como já mencionado, o Brasil possui uma legislação recente ao que tange a Propriedade Intelectual. A lei que norteia os debates sobre Indicações Geográficas, Lei nº 9.279 é datada de 1996. Ao longo de quase três décadas da Lei de Propriedade Industrial (LPI), o país vem apresentando crescimento contínuo no número de Indicações Geográficas, na diversidade de suas tipicidades e na sua distribuição ao longo de todo o território nacional.

Como já indicado, diversas rodadas de negociações ocorreram ao longo dos anos e serviram de base para a constituição da lei brasileira. Observa-se que as Indicações Geográficas, no Brasil, são classificadas em duas categorias: Indicação de Procedência e Denominação de Origem. No que se refere a Indicação de Procedência, destaca-se seu viés de notoriedade, associado à reputação da produção de determinado bem ou da prestação de um serviço. Nesse sentido, a Lei nº 9.279/1996 estabelece que se considera 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).

A Denominação de Origem, por sua vez, também contempla a dimensão da notoriedade, mas se consolida a partir da construção de uma singularidade vinculada ao meio geográfico, compreendendo elementos do solo, do clima, da hidrologia, bem como aspectos relacionados ao saber-fazer. Neste sentido, a Lei nº 9.279/1996 dispõe que se compreende por Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

Desde a promulgação da legislação nacional em 1996, passando pelo reconhecimento da primeira IG brasileira, a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (2002), até agosto de 2025, o Brasil passou a contar com um quantitativo expressivo de IGs, ao total são 110 Indicações de Procedência (IP) e 31 Denominações de Origem (DO). Observa-se que, ao analisar as tipicidades de IG no Brasil, o país converge para uma profusão de registros, sobretudo no que concerne aos setores

agroalimentares, que se destacam como o segmento de maior representatividade no cenário das Indicações Geográficas.

D'Alexandria (2024) destaca que as singularidades das IGs no Brasil podem ser classificadas, por exemplo, em suas tipicidades como:

- a) Agroalimentares (arroz, balas, biscoitos, cacau, chocolate, camarão, erva-mate, frutas, queijo, embutidos, doces, farinha, mel e temperos);
 - b) Artesanatos (bordado, cerâmica, estanho, joias e rendas);
 - c) Bebidas (aguardente, café, cajuína, espumantes e vinhos);
 - d) Minerais (gnaisse, mármore, pedras e opalas preciosas);
 - e) Produtos têxteis e calçadistas (couro, redes e sapatos),
 - f) Outros (serviço de tecnologia da informação, algodão e peixes ornamentais).
- (D'ALEXANDRIA, 2024, p.83).

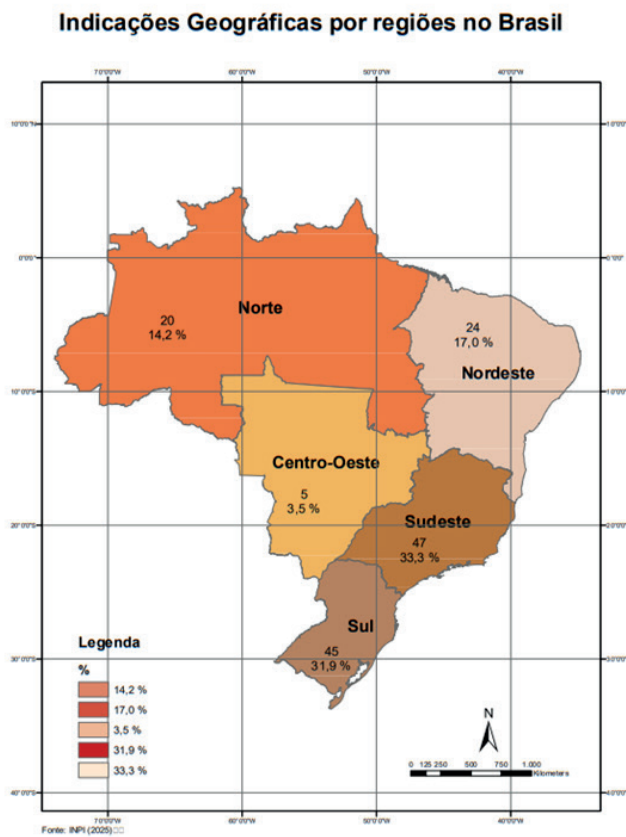
Dentre os exemplos destas tipicidades das IGs brasileiras, pode-se mencionar a primeira Denominação de Origem nacional, a Denominação de Origem Litoral Norte Gaúcho, referente à produção de arroz. Ainda no contexto das agroalimentares, destacam-se as IGs com ampla notoriedade no país como a Indicação de Procedência Canastra (queijo) em Minas Gerais, Indicação de Procedência Pelotas, referente aos doces do município gaúcho, a Indicação de Procedência Cruzeiro do Sul, relacionada à farinha amplamente conhecida no Acre. No âmbito do artesanato, podem ser apontadas a Indicação de Procedência Capim Dourado e a Indicação de Procedência Cariri Paraibano, ambas divulgadas em novelas e filmes nacionais.

