

Article

Desafios Das Indicações Geográficas Para a Agricultura Familiar No Brasil

Claudia Ferreira Fernandes¹, Cezar Augusto Miranda Guedes², Gustavo Ramón Cimadevilla³

¹ Doutora em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. ORCID: 0000-0002-8425-5953. Email: claudiaffernandes@ufrj.br

² Doutor em Economia de Empresas. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. ORCID: 0000-0003-2287-3948. Email: cezar.eco@gmail.com

³ Doutor em Ciência da Comunicação. Universidad Nacional de Río Cuarto. ORCID: 0000-0003-3333-4456. Email: gcimadevilla@yahoo.com.ar

RESUMO

Este artigo baseia-se na pesquisa desenvolvida para a tese concluída em fevereiro de 2024 no Programa de Pós-Graduação Binacional em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária firmado entre a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e a Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) em 2008. Neste segmento, é analisada a influência da capacidade institucional e da coordenação no sucesso das Indicações Geográficas (IGs) na Agricultura Familiar no Brasil. A motivação para o estudo deriva da problemática relacionada à prevalência de commodities nas relações comerciais brasileiras, que destaca a falta de diferenciação e o limitado conteúdo tecnológico desses produtos. Diante da tendência de valorização de características distintivas, as IGs surgem como uma estratégia, especialmente para a Agricultura Familiar. A metodologia adotada para a pesquisa compreende entrevistas com os participantes do registro de IG, utilizando o software IRaMuTeQ para análise textual e a análise de conteúdo de Bardin para interpretação dos dados. Os resultados evidenciam a necessidade de fortalecimento das relações entre instituições, consultores e produtores, enfatizando a complexidade do registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e a importância de capacitar consultores. Destaca-se a relevância da colaboração entre instituições, produtores e consultores para superar desafios e explorar oportunidades.

Palavras-chave: desenvolvimento territorial; coordenação; capacidade institucional.

ABSTRACT

This article is based on the research conducted for the thesis completed in February 2024 within the Joint Graduate Program in Science, Technology, and Innovation in Agriculture, established in 2008 between the Federal Rural University of Rio de Janeiro (UFRRJ) and the National University of Río Cuarto (UNRC). This section analyzes the influence of institutional capacity and coordination on the success of Geographical Indications (GIs) in Family Farming in Brazil. The motivation for the study stems from the challenges posed by the prevalence of commodities in Brazilian trade relations, which highlight the lack of differentiation and the limited technological content of these products. In light of the growing trend toward valuing distinctive characteristics, GIs emerge as a strategic tool, particularly for Family Farming. The research methodology includes interviews with participants in the GIs registration process, employing the IRaMuTeQ software for textual analysis and Bardin's content analysis for data interpretation. The results reveal the need to strengthen relationships between institutions, consultants, and producers, underscoring the complexity of the registration process at the National Institute of Industrial Property (INPI) and the importance of training consultants. The study highlights the relevance of collaboration among institutions, producers, and consultants to overcome challenges and seize opportunities.

Keywords: territorial development; coordination; institutional capacity.



Submissão: 30/09/2025



Aceite: 06/11/2025



Publicação: 19/12/2025



Introdução

A diferenciação de produtos agroalimentares por meio das Indicações Geográficas (IGs) constitui uma estratégia relevante de valorização territorial, reconhecimento de práticas socioculturais locais e diferenciação produtiva. Ao conferir identidade e autenticidade aos produtos vinculados a uma origem específica, esse instrumento oferece vantagens competitivas em mercados cada vez mais orientados por atributos como procedência, qualidade e sustentabilidade.

No Brasil, as IGs são regulamentadas pela Lei nº 9.279/1996 (LEI Nº 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996, 1996) e geridas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável por definir os critérios técnicos e jurídicos para o reconhecimento de produtos cuja reputação, qualidade ou características estejam associadas ao território de origem. A certificação transforma o produto em um ativo protegido, agregando valor e prevenindo o uso indevido da reputação coletiva construída.

Diversas instituições desempenham papel essencial nesse processo. O Sebrae, a Embrapa, o Ministério da Agricultura e órgãos de extensão rural contribuem por meio de assistência técnica, promoção da governança local, elaboração de regulamentos de uso e capacitação dos produtores (Pellin 2019). Por sua vez, os produtores — geralmente organizados em associações ou cooperativas — assumem a responsabilidade de garantir a conformidade com os critérios estabelecidos, sustentando a credibilidade da IG junto ao mercado (Perosa et al. 2017).

As IGs brasileiras são classificadas em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), ambas previstas no arcabouço legal nacional. Mais do que sinais distintivos, as IGs vêm sendo reconhecidas como ferramentas de valorização de recursos territoriais e de estímulo ao desenvolvimento regional (Vandecandelaere et al. 2018). Sua importância cresceu a partir da década de 1990, em resposta a demandas globais por proteção de ativos intangíveis, conforme definido no Acordo TRIPS da Organização Mundial do Comércio e na Decisão CMC n.º 8/1995 do Mercosul. Nesse contexto, o Brasil estruturou sua legislação de forma a compatibilizar compromissos internacionais e demandas internas por valorização de produtos locais (Niederle et al. 2017).

Para a Agricultura Familiar — responsável, segundo o Censo Agropecuário de 2017, por mais de 70% dos alimentos consumidos no país —, as IGs representam uma alternativa de inserção qualificada em mercados diferenciados. Ao valorizar saberes tradicionais, recursos naturais locais e formas sustentáveis de produção, esse instrumento contribui para superar a lógica de padronização e escala que frequentemente marginaliza pequenos produtores (Vandecandelaere et al. 2018).

A produção da Agricultura Familiar é destinada majoritariamente ao mercado interno. De acordo com a definição governamental, a Unidade Familiar de Produção Agrária (UFPA) corresponde a um grupo de indivíduos — geralmente membros de uma mesma família — que combina fatores de produção para atender tanto às necessidades de subsistência quanto à demanda da sociedade por alimentos, bens e serviços (Fernandes; Guedes, 2021).

Estudos como os de Martins et al. (2024) indicam que as IGs, quando bem implementadas, podem ampliar a renda, diversificar canais de comercialização e fortalecer vínculos comunitários. Contudo, sua eficácia depende de condições institucionais mínimas, como acesso a crédito, articulação entre atores locais e suporte técnico contínuo.

A Lei n.º 11.326/2006 (Lei nº 11.326 2006) reconhece a Agricultura Familiar como estratégica para a segurança alimentar e o desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, as IGs configuram mecanismos promissores para fomentar circuitos curtos de comercialização e valorizar o patrimônio cultural rural. Vandecandelaere *et al.* (2018) ressaltam que certificações de origem podem não apenas ampliar nichos de mercado, mas também preservar práticas tradicionais e promover o uso sustentável dos recursos naturais.



Apesar dessas potencialidades, o mercado internacional brasileiro permanece fortemente orientado por commodities, como a soja — cultura na qual o país se destaca mundialmente, respondendo por 57,1% das exportações globais de soja em 2023, segundo dados da Embrapa (2024). Nesse cenário, o perfil das exportações brasileiras revela fragilidades estruturais, marcadas pela predominância de commodities. Essas exportações não se limitam ao setor agropecuário, abrangendo também a mineração e a indústria, caracterizando-se por baixo conteúdo tecnológico, ausência de marcas distintivas e valorização baseada principalmente na matéria-prima, na energia e na mão de obra de baixo custo (Guedes e Pérez 2014).

Esse quadro contrasta com a crescente demanda por produtos rastreáveis, sustentáveis e com identidade territorial. Conforme apontado por autores como Moreira (2016) e Valente *et al.* (2012), as IGs podem preencher essa lacuna, inserindo a Agricultura Familiar em segmentos de maior valor agregado.