A Denominação de Origem Vale dos Vinhedos, presente no imaginário coletivo em função dos seus vinhos, bem como a Denominação de Origem Paraty e Indicação de Procedência Salinas, constituem exemplos de IGs de bebidas com grande reconhecimento no território brasileiro. Ainda neste contexto de tipicidade dos signos distintivos territoriais no Brasil, menciona-se a Denominação de Origem Região Pedra São Thomé, referente a produção da pedra São Thomé em Minas Gerais, IG reconhecida no ano de 2024, bem como a IP Franca e IP Birigui, ambas em São Paulo, famosas pela produção de calçados e calçados infantis respectivamente. Por fim, destaca-se a importante e singular Indicação Geográfica de serviço, a Indicação de Procedência Porto Digital, referente à prestação de serviços na área da tecnologia da informação em um bairro em Recife-PE.

Assim, compreende-se que as Indicações Geográficas são multiescalares, podem abranger desde um bairro, conforme mencionado no caso da IP Porto Digital, até um estado inteiro, como a IP Piauí, relativa à bebida cajuína de homônimo ao estado nordestino, e também abarcando mais de um estado, como a IP Vale do Submédio São Francisco, que compreende a produção de uvas e mangas nos estados da Bahia e Pernambuco. As Indicações Geográficas encontram-se, atualmente, presentes em todas as regiões do

Brasil, não se fazendo presentes somente no estado do Maranhão, conforme apresenta-se da Figura 1.

Figura 1: Indicações Geográficas por regiões no Brasil.



Fonte: Acervo próprio com base no INPI (2025).

Conforme a Figura 1 apresentada, observa-se que as Indicações Geográficas estão concentradas, majoritariamente, nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, que reúnem mais de 60% das IGs nacionais. A região Centro-Oeste desponta como aquela que possui o menor número de registros até o presente momento. Essa disparidade regional evidencia um dos gargalos a serem enfrentados no contexto das Indicações Geográficas no Brasil, relacionado à necessidade de mitigar as desigualdades socioespaciais existentes e de promover a desconcentração dos fluxos financeiros e das atividades produtivas atualmente concentradas em determinadas regiões do país. Esse constitui um dos desafios presentes no cenário das IGs, somando-se a outros que serão oportunamente debatidos no capítulo subsequente.

3. OS DESAFIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: POR UM DEBATE URGENTE

Esta seção tem como objetivo refletir sobre as Indicações Geográficas brasileiras a partir dos desafios atualmente identificados. Conforme já mencionado ao longo deste artigo, o debate em torno das IGs não se esgota neste estudo, tampouco se pretende esgotar a totalidade dos problemas existentes nesse campo. Entretanto, a discussão aqui proposta concentra-se na problematização dos principais gargalos que condicionam a efetividade das Indicações Geográficas no Brasil, buscando contribuir para o aprofundamento do debate presente e futuro acerca desses signos distintivos. Nesse sentido, esta seção constitui um ponto de partida para a reflexão crítica sobre os entraves que limitam a consolidação das IGs no país.

3.1. A QUESTÃO DA GOVERNANÇA TERRITORIAL

É importante destacar o papel da Governança Territorial no contexto das Indicações Geográficas. Em geral, compreende-se que a gestão das IGs envolve o cumprimento do Caderno de Especificações Técnicas, bem como a atuação do Conselho Regulador. No entanto, a compreensão da Governança Territorial frente ao fenômeno das Indicações Geográficas ultrapassa a noção estritamente administrativa ou normativa e extrapola a própria concepção formal de território. Ressalta-se que este texto não tem como objetivo aprofundar o debate teórico sobre território, mas faz-se necessária uma breve explanação para o entendimento da governança nesse contexto.