Experiências nacionais e internacionais demonstram que as IGs têm potencial para impulsionar o turismo, proteger bens culturais imateriais e promover desenvolvimento rural com inclusão social (Milano e Cazella 2021). No entanto, tais benefícios não ocorrem automaticamente: dependem da existência de capacidade institucional, de uma articulação interinstitucional eficaz e da superação de entraves históricos enfrentados pelos pequenos produtores, como o acesso limitado a assistência técnica e mercados formais (Knickkel *et al.* 2008).

Este artigo buscou verificar em que medida a falta de recursos, capacidade institucional e coordenação pode impactar o sucesso das IGs da Agricultura Familiar. Assim, o estudo pretende ampliar o conhecimento sobre o tema no contexto brasileiro, identificando e propondo soluções para problemas relacionados ao registro, de modo a subsidiar a tomada de decisões das instituições envolvidas e a formulação de políticas públicas para o setor.

Este trabalho constitui uma versão atualizada da pesquisa desenvolvida para a tese defendida em 2024 na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), cujo texto integral está disponível no repositório institucional da universidade, não se tratando de uma reprodução integral do trabalho original.

Metodologia

A escolha dos participantes entrevistados buscou contemplar a diversidade de atores que atuam no processo de reconhecimento e manutenção das IGs. Os produtores rurais representam o elo fundamental da produção, detendo o conhecimento tradicional e a identidade territorial do produto. Os consultores desempenham papel estratégico na organização das demandas, elaboração de dossiês técnicos e articulação com órgãos competentes. Já o INPI é a instituição responsável pela análise e concessão do registro, definindo critérios jurídicos e técnicos, além de normatizar o uso da IG como ativo de propriedade industrial. A presença desses diferentes agentes possibilita compreender de forma integrada os desafios, percepções e estratégias que permeiam a certificação e sua efetividade como política de valorização da Agricultura Familiar.

Os procedimentos e fontes de pesquisa empregados no presente estudo se concentram no material textual derivado das entrevistas realizadas durante a pesquisa de campo, financiada com recursos próprios. Participaram das entrevistas servidores do INPI envolvidos com as questões de registro, produtores e consultores indicados pelas entidades requerentes dos pedidos de registro das IGs já reconhecidas e identificadas com Declaração de Aptidão ao PRONAF - DAP (ativo ou expirada).

Ainda que este estudo não tenha se dedicado à análise minuciosa de um único caso de IG, a abrangência da amostra, composta por diferentes regiões, produtos e estágios de organização, permite identificar padrões e contrastes relevantes. Tal abordagem possibilita discutir não apenas os aspectos técnicos do registro, mas também o contexto histórico e institucional no qual ele se insere, incluindo as interações entre agricultores, consultores e o INPI.



Para a análise textual das entrevistas utilizou-se o software IRaMuTeQ — *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*, desenvolvido por Pierre Ratinaud em 2009. Trata-se de um software gratuito de código aberto licenciado pela GNU GPL (v2) que utiliza o ambiente estatístico do software R. O IRaMuTeQ é amplamente utilizado em estudos nas áreas de Ciências Humanas e Sociais e emprega o mesmo algoritmo do software Alceste para conduzir análises estatísticas de textos, incluindo a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), bem como outras análises lexicais que auxiliam na interpretação e compreensão de textos (Salviati, 2017).

O software IRaMuTeQ oferece um conjunto variado de procedimentos lexicométricos que podem ser utilizados para a análise de dados de entrevistas, tais como: estatísticas textuais clássicas, Análises de Especificidades, Classificação Hierárquica Descendente (CHD), Análise Fatorial por Correspondência (AFC), Análise de Similitude e nuvem de palavras (Sousa *et al.*, 2020) que se encontram descritas na Tabela 1.

Tabela 1 - Tipos de análises textuais oferecidas pelo IRaMuTeQ para entrevistas.

Tipo de Análise	Descrição
Análise de Especificidades	Associa textos com variáveis, possibilitando a análise da produção textual em função das variáveis de caracterização.
Classificação Hierárquica Descendente (CHD)	Com base nas classes escolhidas, o programa calcula e fornece os segmentos de texto mais característicos de cada classe, permitindo a contextualização do vocabulário típico de cada classe.
Análise Fatorial por Correspondência (AFC)	É uma representação gráfica dos dados para ajudar a visualização da proximidade entre classes ou palavras.
Análise de Similitude	Possibilita identificar as coocorrências entre as palavras e seu resultado indica a conexão entre as palavras, auxiliando na identificação da estrutura da representação.
Nuvem de palavras	Agrupa as palavras e as organiza graficamente em função da sua frequência.

Fonte: Elaborado a partir de Camargo e Justo (2013) e Fernandes (2016).

Como o IRaMuTeQ processa análises lexicais a partir de material textual, optou-se pela técnica da Análise de Conteúdo (Bardin, 2015) como posicionamento teórico-metodológico para a análise dos dados. Através deste é possível identificar e analisar as categorias presentes no corpus, apontando evidências mediante trechos das narrativas dos participantes que tratam de tais categorias, traçando um paralelo com a literatura, presente na tese, que versa sobre aquele tema (Souza; Bussolotti, 2021).

Para a análise textual das entrevistas, foi utilizada a CHD, que classifica os segmentos de texto em função dos seus respectivos vocabulários. Os segmentos de texto são representados normalmente por três linhas, conforme a transcrição e o tamanho do corpus. O conjunto desses segmentos é fragmentado em função da frequência das formas reduzidas (Camargo; Justo, 2013). “Essa interface possibilita, com base no *corpus* original, a recuperação dos segmentos de textos e a associação de cada um, permitindo o agrupamento das palavras estatisticamente significativas e a análise qualitativa dos dados” (Souza *et al.*, 2018, p. 2).

Deste modo, o objetivo da análise do corpus textual, produzido a partir das entrevistas realizadas, consiste em compreender as temáticas presentes no conjunto das narrativas dos participantes e explicar o fenômeno estudado (Souza; Bussolotti, 2021). Portanto, o que se propõem é tratar as narrativas através do IRaMuTeQ para compreender as concepções dos participantes da pesquisa sobre o registro das Indicações Geográficas e a atuação dos atores envolvidos para a efetivação do registro.



Fonte de dados para a elaboração do corpus

Para a utilização do software IRaMuTeQ, é necessária a construção de um corpus que será processado no programa. O corpus é criado pelo(a) pesquisador(a) e consiste no conjunto de textos que se deseja analisar. Na presente pesquisa, o corpus é composto pela compilação das transcrições das entrevistas, que foram reunidas em um único arquivo de texto. Para tanto, os textos originados das transcrições das entrevistas foram organizados em linhas de comando, chamadas de metadados. Nas entrevistas, cada uma delas representa um texto e, como tal, deve ser precedida por uma linha de comando que contém informações como o número de identificação do entrevistado e algumas variáveis relevantes para o desenho da pesquisa (Camargo; Justo, 2013).

Para compilar o Corpus, foram transcritos os relatos orais provenientes das entrevistas conduzidas com produtores, consultores e servidores do INPI entre abril e agosto de 2023. Todas as entrevistas foram realizadas via videoconferência, utilizando ferramentas como WhatsApp ou Google Meet, disponibilizado pela UFRRJ neste último caso.

Coleta de dados e delimitação da amostra

A coleta de dados foi realizada com a aprovação em 18 de novembro de 2021 pelo Comitê de Ética da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, no Sistema CEP/UFRRJ, por meio do Processo 23083.065940.2021-18, conforme a Resolução n.º 466/12 que regulamenta os procedimentos de pesquisa envolvendo seres humanos. Este trabalho somente foi realizado após o aceite de cada participante no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), bem como do aceite do Termo de Anuência, no caso das instituições participantes.

Para a seleção dos entrevistados para composição da amostra foi realizada uma pesquisa prévia a partir do CNPJ das requerentes das IGs registradas até 04 de abril de 2023, constante nas fichas técnicas disponíveis no site do INPI. A partir do levantamento dos CNPJ, foi realizada consulta ao Extrato da DAP¹ (Declaração de Aptidão ao Pronaf), por meio da plataforma disponível do site do Ministério da Agricultura e Pecuária, onde foi possível identificar a situação da DAP (válida, expirada ou sem cadastro) de cada requerente, com o intuito de identificar aquelas IGs com participação da Agricultura Familiar. Vale lembrar que até então havia três modelos de DAP à disposição dos agricultores familiares: DAP Principal, DAP Acessória e DAP Especial ou Jurídica. Este último caso “identifica e qualifica os empreendimentos familiares rurais organizados em pessoa jurídica (que possuem CNPJ), como associações, cooperativas e agroindústrias” (Governo Federal, 2019).

Assim, como os requerentes das IGs são representantes dos produtores organizados em algum tipo de associação, foi realizada a consulta ao DAP Jurídica. A partir desta consulta, foram identificadas 10 organizações requerentes das IGs registradas no INPI com DAP válida ou expirada. Entretanto, entre os 102 CNPJ consultados, encontra-se a Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá - Central Juruá, representante da IG Cruzeiro do Sul, que apesar de levar em seu nome o termo “Produtores Familiares”, não possui cadastro no sistema de verificação da DAP, mas apesar desta condição, considerou-se para a composição da amostra.

¹ A Extrato da DAP foi substituído pelo CAF-PRONAF, cuja emissão se dará por meio do Sistema CAFWeb (Governo Federal, 2023) que ainda não estava disponível para consulta em agosto de 2023, fase de escrita conclusiva da tese que originou este artigo.



Identificadas e selecionadas as 11 requerentes², iniciou-se a fase de convite para a participação da presente pesquisa, por meio do telefone e e-mail, constantes nas fichas técnicas do INPI, no bando de dados do Data Sebrae e por meio da conta das IGs encontradas no Instagram. O contato foi bem-sucedido com todas as requerentes relacionadas, com exceção da requerente da IG Ortigueira. Ainda assim, não foi possível a realização de entrevistas com produtores ou consultores da IG da Região de Mara Rosa e da IG da Região de Tanguá. Deste modo, a seleção dos produtores e consultores das requerentes das IGs para a composição da amostra brasileira de entrevistados ficou assim estabelecida (Tabela 2).

Ao mesmo tempo, em que os requerentes das IGs eram contactados, buscou-se formalizar a solicitação para a autorização de realização da pesquisa junto ao INPI. Conforme orientação obtida na instituição, as tratativas formais ocorreram por meio de processo administrativo, tramitado no sistema SEI. Tão logo foi obtida a autorização, as entrevistas foram agendadas com os 4 servidores do INPI, indicados pelo órgão, para participação na pesquisa. A amostra da pesquisa foi composta por um total de 20 entrevistados, sendo 8 consultores, 8 produtores e 4 representantes do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Limitações metodológicas

A análise qualitativa com suporte estatístico, como a realizada com o software IRaMuTeQ, oferece uma valiosa triangulação entre a interpretação dos discursos e a mensuração das ocorrências lexicais. Contudo, essa abordagem apresenta limitações inerentes, como a redução da complexidade do conteúdo a padrões estatísticos que podem perder nuances contextuais importantes (Brigido Vizeu Camargo e Justo 2013). Além disso, o uso de dados qualitativos em análises quantitativas exige cuidados rigorosos na preparação e segmentação dos textos para evitar vieses. Reconhece-se também que a interpretação das classes e gráficos depende da expertise do pesquisador e pode estar sujeita a subjetividades. Portanto, é recomendável complementar esses métodos com análises qualitativas tradicionais e validação por meio de outras fontes para garantir a robustez dos resultados.

Quanto ao tamanho da amostra, embora um número maior de participantes tenha sido alcançado, a pesquisa enfrentou dificuldades de comunicação devido a problemas de acesso à internet em determinadas localidades. Isso resultou em casos nos quais os produtores concordaram em participar da pesquisa, mas as entrevistas por chamada ou videochamada não puderam ser realizadas devido à falta de sinal de internet. Em alguns casos, o desinteresse em participar da pesquisa também foi observado, possivelmente devido à alta demanda por parte de outros estudantes, sem oferecer feedback sobre os resultados de suas pesquisas, conforme relatado por muitos produtores.

² Entretanto, a estratégia de utilizar a DAP para identificar as IGs da Agricultura Familiar revelou-se ineficaz, conforme observado após a realização das entrevistas, diante da constatação de que a Central Juruá não possuía a DAP Jurídica, mas seus cooperados detinham a DAP individual.


Tabela 2 - Relação de IGs brasileiras identificadas com DAP.

N.º	Requerente	Nome Geográfico/ Gentílico	UF	Produto	Espécie	Situação da DAP	Participantes
1	Associação dos Produtores de Aguardente de Qualidade da Microrregião Abaíra	Microrregião Abaíra	BA	Aguardente de Cana do Tipo Cachaça	IP	expirada	1 produtor 1 consultor
2	Cooperativa dos Produtores de Açafração de Mara Rosa – COOPER AÇAFRÃO	Região de Mara Rosa	GO	Açafração	IP	expirada	Não houve confirmação para participação da pesquisa
3	Cooperativa Agroindustrial de Carlópolis – COAC*	Carlópolis	PR	Goiaba	IP	válida	2 produtores 2 consultores
4	Cooperativa Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL	Oeste do Paraná	PR	Mel de abelha Apis Melífera Escutelata (Apis Africanizada) - Mel de abelha Tetragonisca Angustula (Jataí)	IP	válida	3 produtores
5	Associação dos Produtores de Leite e Queijo do Marajó	Marajó	PA	Queijo	IP	expirada	1 consultor
6	Cooperativa Mista dos Agricultores Familiares e Extrativistas dos Caetés	Bragança	PA	Farinha de mandioca	IP	válida	1 produtor
7	Associação dos Produtores Ortigueirenses de Mel – APOMEL	Ortigueira	PR	Mel de abelha – Apis Mellífera	DO	válida	Não houve confirmação para participação da pesquisa
8	Associação dos Bananicultores da Região de Corupá - ASBANCO	Região de Corupá	SC	Banana (subgrupo Cavendish)	DO	válida	1 produtor 1 consultor
9	Consórcio de Produtores Sateré-Mawé	Terra Indígena Andirá-Marau	AM/PA	Waraná (guaraná nativo) e pães de waraná (bastão de guaraná)	DO	expirada	2 consultores
10	Associação dos Citricultores e Produtores Rurais de Tanguá	Região de Tanguá	RJ	Laranjas da espécie <i>Citrus sinensis</i> das variedades Seleta, Natal Folha Murcha, Natal Comum	DO	válida	Não foi possível realizar entrevistas, embora tenham confirmado participação na pesquisa
11	Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá - CENTRAL JURUÁ	Cruzeiro do Sul	AC	Farinha de Mandioca	IP	sem cadastro	1 consultor

A requerente constante na Ficha Técnica da IG Carlópolis, disponível no site do INPI, é a Associação dos Olericultores e Fruticultores de Carlópolis – APC. Entretanto, quando realizado o contato com esta entidade, foi transmitida a informação de que estava em trâmite junto ao INPI a solicitação de alteração da substituta processual da IG Carlópolis para a COAC. Fonte: Elaborada pelos autores.