Saquet et al. (2005) compreendem o território, em sua acepção inicial, como um espaço simbólico, constituído a partir de identidades e elementos culturais. Para os autores, o território é, antes de tudo, uma referência para a construção de identidades, estando diretamente relacionado a dimensões culturais compartilhadas. Nessa perspectiva, o território configura-se como um espaço de convivência, no qual os sujeitos compartilham paisagens, práticas cotidianas, referências culturais e vínculos afetivos, formando uma unidade social. Trata-se, assim, de um espaço de apropriações e dependências, pertencente a conjuntos que compartilham estruturas econômicas, políticas e culturais, expressas por meio de práticas cívicas, associativas, identitárias e mercadológicas (Saquet; Vale; Santos, 2005, p. 16). Dessa forma, o território não se restringe ao aspecto jurídico-político de delimitação espacial, mas envolve também dimensões identitárias, culturais, políticas, econômicas e mercadológicas. Nesse sentido, o território das IGs refere-se à relação de pertencimento dos produtores e demais atores

com o espaço, não se limitando apenas àqueles que produzem ou prestam diretamente o serviço, mas incluindo todos que mantêm vínculos com esse ambiente.

Ao tratar da Governança Territorial, avança-se para o debate sobre o território e os atores que o constituem e o dinamizam. No contexto das IGs, essa discussão não se limita aos produtores. Reduzir a governança apenas a esse grupo seria um equívoco, ainda que estes sejam atores centrais nesse processo. Nessa direção, Dallabrida (2015) define a Governança Territorial como um processo de planejamento e gestão das dinâmicas territoriais que prioriza uma lógica inovadora, colaborativa e compartilhada, baseada em relações horizontais. Esse processo envolve disputas, negociações, debates e deliberações entre agentes estatais, representantes de setores sociais e empresariais, além de instituições de ensino e pesquisa. Tais processos se sustentam no papel do Estado, em uma concepção ampliada de democracia e no protagonismo da sociedade civil, visando harmonizar visões de futuro e padrões de desenvolvimento territorial.

Ao aproximar a Governança Territorial das Indicações Geográficas, chega-se ao entendimento de uma necessária coesão territorial, baseada na articulação entre os diferentes atores, tendo a IG como eixo estruturante. Essa compreensão é central tanto para a proposição de uma nova IG quanto para a gestão daquelas já existentes. A ausência desse alinhamento pode levar à criação de IGs fragilizadas, orientadas por interesses pontuais, sem o real entendimento dos anseios coletivos do território. Essa lógica também se aplica às IGs já em funcionamento, uma vez que, mesmo após o reconhecimento formal, a coesão territorial precisa ser continuamente preservada, considerando o papel de cada ator social no período posterior ao registro.

Fante e Dallabrida (2016), Dallabrida (2016) e Vandecandelaere et al. (2011) apontam que a Governança Territorial nas IGs deve ser compreendida como uma forma de ação coletiva orientada à valorização do produto. Essa ação envolve a definição dos grupos que se beneficiarão do direito conferido pela IG, a criação de redes e associações no sistema produtivo local e a definição compartilhada das regras que os produtores devem seguir em diferentes etapas. Além disso, os autores ressaltam a importância da organização de redes locais voltadas ao intercâmbio de percepções sobre o produto e suas características, promovendo o empoderamento de atores em situação de maior vulnerabilidade, de modo que possam participar do processo em condições mais equitativas. Esse aspecto é considerado fundamental para a sustentabilidade social do processo de criação de valor, sendo recomendada a atuação de administrações públicas, organizações não governamentais e instituições de ensino nesse processo.

Por fim, mitigar o desafio da Governança Territorial configura-se como um dos pontos mais sensíveis no universo das Indicações Geográficas, pois envolve a preservação

do saber-fazer, a valorização dos ativos territoriais em diferentes regiões do país e a aproximação do Estado como ator estratégico. Soma-se a isso a necessidade de traduzir os atributos dos produtos de origem para a percepção do consumidor, um aspecto ainda pouco explorado desde a consolidação das IGs no Brasil.

3.2. O CONSUMIDOR CONHECE A MINHA IG?

Um dos principais desafios que envolvem as Indicações Geográficas refere-se ao nível de conhecimento do público consumidor acerca do que são, de fato, as IGs. Ainda que esse fenômeno tenha mais de 20 anos no Brasil e séculos de trajetória em âmbito internacional, o debate no contexto brasileiro ainda avança de forma lenta. Nesse sentido, Guerroué (2020) destaca, a partir de resultados obtidos junto aos visitantes da feira AGROBRASÍLIA 2018, o expressivo desconhecimento, por parte dos consumidores, sobre o significado das Indicações Geográficas. Segundo o autor, no âmbito de uma política de desenvolvimento das IGs, torna-se necessário tratar esse aspecto como prioridade estratégica, sobretudo ao se considerar que a maioria dos entrevistados (92%) declarou estar disposta a pagar um valor mais elevado por produtos com garantia de qualidade.