A seleção das IGs brasileiras para composição da amostra das entrevistas por meio da identificação da DAP não se mostrou eficaz. Por meio da entrevista com a consultora do Sebrae que atuou junto à Central Juruá, proponente da IG Cruzeiro do Sul, que não possui DAP, foi informado que os produtores possuem a DAP individual. Assim, é possível haver outros casos na mesma condição, não tendo sido mapeadas para a composição da amostra. Adicionalmente, a DAP foi substituída pelo CAF-PRONAF em 2023 e o MDA passava por momento de reestruturação visto que havia sido extinto no governo de Jair Bolsonaro. Dessa forma, é plausível considerar que o sistema do MDA estivesse passando por atualizações, o que poderia impactar a atualização das informações disponíveis.

Outra limitação da pesquisa no Brasil foi a condução das entrevistas virtualmente, o que impossibilitou a observação do ambiente de trabalho dos entrevistados, bem como as práticas de produção e a experimentação dos produtos. Portanto, questões relacionadas a esses aspectos não puderam ser abordadas ou contrastadas com o discurso das entrevistas.

Em relação à seleção de participantes da pesquisa provenientes do INPI, a estratégia adotada consistiu em realizar entrevistas com os servidores diretamente envolvidos na análise dos pedidos de registro das Indicações Geográficas. Com isso, é importante ressaltar, tornou-se restrita a abordagem sobre outras atividades do órgão, como a disseminação sobre as IG, uma vez que existe uma área específica no órgão para lidar com essa questão, a qual não foi incluída na amostra dos entrevistados.

Com base nessas limitações, é aconselhável conduzir pesquisas adicionais que repliquem a mesma abordagem metodológica, visando ampliar o número de participantes em todos os grupos mencionados no estudo. Um foco especial deve ser dado aos pequenos produtores familiares, a fim de aprofundar a compreensão de seus desafios e percepções em relação ao conceito de Indicação Geográfica.

Resultados e Discussão

O corpus analisado foi composto por 20 entrevistas referentes às respostas das perguntas realizadas a partir do roteiro semiestruturado, sendo dividido pelo IRaMuTeQ em 2341 segmentos (ST) de texto, os quais continham 7035 formas (palavras ou expressões) distintas que ocorreram 78874 vezes. A CHD reteve 1904 das 2341 STs, sendo considerada para classificação 81,33%, portanto 18,67% foram rejeitadas após a análise. Camargo e Justo (2013) afirmam que para as análises de CHD serem consideradas úteis à classificação é necessária uma retenção mínima de 75% dos segmentos de texto.

Para a composição da CHD, demonstrada na Figura 1, o programa dividiu o corpus em dois, distinguindo as classes 1 e 2 da terceira. Isto significa dizer, portanto, que as classes 1 e 2 possuem maior proximidade ou relação entre si. As classes geradas a partir da CHD representam um contexto de sentido das palavras e podem apontar representações sociais ou elementos de representações sociais sobre o objeto social estudado.

Considerando a representação das classes conforme o percentual de palavras, a classe 3 (representada pelas palavras relacionadas com Mercado) foi a que apresentou maior incidência, com um percentual de *corpus* analisado na ordem de 48,3%. Em seguida tem-se a classe 2 (relacionada com as instituições parceiras), com 27,8% e a classe 1 (relacionada com o processo de registro da IG no INPI) com 23,9%. Assim, percebe-se que as duas classes com menor representação, classe 2 e 1, mostram uma fragilidade existente das instituições, visto que embora as classes estejam próximas, possuem um problema de efetiva integração com o mercado.



Figura 1 - Classificação Hierárquica Descendente. Fonte: Elaborado pelos autores com dados extraídos do IRaMuTeQ

A fim de atribuir sentido aos agrupamentos de palavras atribuído às Classes, foram analisados os trechos mais significativos fornecidos pelo IRaMuTeQ em cada uma delas, aplicando-se a metodologia da análise de conteúdo (Bardin, 2015). As entrevistas revelam a interação entre três grupos institucionais centrais no processo de IG: (i) Produtores, guardiões do saber-fazer e da identidade territorial, que fornecem as evidências e práticas necessárias para sustentar o pedido; (ii) Consultores, que atuam como mediadores técnicos, organizando dossiês,



conduzindo pesquisas históricas e articulando os diferentes agentes envolvidos; e (iii) O INPI, autarquia responsável pela análise e concessão do registro, estabelecendo critérios jurídicos e técnicos para o registro.

Além deles, outras instituições aparecem como parceiras indiretas ou facilitadoras — como o Sebrae, órgãos estaduais de ciência e tecnologia, e instituições de pesquisa — desempenhando funções de suporte técnico e institucional. A atuação conjunta (ou a falta dela) influencia diretamente a agilidade, a qualidade e o alcance dos registros, além de revelar tensões entre as demandas locais e as exigências formais do sistema de propriedade industrial.

Observa-se que boa parte das dificuldades relatadas está ligada à adaptação das comunidades e suas organizações a um modelo de certificação que, historicamente, foi desenhado para harmonizar-se com padrões internacionais de propriedade industrial. Embora esse alinhamento seja necessário para dar segurança jurídica e competitividade internacional aos produtos, ele impõe desafios adicionais a agricultores familiares e povos tradicionais, que nem sempre dispõem de recursos técnicos e financeiros para cumprir integralmente as exigências dentro dos prazos estabelecidos.

Análise da Classe 1 (vermelho) – Desafios e complexidades no registro de IGs no INPI

Com base na frequência expressiva em que a demora e as exigências são abordadas, foram selecionados 20 segmentos que se destacam como os mais significativos dentre os trechos agrupados nesta categoria. Trechos 1 e 2: Apontam que a construção gradual da IG a partir das exigências feitas pelo INPI representa um desafio que interfere no tempo de conclusão do processo.

[...] Hoje, são dezenove meses, mas poderia ser doze. Mas não é por causa de...alguns pedidos levam às vezes dois anos, três anos pra sair porque o requerente, ele constrói a IG a partir das exigências que o INPI faz (Entrevistado_018 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor02).

E, a preocupação é não precisava fazer exigências que deem a entender que...que não haja um reconhecimento, mas que essa, essa situação esteja sendo construída, né, com as aspas, né, ao longo do processo no INPI. Então, o desafio é: se deparar com esse pedido, a situação de fato seja pregressa a entrada do pedido e que seja de fato um espelho daquilo que realmente existe e que não seja uma demonstração ao longo do processo daquelas situações necessárias pra cada espécie (Entrevistado_019 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor03).

Trechos 3, 4 e 5: Destacam as preocupações em torno das exigências impostas pelo INPI e relata a exigência específica que surgiu durante o processo, implicando em uma demora no procedimento, devido possivelmente à escassez de examinadores na época mencionada.

[...] Tecnicamente, uma ilustração, e que eles precisavam realmente, da, do arquivo fonte lá que demonstra os pontos cartográficos e tudo. Aí, então, teve essa exigência. Nessa única exigência que a gente teve...foi, o processo foi, eh, não foi tão rápido, porque nada é rápido. Imagina naquela época então, né, de menos examinadores ainda, né? [...] (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaira*Pessoa_Consultor05).



[...] Então, ele, eh, a gente só tinha uma ilustração, né, em PDF ou JPEG e que ilustrava a região e o memorial descritivo, dando referências. Porém, eh, a gente sabia que o, o, a necessidade de ter essa certificação, de ter esse arquivo contendo todo, né, perímetro da área, né? E, e essa, essa, esse memorial descritivo tem que detalhar. Então, foi a única exigência, né? A gente teve a fase, a fase preliminar, documental, eh, toda, eh, sem nenhum tipo de exigência e, na fase de mérito, eles detectaram que só tinha uma ilustração, né? [...] (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaira*Pessoa_Consultor05).