No campo das Indicações Geográficas, destaca-se o papel da motivação do consumidor e sua influência sobre o comportamento de compra, considerando que o sucesso da IG depende de uma combinação de atores e motivações (Török et al., 2021). A motivação pode ser compreendida como um fator psicológico determinante do comportamento humano, definida como o anseio por realizar uma tarefa, aliado ao entusiasmo e à determinação necessários para concretizá-la (Bandhu et al., 2024). Nessa linha, converge-se com Guerroué (2020) ao questionar de que forma seria possível ampliar a notoriedade das Indicações Geográficas junto aos consumidores. Contudo, impõe-se um avanço nessa reflexão: como mitigar o distanciamento entre o conceito de IG e o comportamento efetivo de compra?

Considerando que a necessidade constitui o ponto de partida do comportamento, ela pode ser compreendida a partir da teoria das necessidades psicogênicas de Henry Murray (1938). Essa abordagem classifica as necessidades em duas categorias: viscerogênicas, relacionadas às funções primárias do ser humano, como fome, sede e sexualidade, e psicogênicas, associadas à realização, afiliação e autonomia. Segundo Murray, essas últimas orientam comportamentos nos quais a personalidade se manifesta (Billstedt et al., 2017).

No caso dos produtos alimentícios com registro de Indicação Geográfica, a necessidade gerada no indivíduo pode ser compreendida nessas duas dimensões, pois,

além de atender às exigências biogênicas ligadas à alimentação, mobiliza aspectos psicológicos, vínculos com o território e relações sociais. Embora a maioria das necessidades permaneça latente durante boa parte do tempo (Schiffman; Kanuk, 2000), seu despertar é determinante para orientar o comportamento do consumidor.

As Indicações Geográficas podem ativar diferentes dimensões motivacionais, incluindo necessidades fisiológicas e sensoriais diretamente relacionadas ao consumo alimentar (Jarma Arroyo et al., 2020), bem como necessidades emocionais, associadas ao sentimento de pertencimento e à ligação afetiva com o território de origem. Nesse contexto, Zhang (2022) demonstra que a identificação do consumidor com a IG local exerce influência significativa sobre a intenção de compra. Esse aspecto revela um dos pontos mais sensíveis da relação entre IG e consumidor: o impacto da origem do produto sobre a decisão de compra.

Além disso, as IGs podem despertar necessidades cognitivas, associadas à percepção dos benefícios resultantes do consumo de produtos com identidade de origem, como o fortalecimento da economia local e a mitigação de impactos ambientais por meio de circuitos de comercialização mais curtos. O papel do conhecimento é central nesse processo, visto que a informação sobre o significado dos selos de qualidade e das IGs desempenha função decisiva na motivação, ampliando a disposição a pagar e a probabilidade de compra, o que confirma o papel do aprendizado como mediador e moderador desse processo (Grunert; Achmann, 2016).

Zhan et al. (2024) evidenciam que elementos como reputação, popularidade, qualidade percebida e valor histórico-cultural ampliam o valor percebido pelo consumidor e, conseqüentemente, sua intenção de compra. Esses atributos podem e devem ser comunicados pelos atores que atuam nos territórios das IGs, de modo a torná-los mais claros ao público consumidor.

Dessa forma, os produtos com Indicação Geográfica se beneficiam de sua história, do vínculo territorial e das narrativas associadas, podendo se diferenciar pelo valor simbólico que carregam. Narrativas relacionadas à cultura, tradição e origem territorial apresentam forte capacidade de engajamento emocional, despertando diferentes motivações no consumidor. Quando esses elementos são comunicados de forma eficaz, ampliam a identificação com o produto e fortalecem a predisposição à compra. Cabe aos gestores utilizar esses atributos como estratégia para reduzir a assimetria de informações, beneficiando produtores, que passam a capturar melhor o valor agregado de suas ofertas, e consumidores, que passam a compreender de forma mais clara a autenticidade e a qualidade associadas às Indicações Geográficas.

3.3. POR UMA POLÍTICA DE IGS

Um dos principais entraves no universo das Indicações Geográficas refere-se ao papel do Estado e à existência de políticas públicas estruturadas voltadas às IGS, especialmente diante da sua atual insuficiência. É necessário reconhecer os esforços de atores institucionais como o INPI, o MAPA e o SEBRAE, que atuam de forma relevante no diagnóstico, no desenvolvimento e no acompanhamento das IGS em todo o Brasil. No entanto, a presente análise chama atenção para a fragilidade da articulação e da coesão de políticas públicas entre os diferentes entes federativos.