[...] do protocolo em diante, foi um processo administrativo, eh, depois desse, né, dessa, dessa internada, eh, que ficou ai, eh, ficou com esse passivo, a gente conseguiu organizar, fizemos um protocolo, eh, junto ao INPI. Nós tivemos uma única exigência, tá? Eh, e a gente já estava preparado pra ela porque era a questão que envolve o georreferenciamento da microrregião (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaira*Pessoa_Consultor05).

Trechos 6 e 7: Destacam a importância da colaboração de instituições durante o processo de registro de IG e menciona a articulação com outras instituições como facilitadoras na comunicação com o INPI.

Bom, quando nós tivemos que, ter, um justificar as exigências, por exemplo, trabalhou bastante o INPI. O INPI, pra demonstração do, da, da qualidade originária do guaraná e a origem daquele território foi o, o INPI colaborou muito. [...] essencialmente foi INPI, INPI, FAO... [...] Desculpa, desculpa, eu falei INPI. Não, é o Inpa. Inpa (Entrevistado_016 *Segmento_Consultor *IG_Terra_Indigena_Andira_Marau *Pessoa_Consultor08).

[...] Aí a gente foi por intermédio da CIG, né, que aí tava difícil de falar com o INPI. E aí eu fazia as perguntas pra CIG e a CIG conversava com o INPI, porque aí é uma relação institucional, mais definida (Entrevistado_015 *Segmento_Consultor *IG_Terra_Indigena_Andira_Marau *Pessoa_Consultor07).

Trecho 8: Menciona que apesar de burocrático observa-se um aprendizado adquirido ao longo do processo de registro.

Olha, o processo de registro no INPI foi..., bom, na parte burocrática é demorado, nem tanto, e acredito que as exigências que foram colocadas eram, eram justas e foram até um estímulo a gente 'pfuu ah' (*si*)... posso te dizer 'affs' (*si*) chateado, né, pô, isso aqui não dá, tem que, vão pedir isso, depois vai pedir aquilo, vai pedir aquilo, mas no final das contas é esses, essas cobranças nos ajudaram a crescer, a, os índios tomar consciência de coisas ah, ah, mais avançadas, de como funciona tanto o mundo, como a burocracia, mas tanto também a sua própria produção, da importância de, de respeitar um protocolo, etcétera (Entrevistado_016 *Segmento_Consultor *IG_Terra_Indigena_Andira_Marau *Pessoa_Consultor08).

Trecho 9: Destaca a natureza rigorosa das exigências feitas pelos examinadores do INPI durante o processo de registro de IG e a falta de conhecimento por parte dos examinadores sobre a realidade local.



Eles querem, por exemplo, que você comprove registros fotográficos de uma época que nem tinha máquina fotográfica. Eles querem que você comprove com jornais, livros numa região que você tem um nível de umidade de cem por cento. Então, hoje, papel não se cria. Rapidamente o papel some, a traça come. [...] mas fala pra eles vir aqui no Marajó, pra eles verem como é que é a realidade de uma fazenda que produz queijo há mais de duzentos anos...se você acha algum livro, algum recorte, jornal, recorte de jornal. Não existe isso. Então, não é fácil (Entrevistado_007 *Segmento_Consultor *IG_Marajó *Pessoa_Consultor04).

Trecho 10: Menciona a realização de reuniões por videoconferência para esclarecer dúvidas sobre o indeferimento do pedido, demonstrando uma clara predisposição em promover um diálogo construtivo e esclarecedor

[...] Alguns preferem videoconferência porque eles estão em outros Estado, né? Mas, hoje em dia, se eles fizeram o pedido pra entender o que que o INPI quis perguntar com aquilo, ou tirar dúvida com relação porque que foi indeferido... Essa semana mesmo tivemos uma reunião com o Secretário de Ciência e Tecnologia de um Estado [...] junto com o examinador, pra tirar dúvidas do pedido que foi indeferido (Entrevistado_018 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor02).

Trechos 11 e 12: Mencionam a dificuldade que os produtores tinham em reunir a documentação comprobatória necessária para o registro da IG.

[...] Essa era uma demanda que eles tinham lá, historicamente, tinham quase dois anos que eles não sabiam como fazer o fechamento da indicação geográfica, né? De organizar a documentação pra poder fazer o protocolo, o depósito para o INPI (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaira *Pessoa_Consultor05).

Então, o Sebrae, eu como sou facilitador de grupo, ou seja, eu conduzo todo o processo de discussão de grupo. Em seguida, o Sebrae disponibiliza um consultor especializado em documentos. Aí, esse consultor, ele vai pra cidade e faz uma pesquisa porque ele precisa levantar todo o processo histórico. Aí, ele começa a pedir para os próprios produtores registros de jornais, documentação, ele vai construir a história daquele produto (Entrevistado_004 *Segmento_Consultor *IG_Caropolis *Pessoa_Consultor01).

Trecho 13: Demonstra que as exigências formuladas durante o processo de registro da IG representam um esforço do INPI para conceder o reconhecimento.

[...] A IG já é deles. Se eles conseguirem pedir adequadamente. Então, eu sempre tento, eu eu...a gente faz o máximo de exigências possível pra ver se a gente consegue sanear o processo, mas as vezes não dá (Entrevistado_018 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor02).

Trechos 14, 15 e 16: Apontam a importância do registro da IG para a sua proteção e para a promoção do desenvolvimento local.



A partir do momento que ele tem o registro no INPI, aquilo dá força a ele ir no Judiciário. Olha, esse sujeito aqui tá usando o nome da indicação geográfica que é um ativo como marca, o que é proibido por lei, né? Inclusive temos, né, tem, é crime na, na, na, na LPI (Entrevistado_018 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor02).

[...] Essa ferramenta é uma coisa muito maior pra todo mundo, até mesmo o próprio INPI, que é o cartório oficial, né, que registra e que concede essa chancela ao território, ao produto (Entrevistado_007 *Segmento_Consultor *IG_Marajó *Pessoa_Consultor04).

[...] e eu estudei, estudo isso, até porque, eu acredito muito e por isso até eu gosto muito de trabalhar onde eu trabalho, na Divisão onde eu trabalho no INPI. Eh, eu acredito no potencial que a indicação geográfica tem para o desenvolvimento rural, desenvolvimento local (Entrevistado_017 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor01).

Trechos 17 e 18: Destacam a necessidade de o INPI estabelecer um padrão para análise do pedido e de promover maior agilidade ao processo.

É a falta de entendimento do todo, muitas pessoas, eh, eh, olhando o mesmo processo de forma diferente, pedindo exigência que o outro já tinha passado, entendeu? Eh, pedindo evidência de coisa que já tava (*sic*) OK, então pede, não pede processo. Eu acho assim, falta, falta processo. Falta, falta ele, como se fosse uma, uma ISO, alguma coisa assim, onde você, né, tem um caminho, né? Ó, o caminho daqui pra trás já foi visto, né? Tem que ver daqui pra frente, eu pedi, teve três exigências, beleza. Cumpriu as três exigências? Acabou. Não, mas ó, eu li o processo inteiro, o meu colega esqueceu de ver essa aqui, né? Então, mas assim, são coisas muito redundantes, às vezes. Porque, assim, eh, então eu acho que, basicamente, é isso. Acho que podia ser mais ágil (Entrevistado_005 *Segmento_Consultor *IG_Carolopolis *Pessoa_Consultor02).