Embora esse cenário ainda seja incipiente, destaca-se o pioneirismo do Governo do Estado do Pará, por meio da Lei Ordinária nº 10.510, de 07 de maio de 2024, que institui o Programa de Incentivo à Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado do Pará (Programa IG e Marcas Pará). A referida lei está vinculada à Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agropecuário e da Pesca (SEDAP) e cria o Conselho Estadual do Programa. Trata-se de uma iniciativa relevante, ao incorporar, no âmbito estadual, o debate sobre as IGS, lançar luz sobre suas fragilidades e buscar mecanismos de apoio, preservação e fortalecimento das IGS já existentes. Contudo, por ser uma medida recente e ainda única no país, seus impactos práticos sobre o sistema de IGS no Brasil ainda são pouco compreendidos.

O Estado do Maranhão, por meio do Decreto nº 39.729, de 04 de fevereiro de 2025, constitui outro exemplo de iniciativa estadual voltada à construção de uma política pública para IGS. O decreto regulamenta a Lei Estadual nº 11.733/2022, permitindo a instituição do Plano Estadual de Propriedade Intelectual do tipo Indicação Geográfica para o Desenvolvimento Econômico e Social Sustentável do Maranhão. Embora essa ação ainda seja limitada frente à complexidade do tema, ela inaugura um debate relevante, sobretudo por se tratar do único estado brasileiro que ainda não possui nenhuma IG reconhecida.

Em abril de 2025, a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (ALESP) realizou uma audiência pública para discutir as Indicações Geográficas. Segundo a ALESP (2025), o encontro teve como objetivo propor a elaboração de um projeto de lei voltado ao incentivo às IGS, a exemplo de iniciativas já adotadas em outros estados.

Nesse contexto, observa-se que o Brasil avança de forma lenta no que se refere à consolidação de políticas públicas específicas para as Indicações Geográficas. Instrumentos como os Arranjos Produtivos Locais são frequentemente associados às IGS, embora possuam naturezas e finalidades distintas. A criação de políticas públicas dedicadas às IGS visa não apenas à preservação do saber-fazer e das singularidades territoriais, mas também à superação de outros desafios, como a inserção dos produtos

brasileiros em mercados internacionais, a geração de empregos, o estímulo ao turismo e o aumento do valor agregado e do volume de vendas, consolidando a Indicação Geográfica como uma ferramenta de Desenvolvimento Territorial.

3.4. UM CAMINHO PELO DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Para que servem as Indicações Geográficas? Esse talvez seja o primeiro ponto de debate que surge entre os produtores quando o tema é apresentado por algum dos atores do território. Em geral, essa questão é acompanhada da função primária das Indicações Geográficas, que diz respeito à prevenção de falsificações. Essa função busca uma dupla proteção: ao produtor, para evitar que seu produto seja indevidamente apropriado por terceiros, e ao consumidor, que passa a ter maior segurança quanto à autenticidade da origem dos produtos.

Entende-se que a salvaguarda dos saberes e fazeres tradicionais também constitui função relevante das Indicações Geográficas, ainda que essa atribuição não esteja explicitamente prevista na legislação brasileira. A elaboração do Caderno de Especificações Técnicas, no qual o modo de produção é registrado, sistematizado e validado coletivamente, representa um instrumento importante para a preservação desse saber-fazer. Além disso, esse documento pode e deve servir como base para a transmissão e difusão desses conhecimentos entre os membros do território, de forma horizontal, contribuindo para a valorização das práticas tradicionais. Soma-se a isso o entendimento de que as IGs podem agregar valor aos produtos. Embora essa não seja uma função obrigatória ou prioritária, a valorização do saber-fazer, da origem e do território tende a conduzir, de forma natural, ao aumento do valor percebido dos produtos ao longo de seu desenvolvimento.

Também se reconhece o potencial das Indicações Geográficas para a geração de renda nos territórios. Ao tratar da geração de renda, não se restringe essa compreensão ao aumento direto da remuneração dos produtores, mas à possibilidade de que os benefícios econômicos sejam, em alguma medida, compartilhados com os demais membros do território. Esse processo pode favorecer o surgimento de novos negócios, a atração de fluxos turísticos e a circulação de recursos no próprio território. É nessa direção que o presente trabalho se desenvolve, ao compreender a IG não apenas como instrumento de geração de renda, mas como fenômeno associado ao Desenvolvimento Territorial. Nesse sentido, recorre-se a Dallabrida (2014), que define o desenvolvimento territorial como um processo contínuo de transformação, situado histórica e territorialmente, integrado a dinâmicas locais, regionais e globais, sustentado

pela valorização de recursos e ativos materiais e imateriais, com vistas à dinamização socioeconômica e à melhoria da qualidade de vida da população.