E uma coisa que eu senti muita dificuldade que eu uma dor assim, né? Minha, particular que eu tenho com o INPI e com o nosso projeto da IG é que a gente pediu a indicação geográfica dos superprodutos (*sic*). Não só da banana. Né? Nós pedimos de seis subprodutos. A banana passa, a gela, o mousse, o doce de banana do tacho. E, eh, a bala, que são noventa e cinco por cento da sua composição banana. E a farinha biomassa e o chips que são noventa por cento, noventa e cinco por cento da sua composição banana verde. Né? Porque a gente acredita que, a gente acreditava que esses produtos tradicionais e, eh, mantém o saber fazer de décadas e décadas aqui na região, poderiam ser protegidos, nesse caso. [...] E eles me disseram que não, que a gente teria que fazer um processo de IG pra cada um desses produtos. [...] Aí, você vai pra Jaboticaba de Sabará e você vê que lá não é só Jaboticaba. Então, a sensação que a gente teve e que eu acho que vai demorar um tempo pra mim (*sic*) mudar esse meu conceito do INPI, é de que existe uma tratativa pra alguns e outra pra outros. Entende? (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).



Trechos 19 e 20: Indicam que os produtores não participam ativamente do peticionamento, o qual é conduzido pelo Sebrae.

Olha, pra ser bem sincera, eu não participei desse processo. Do INPI. Porque eu comecei a trabalhar. Quando eu comecei a trabalhar foi, foi dois mil e quinze. A Cooperativa recebeu o registro, se não me engano, no ano de dois mil e dezessete, mas eu não participava desse processo (Entrevistado_011 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor06).

A petição foi toda conduzida pelo Sebrae, sabe? Então, eu não participei diretamente, eu participei na parte de adequação dos produtores, né? (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

Esses trechos representam uma variedade de perspectivas e desafios enfrentados pelos envolvidos no processo de registro de indicações geográficas e fornecem visões sobre como o INPI e os requerentes abordam esse processo. Os depoimentos evidenciam, portanto, que os entraves no processo de registro não se limitam à burocracia, mas refletem uma combinação de fatores: a estrutura normativa do INPI, a falta de padrões uniformes de análise, limitações na articulação entre atores institucionais e dificuldades históricas de documentação por parte das comunidades. Esses elementos abrem espaço para discutir, nas classes seguintes, como as instituições parceiras e o mercado interagem com o processo de registro e influenciam sua efetividade.

Análise da Classe 2 (verde) – A influência do Sebrae e os desafios das IGs no Brasil

Os trechos da Classe 2 destacam o papel fundamental do Sebrae e outras entidades, como Mapa, antiga EBDA³ e instituições acadêmicas, na promoção e apoio à implementação das IGs em diferentes regiões e setores. Essas organizações desempenham um papel crucial no apoio aos produtores e na disseminação das IGs no Brasil. A seguir, enumera-se 20 trechos considerados mais significativos nesta Classe.

A presença de instituições como o Sebrae, o MAPA, as universidades públicas e o próprio INPI nas entrevistas evidencia a intersectorialidade das políticas de Indicações Geográficas no Brasil, característica já mapeada por estudos que analisam a articulação desses atores no desenvolvimento regional (Pellin 2019).

O Sebrae, que atua há pelo menos 17 anos no apoio a IGs em parceria com o INPI, organiza sua atuação em três fases — Descoberta, Estruturação e Decolagem — com foco em capacitação técnica e inserção mercadológica (ASN Nacional 2020). Esse enfoque tem gerado resultados econômicos expressivos: em alguns casos, a valorização de produtos com IG supera 300 %, conforme divulgado pela instituição (ASN Nacional 2024).

No entanto, estudos sobre experiências concretas, como as do Vale dos Vinhedos e do Norte Pioneiro do Paraná, apontam tensões entre essa lógica mercadológica e os modos tradicionais de produção da Agricultura Familiar — especialmente quando exigências comerciais se sobrepõem a dimensões culturais, ambientais e sociais (Mendonça et al. 2019; Pereira et al. 2018).

Trechos 1 e 2: Citam as instituições que ofereceram suporte durante o processo de reconhecimento da IG, mencionando a participação da EBDA

³ Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola.



Sebrae, Secretaria de Agricultura do Estado e o Mapa. [...] Eh, a EBDA, que é uma, era, era a Embrapa aqui no Estado da Bahia, tá? Mas ela está extinta, por uma, eh, pela Secretária de Agricultura, né? [...] E as Secretarias de, eh, Secretarias de Agricultura do Município, eh, de Abaíra, também participou (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaíra *Pessoa_Consultor05).

[...] o Sebrae, o Mapa, Ministério da Agricultura, eh, a antiga EBDA, a extinta que hoje é extinta aqui na, na, da Bahia, hoje é chama-se Bahiater, que é a empresa de assistência técnica gratuita, né? [...] Então tivemos apoio, eh, Sebrae, Mapa, EBDA. Eh, prefeitura também, na época deu a sua contribuição (Entrevistado_009 *Segmento_Produtor *IG_Abaíra *Pessoa_Produtor04).

Trechos 3, 4 e 5: Citam as instituições que ofereceram suporte durante o processo de reconhecimento da IG, destacando o suporte fornecido pelo Sebrae.

[...] Na verdade, os produtores, eles sempre procuram a cooperativa, né? E a cooperativa, ela busca parceiros que podem atuar naquela área, né? É o Sebrae, Itaipu, as Universidades, né? Mas, geralmente, quem dá esse apoio no trâmite é o Sebrae (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

As facilidades foi o, do, do, da disponibilidade do Sebrae, né? De, de, de bancar e de intermediar tudo isso aí, essa foi a facilidade. E dos órgãos de governo, que nem o Ministério da Agricultura, a Adepará, a Emater, que se dispuseram bastante, participando também, acompanhando os debates, se interessando também (Entrevistado_001 *Segmento_Produtor *IG_Bragança *Pessoa_Produtor01).

Aí a própria, aqui nós temos uma cooperativa de trabalho que é Biolabore, né? E a Biolabore que foi contratada pela Itaipu pra desenvolver a parte técnica também, assim como o Sebrae contratou alguns consultores, né, pra fazer essa parte técnica (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

Trecho 6: Destaca a permanência de instituições como a Embrapa no apoio após o registro, destacando a maior proximidade do Sebrae.

Até o ano passado, a Embrapa também tava (*sic*) com pesquisas, como apoio na, eh, de laboratório, mas ela também está envolvida diretamente aí devido ao Fórum. Então, a gente continua com as mesmas equipes. Mas, o Sebrae, por ter projeto específico, atua mais fortemente na ponta com eles (Entrevistado_006 *Segmento_Consultor *IG_Cruzeiro_do_Sul *Pessoa_Consultor03).

Trechos 7, 8 e 9: Enfatiza a importância do Sebrae e outras instituições na promoção de feiras e divulgação dos produtos.

[...] Mas também essa parte de feiras, ela atua muito, né? Tem o apoio muito forte do Sebrae. Então o Sebrae participa das maiores feiras de atacadista e varejistas do Brasil, sempre convida os empreendedores, cooperativas da região, né, pra participar.



E isso ajuda a divulgar, né? (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

O Mapa não fomenta a participação em evento, nem divulgação. O Sebrae, o Sebrae sim. E a Bahiater, a atual Bahiater que nos apoia também, né? Eh, e outras entidades do governo aqui estadual, governo, governo estadual apoia bastante, né? (Entrevistado_009 *Segmento_Produtor *IG_Abaira *Pessoa_Produtor04).

Então, aqui, na nossa região, a gente tem uma feira que é a feira dos sabores e que é uma parceria Sebrae, Prefeituras, Universidades, o próprio Instituto de Desenvolvimento Rural, o IDR, né? Que é uma base aonde ocorre essa divulgação (Entrevistado_004 *Segmento_Consultor) *IG_Carolopolis *Pessoa_Consultor01)

Trechos 10 e 11: Destacam a importância do Sebrae e da Universidade para o registro da IG.

[...] mas deu tudo certo. Porque aí teve bastante apoio do Sebrae também, né, da instituição, eh, da, dos, da universidade. Aqui, no caso, a gente tinha a Unioeste também que deu bastante suporte com a pesquisa pra poder comprovar também pro INPI, né, o, a, as características aqui regionais, né, pra gente conseguir o registro (Entrevistado_011 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor06).

Então, aqui nós tivemos um, um aporte do Sebrae, né? Então, o Sebrae foi parceiro forte, juntamente com a universidade aqui do, do Paraná, a Unioeste, né? Do Paraná (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

Trecho 12: Menciona uma parceria que envolve OMPI, INPI, UFRJ e Sebrae para o desenvolvimento de embalagens para produtos com IG.

Eu tô (*sic*) participando do projeto que é em parceria do INPI com o SEBRAE e a OMPI, o escritório japonês de patentes e a UFRJ. E ele é voltado, o projeto de extensão, voltado pra pro pessoal do design onde foram escolhidas cinco IGs que já foram, eh, registradas e essas cinco IGs, elas estão sendo atendidas pelos alunos do, do, do projeto de capacitação, dessa disciplina da UFRJ, pra criação de soluções voltadas pra embalagem aonde seja possível comunicar de uma forma melhor que o produto ali é uma IG, por quê, né? Por que ela é uma IG? O que tá por trás daquela embalagem, né? Então, esse é um projeto específico onde o INPI tá participando (Entrevistado_020 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor04).

Trecho 13: Menciona a articulação do Sebrae para obtenção de recursos financeiros junto ao Município

É, porque aqui é o seguinte, o Sebrae vai ter uma parceria com o município, o município dá essa ajuda financeira pra esse trabalho, tá? O Município participa com aí com a parte financeira pra esse trabalho aí (Entrevistado_002 *Segmento_Produtor *IG_Carlópolis *Pessoa_Produtor02).



Trechos 14 e 15: Menciona parcerias do Sebrae com o INPI para viabilizar a realização de atividades de disseminação pelos examinadores e a elaboração dos selos nacionais de IG.

A gente é convidado em alguns eventos pra, pra palestra. Isso foi uma atuação minha como, como servidor e como examinador. Então, eu já dei palestra em alguns lugares. Já dei aula em alguns lugares. Já fui pra, pra fora do país. Então, são coisas mais... são eventuais, não são, não, não existe, hoje, um programa de disseminação que a nossa divisão trabalha: então, o nosso trabalho é esse e disseminar dessa forma. Não existe, eh, é eventual, o INPI pouco, eh, financia. A gente, é sempre uma luta árdua pra gente conseguir participar, mas quando é um evento legal de IG, até os parceiros Sebrae ajuda muito nisso, a gente consegue, mas pra disseminar não tem um programa na divisão de, de indicação geográfica e instituído para a disseminação (Entrevistado_017 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor01).

A gente tem convênios com Sebrae, tem nem sei se fala convenio, mas tem a gente trabalha em parceria em alguns projetos...O selo brasileiro de indicação geográfica, os dois foram junto com o Sebrae, com o Mapa, Ministério da Economia, na época, agora voltou o nome anterior (Entrevistado_017 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor01).

Trechos 16 e 17: Destacam as possibilidades de participação em eventos promovidos pelo Sebrae e a oportunidade de se tornar consultor.

Na verdade, eu, particularmente, pelo INPI não. Mais pelo Sebrae, né? Pelo Sebrae. Diversas, inclusive. E, hoje, como consultor também, eu sou consultor de indicação geográfica. Então, inclusive, eu tô trabalhando numa indicação geográfica de caprinos agora. Então, o Paraná, na verdade, ele vem se destacando bastante nas indicações geográficas, né? Vem trabalhando forte, né? (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

Eu não sei se os encontros, igual teve em Curitiba, né? Seminário, eu acho que eles são uma organização do Sebrae, tá? Eles não...me parece. Eu acho que é do Sebrae. Igual esse daí. Esse daí tenho certeza, que o de Gramado eu tenho certeza que é só, é Sebrae (Entrevistado_008 *Segmento_Consultor *IG_Abaira *Pessoa_Consultor05).

Trechos 18, 19 e 20: Menciona a colaboração do Sebrae no processo de alteração do caderno de especificações técnicas e na promoção de reuniões com produtores.

Nós, depois que iniciamos, fizemos, eh, alterações. Eh, eh, porque a gente percebeu que tinha algumas coisas que deveriam introduzir, outras tirar, né? Nós tivemos, eh, através da associação, tivemos, eh, esse trabalho sim, de tá alterando. Eh, sempre com parceria do Sebrae. Né? Sempre parceiro do Sebrae, eh, comunicando o INPI (Entrevistado_010 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor05).



Olha, a gente não, a gente só tá, quer dizer, na verdade, muitas vezes a gente participa de reuniões pra como, como depoimento, mas isso é, isso já, quem tá fazendo isso é o Sebrae. Quer dizer, eles que, eles que, eles que pegam essa, que nem já está Moranguinho, tem mais outras culturas que está sendo certificada (*sic*), né? Mas, aí já é apoio, apoio do Sebrae (Entrevistado_003 *Segmento_Produtor *IG_Carolopolis *Pessoa_Produtor03).

[...] Mas nós demos entrada, pleiteamos no site, no Portal do INPI. E, conforme a gente recebia, né, as solicitações de ajuste, adequações, a gente fazia reuniões virtuais. Nós fizemos, eu acho, que mais de cinquenta reuniões virtuais com os produtores. Algumas presenciais, quando era possível, né, quando a, a pandemia dava uma trégua e outras virtuais, a grande maioria, virtual. E, na sua grande maioria sempre o Sebrae, empresa contratada e o e os produtores, né? Então foram dezenas de reuniões. Ajustes. Aí, ajusta Estatuto, ajusta Caderno de Especificação, ajusta tudo. E aí articula com o governo. Corre atrás de secretário de, de agricultura, pra poder, secretário estadual de agricultura pra poder assinar um documento assinar, assinar outro (Entrevistado_007 *Segmento_Consultor *IG_Marajó *Pessoa_Consultor04).

Os relatos demonstram que o papel do Sebrae como apoiador no processo de reconhecimento de IG é um ponto de convergência em várias entrevistas. Os trechos demonstram a capacidade de articulação do Sebrae com diversas instituições com finalidades diversas em prol das IGs. Por fim, a participação de universidades em alguns trechos indica a importância da colaboração com instituições acadêmicas.

Ainda que os trechos enfatizem o papel positivo do Sebrae e de outras instituições no apoio técnico e institucional, a análise crítica demanda o reconhecimento dos limites dessa atuação. Em diversos relatos, nota-se uma dependência das associações e produtores em relação à mediação externa — especialmente na elaboração dos dossiês, nas alterações do Caderno de Especificações e na promoção comercial. Essa dependência evidencia uma fragilidade organizativa das bases locais e uma assimetria de poder que, em certa medida, subordina os interesses do campesinato à lógica institucional do desenvolvimento territorial via mercado (Grisa e Schneider 2014). Como observa-se em Tárrega, Isaguirre-Torres e Santos (2020), a lógica da competitividade nem sempre se coaduna com os objetivos sociais, culturais e produtivos da Agricultura Familiar, o que pode implicar uma desestruturação da base camponesa, mesmo quando esta é “valorizada” via políticas públicas. Dessa forma, a participação em IGs pode representar tanto uma oportunidade quanto um risco, a depender do grau de autonomia política e técnica das organizações locais.