Como exemplo empírico, D’Alexandria (2024) apresenta dados de 2023 sobre a Indicação de Procedência Divina Pastora, após dez anos de seu registro. Embora a estrutura interna da associação tenha se fortalecido e os processos tenham se tornado mais profissionais, o faturamento mensal das rendeiras ainda se mostra reduzido diante do potencial da Renda Irlandesa, situando-se em média próxima à metade de um salário mínimo. Nesse aspecto, os avanços seguem ocorrendo de forma gradual.

Fica claro, portanto, que o Desenvolvimento Territorial não constitui a função inicial das Indicações Geográficas, mas representa uma de suas possíveis consequências. Compreende-se que a IG pode ir além da simples agregação de valor, atuando como mais um instrumento de desenvolvimento. Esse processo envolve a articulação entre o Estado, os produtores e a comunidade local, bem como a incorporação de diretrizes no Caderno de Especificações Técnicas voltadas ao desenvolvimento sustentável, à geração de renda e à educação. Nesse contexto, a IG pode contribuir para o desenvolvimento territorial não como um fim em si mesma, mas como um instrumento integrado a outras iniciativas presentes no território. Crescenzi et al. (2021) destacam que, a partir de experiências italianas, as IGs contribuíram para a reorganização das estruturas econômicas das áreas rurais, especialmente por meio de setores associados à sua cadeia produtiva, como o turismo, o agroturismo e os serviços de alimentação.

Assim, a IG pode ser compreendida como um mecanismo potencial de melhoria da qualidade de vida, ainda que essa perspectiva se situe, em parte, no campo das possibilidades, uma vez que muitas IGs ainda enfrentam desafios significativos para sua consolidação. Ainda assim, pensar nesse caminho como horizonte plausível torna-se essencial no debate sobre o futuro das Indicações Geográficas no Brasil.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo assim, o estudo analisa as Indicações Geográficas ao longo de sua trajetória histórica, demonstrando dinâmicas centenárias, moldadas inicialmente por experiências pioneiras até sua atual consolidação internacional. A partir disso, no Brasil surgem oportunidades ao se estabelecer comparações com o panorama europeu, de modo a identificar mecanismos capazes de integrar identidade, tradição e desenvolvimento territorial. Este processo é dependente do planejamento da Governança Territorial, já que é a partir de seu estabelecimento que se compreende as IGs como elementos de uma ação coletiva voltada à valorização do produto.

Além disso, é papel das Indicações Geográficas a proteção contra falsificações e a salvaguarda dos saberes e fazeres locais, conferindo autenticidade, reputação e valor simbólico aos produtos. Estes atributos além de fortalecerem a identidade territorial, favorecem a geração de renda e a dinamização socioeconômica por meio do turismo.

Entretanto, para que esses benefícios sejam efetivamente percebidos, é relevante conscientizar o consumidor, despertando seu interesse cognitivo acerca da relevância das IGs. Ao compreenderem o valor agregado desses produtos, relacionado à qualidade, à tradição e ao território de origem, os consumidores passam a reconhecer sua diferenciação e, como resultado, ampliam sua disposição de escolha e pagamento, reforçando os benefícios decorrentes das oportunidades que as Indicações Geográficas podem proporcionar.

Dessa maneira, a presente investigação contribui para ampliar a compreensão das Indicações Geográficas no contexto brasileiro, ao relacionar sua trajetória histórica, suas funções e potenciais efeitos ao desenvolvimento territorial. Integrar conceitos sobre governança, proteção de saberes e a conscientização do consumidor revelam conceitos teóricos e práticos capazes de orientar pesquisadores, gestores públicos e atores locais.

REFERÊNCIAS

- ANANIAS, Eduardo. Território e Governança Territorial: análise sobre o marolo e a identidade cultural em Paraguaçu/MG. Monografia (Bacharelado em Geografia) - Universidade Federal de Alfenas, 2025. 75 folhas.
- BRASIL. Lei 9.296/96.
- BANDHU, Din et al. Theories of motivation: a comprehensive analysis of human behavior drivers. *Acta Psychologica*, v. 244, p. 104177, 2024.
- BILLSTEDT, Eva et al. Time trends in Murray's psychogenic needs over three decades in Swedish 75-year-olds. *Gerontology*, v. 63, n. 1, p. 45–54, 2016.
- CALDAS, A. S. Indicação geográfica: marco regulatório e distribuição espacial. In:
- CALDAS, Alcides et al. (org.). *Gestão do território e desenvolvimento: novos olhares e tendências*. Salvador, 2013.
- CERDAN, C. M. T.; BRUCH, K. L.; SILVA, A. L.; COPETTI, M.; FÁVERO, K. C.; LOCATELLI, L. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. *Curso de Propriedade Intelectual e Inovação no Agronegócio*, v. 4, 2014.
- CRESCENZI, Riccardo et al. Geographical indications and local development: the strength of territorial embeddedness. *Regional Studies*, v. 56, n. 3, p. 381–393, 2022.
- DALLABRIDA, Valdir Roque. Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial: uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas. *EURE (Santiago)*, v. 42, n. 126, p. 187–212, 2016.
- DALLABRIDA, Valdir Roque (org.). *Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a indicação geográfica como referência*. São Paulo: LiberArs, 2014.
- DALLABRIDA, Valdir Roque. Governança territorial: do debate teórico à avaliação da sua prática. *Análise Social*, p. 304–328, 2015.
- D'ALEXANDRIA, Marcos Antônio Bassi. *O marketing territorial nas indicações geográficas: um estudo da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos-RS*. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.
- D'ALEXANDRIA, Marcos Antônio Bassi. As indicações geográficas do mundo para o Brasil: a construção do conceito brasileiro. *GOT: Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, n. 20, p. 3, 2020.
- DE LIMA FANTE, Cilmara Corrêa; DALLABRIDA, Valdir Roque. Governança territorial em experiências de Indicação Geográfica: análises e prospecções. *Desenvolvimento Regional em Debate*, v. 6, n. 2, p. 228–246, 2016.
- FALCADE, Ivanira. *A paisagem como representação espacial: a paisagem vitícola como símbolo das indicações de procedência de vinhos das regiões Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira e Monte Belo (Brasil)*. Porto Alegre: UFRGS, 2011.
- GIL, Antonio Carlos et al. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRUNERT, Klaus G.; AACHMANN, Kristina. Consumer reactions to the use of EU quality labels on food products: a review of the literature. *Food Control*, v. 59, p. 178–187, 2016.

INPI. Lista de Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas>. Acesso em 12 de agosto de 2025.

JARMA ARROYO, Sara E. et al. Effect of geographical indication information on consumer acceptability of cooked aromatic rice. *Foods*, v. 9, n. 12, p. 1843, 2020.

LE GUERROUÉ, Jean-Louis. Um freio ao desenvolvimento das indicações geográficas: o desconhecimento dos consumidores. *Brazilian Journal of Development*, v. 6, n. 8, p. 59013–59021, 2020.

PELLIN, Vitor. Indicações geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. *Interações (Campo Grande)*, v. 20, n. 1, p. 63–78, 2019.

SAQUET, Marcos Aurélio. A abordagem territorial: considerações sobre a dialética do pensamento e do território. In: HEIDRICH, Álvaro Luiz et al. (orgs.). *A emergência da multiterritorialidade: a ressignificação da relação do humano com o espaço*. Porto Alegre: UFRGS, 2005. p. 47–60.

SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie L. *Comportamento do consumidor*. 6. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SEDAP-PA. Programa IG e Marcas Pará. Disponível em: <https://www.sedap.pa.gov.br/node/472>

SEMAS-PA. Legislação. Disponível em: <https://www.semas.pa.gov.br/legislacao/publico/view/480366>

TÖRÖK, Áron et al. Understanding the real-world impact of geographical indications: a critical review of the empirical economic literature. *Sustainability*, v. 12, n. 22, p. 9434, 2020.

VALE, Ana Lia Farias; SAQUET, Marcos Aurélio; SANTOS, Roseli Alves dos. O território: diferentes abordagens e conceito-chave para a compreensão da migração. *Revista Faz Ciência*, v. 7, n. 1, p. 11–21, 2005.

VANDECANDELAERE, E.; ARFINI, F.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. *Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*. Rome: FAO / Siner-GI, 2010.

WIPO. *World Intellectual Property Indicators 2024*. Genebra: WIPO, 2024. Disponível em: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4759&plang=EN>

ZHAN, X.; ZHANG, Y.; BAI, J. Impact of geographical indications on consumers' online purchase of fresh agricultural products. *Transactions on Economics, Business and Management Research*, v. 7, p. 303–312, 2024.

ZHANG, Gangren et al. Why do consumers prefer a hometown geographical indication brand? Exploring the role of consumer identification with the brand and psychological ownership. *International Journal of Consumer Studies*, v. 47, n. 1, p. 74–85, 2023.

SOBRE OS ORGANIZADORES

RUBMARA KETZER OLIVEIRA

Departamento de Economia, Administração e Sociologia – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Av. Pádua Dias, 11 – Piracicaba, SP – Brasil.

Pós-doutoranda (Bolsa FAPESP nº 2024/17498-6) na Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” (ESALQ/USP). Possui graduação em Engenharia Agrícola pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e mestrado e doutorado em Ciências pela Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Possui MBA em Gestão Escolar e MBA em Data Science & Analytics (USP), além de especialização em Solos e Nutrição de Plantas (ESALQ/USP). Seus interesses de pesquisa e atuação profissional concentram-se nas áreas de Gestão, Educação, Inovação e Tecnologias.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6963-3074>

EDUARDO EUGÊNIO SPERS

Departamento de Economia, Administração e Sociologia – Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, Universidade de São Paulo (ESALQ/USP). Av. Pádua Dias, 11 – Piracicaba, SP – Brasil.

Realizou pós-doutorado na Wageningen University & Research (WUR – Países Baixos) e doutorado em Administração na Universidade de São Paulo (USP – Brasil). Atualmente é pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), professor titular e chefe do Departamento de Economia, Administração e Sociologia da ESALQ/USP.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8057-3460>

ÍNDICE REMISSIVO

C

Capacidade absorviva 110, 116
Capital social 3, 7, 8, 10, 120
Comportamento do consumidor 16, 18, 29, 35
Conservação ambiental 36, 63, 68
Cooperativismo 1, 2, 3, 5, 6, 59, 104, 105, 109
Coopetição 110, 111, 114, 116, 121, 122

D

Desenvolvimento endógeno 2, 3, 36, 43, 63, 66, 74, 119
Desenvolvimento regional 16, 34, 35, 51, 59, 61
Desenvolvimento territorial 1, 2, 4, 8, 9, 10, 13, 14, 16, 17, 18, 27, 31, 32, 33, 34, 46, 47, 58, 59, 60, 64, 65, 72, 78, 96, 97, 98, 107, 110, 122
Diferenciação territorial 77

E

Engajamento do consumidor 126
Engajamento transformador 140

G

Gestão de riscos 140
Governança colaborativa 110, 114, 117, 122
Governança institucional 47
Governança participativa 73, 74, 120, 140
Governança territorial 1, 5, 8, 16, 26, 27, 32, 34, 54, 63, 65, 74

I

Indicações Geográficas 1, 2, 3, 7, 8, 9, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 37, 45, 46, 49, 50, 52, 54, 62, 64, 65, 67, 74, 75, 96, 99, 100, 101, 102, 104, 107, 108, 110, 113, 116, 117, 121, 127, 135, 139

L

Legitimidade institucional 140

M

Marketing territorial 3, 17, 34, 74, 126

Metodologias ativas 97, 102

N

Narrativas de marca 126

P

Patrimônio cultural 1, 2, 36, 51, 57, 58, 60, 61, 94, 126, 128, 129, 139

Pertencimento territorial 97, 98, 108

Produtos territoriais 1, 2, 4

Propriedade intelectual 12, 15, 16, 19, 23, 30, 34, 46, 47, 48, 50, 56, 58, 60, 62

Protagonismo juvenil 97

R

Regulação sanitária 46, 47

Reputação digital 126

Resiliência agroecossistêmica 63, 70

Resiliência ambiental 77

Ruralidades contemporâneas 36

S

Serra da Canastra 1, 2, 3, 4, 6, 13, 36, 37, 38, 39, 41, 42, 44, 45, 47, 55, 58, 64, 72, 78, 84, 101, 103, 105, 109, 126, 140, 142, 148

Sistemas Agroalimentares Localizados 63, 64, 67

Sistema socioecológico 77, 95

Sustentabilidade agrícola 7, 8, 11

T

Terroir 63, 64, 65, 77, 78, 79, 80, 82, 92, 94, 140, 141, 148

Turismo pedagógico 97, 103, 104

V

Valor agregado 1, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 29, 31, 33, 48, 57, 58, 63, 65, 67, 74, 119, 142

Valor compartilhado 110, 111, 121, 122