Análise da Classe 3 – Perspectivas e desafios das IGs de produtos da Agricultura Familiar

A terceira classe do corpus revela uma série de reflexões sobre as perspectivas de mercado dos produtos com IG oriundos da Agricultura Familiar, com destaque para os desafios de diferenciação, acesso ao mercado internacional, capacidade de negociação e valorização junto ao consumidor final. A análise a seguir busca aprofundar esses pontos, dialogando com a literatura especializada e as práticas relatadas no campo empírico.

Trecho 1: Menciona sobre a conquista do mercado externo e a expectativa de alcançar melhora no preço do produto no mercado nacional



Aspecto positivo...o, a, a melhoria no preço do produto. Tá? O produto foi, foi bem significativo. Não, negativo não, a parte positiva foi que a exportação que deu o, a parte positiva. Mas no nível nacional, por enquanto, ainda tá sem resultado ainda, entendeu? O preço da goiaba, o mercado brasileiro ainda não, não deu, eh, bons frutos ainda (Entrevistado_002 *Segmento_Produtor *IG_Carlópolis *Pessoa_Produtor02).

Trecho 2: Discute as oportunidades de exportação para produtos brasileiros, destacando a singularidade de certos produtos, como a banana-prata.

Eu vejo que, talvez, eh, o mercado brasileiro é um grande mercado consumidor. Eu vejo os grandes produtores de banana, os fazendeiros brasileiros já exportando pra Inglaterra, pra Alemanha, principalmente, a banana-prata, porque ela só existe no Brasil, a branca, né? A banana-prata ou branca, ela só existe no Brasil, ela é endêmica daqui, né? (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).

Trecho 3: Explora as implicações de exportar produtos brasileiros e destaca a necessidade de amadurecimento na cadeia produtiva.

[...] Será que nossos produtores tem, eh, condições de oferecer os seus produtos pro mercado lá fora? Assim, a gente primeiro tem que amadurecer nesse sentido de ver se isso agregaria uma ou outra cadeia produtiva. A maior parte da nossa cadeia produtiva, porque eu acho que existe todo um custo operacional envolvido (Entrevistado_019 *Segmento_INPI *Pessoa_Servidor03).

Trecho 4: Menciona experiências anteriores de exportação de produtos e seu envolvimento em feiras internacionais, mesmo diante de um suporte limitado

[...] A goiaba chegou na Europa três vezes, né, com os produtores. Café, tive em várias feiras internacionais com os produtores. Então, eu, assim, eu faço muito esse trabalho de mercado também, eh, com os produtos aqui. Mas, de forma em geral, não, não tem muito suporte (Entrevistado_005 *Segmento_Consultor *IG_Carlópolis *Pessoa_Consultor02).

Trechos 5, 12 e 13: Discutem a dificuldade de diferenciação, destacando a dificuldade de aplicação de selos em frutas expostas em gôndolas, especialmente a banana e a goiaba.

Então, a gente tem muita dificuldade em tentar desenvolver esse método de comercialização, identificação e comercialização dessa fruta. Então, agora a gente chegou mais próximo da realidade que é a da maçã aonde eles estão selando não a fruta, a caixa. Eles vendem a, o selo da caixa. Então, nós temos que ter um selo para a fruta e um outro selo pra caixa. Porque a banana ela não é exposta em caixa no mercado. Ela está na gôndola (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).



[...] aí você cai assim, você faz um produto saudável, mas você entra no valetão, quer dizer, na verdade, quando entra na gôndola, é goiaba, só que não vê o esforço que a gente faz porque você não tem ainda, o, o, eh, eh, ainda você não sabe, por que está aquela fruta lá, né? Só sabe que ela é bonita, mas não sabe o a... como é que é, todo esse trabalho e produção na propriedade, logística, transporte, é complicado, né? (Entrevistado_003 *Segmento_Produtor *IG_Carlopolis *Pessoa_Produtor03).

Então, essa situação também de mercado é um assunto, é um aspecto muito importante na IG, né? Então porque você olha a IG, a goiaba de IG é exatamente igual a goiaba que não é de IG, né? E como é que você diferencia uma goiaba que é de IG de uma que não é? Né? É o teu público alvo. Não adianta você querer vender a goiaba de IG pro público que você vende, ele não vai entender. Então você tem que ir pro mercado diferenciado (Entrevistado_005 *Segmento_Consultor *IG_Carlopolis *Pessoa_Consultor02).

Trecho 6: Menciona a capacidade de agregar valor ao produto, mencionando o caso de Carlópolis

[...] Quando eles descobrem esse potencial, ele começa a se reunir com as equipes locais, né, da administração pública local, administração formada na política de desenvolvimento e em seguida começa a se reunir com esses produtores pra discutir a possibilidade de se buscar uma indicação geográfica. Quando começa a discussão, ou seja, eles identificam o valor, né, de mercado, do produto deles. E eles identificam novas situações de melhoria, como foi o caso da goiaba de Carlópolis, eles só vendiam commodities, né? (Entrevistado_004 *Segmento_Consultor *IG_Carlopolis *Pessoa_Consultor01).

Trecho 7: Indica que a valorização do produto está intrinsecamente ligada à habilidade de negociação do produtor, sendo imperativo incentivá-lo a empoderar-se desse diferencial e empregar tal característica como um argumento estratégico nas transações comerciais

[...] Então, tipo assim, quando eu falo em região de Corupá, toda região é produtora da banana mais doce do Brasil. Toda região delimitada. Mas, o poder de negociação ainda está na mão do produtor. E se ele quiser continuar vendendo, sendo a Banana Mais doce, se ele não se empoderar desse diferencial e não usar isso como argumento de comércio, ele vai continuar vendendo pelo mesmo preço dele (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).

Trechos 8, 9 e 10: Abordam a valorização de produtos através de histórias e características distintivas, ressaltando a importância da IG para fortalecer a reputação e a qualidade dos produtos. Além disso, destacam a coletividade e a união entre os produtores como elementos fundamentais para o sucesso no mercado.

[...] E, e, o fato que vendeu o produto com uma história, o produto com a história da banana mais doce do Brasil, agrega e muito, né? Eh, no pós IG, como a gente te, como eu te falei, teve consolidação de N projetos, né, com universidades, escolas técnicas. Nós temos hoje aí seis mestrados, dois doutorados, doze trabalhos de conclusão e dois projetos internacionais, acontecendo aqui em Corupá (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).



[...] E a gente também percebeu a coletividade. Ou seja, a união das agroindústrias. Uma coisa que eles não conseguiam fazer. E uma coisa que a gente vende muito aqui pra eles também. Eh, eu não preciso fazer o produto pra roubar o mercado do meu, da agroindústria que está do meu lado. Né? (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).

A gente não precisa criar estratégias de mercado. Ele é um produto que se vende. E a indicação geográfica veio ainda mais pra fortalecer. Porque o que eu, o que a indicação geográfica remete, né? Que ali tem um saber-fazer diferenciado. Que ali é um produto de qualidade. Que ali tem história pra contar (Entrevistado_006 *Segmento_Consultor *IG_Cruzeiro_do_Sul *Pessoa_Consultor03).

Trechos 11 e 14: Indicam a conquista de mercados por meio da IG.

A gente abriu o mercado. Os produtores que tiverem interesse em colocar o seu produto no, no Continente, nós colocamos. Colocamos nos supermercados, nos estabelecimentos comerciais classe A e classe B (Entrevistado_007 *Segmento_Consultor *IG_Marajó *Pessoa_Consultor04).

[...] a cooperativa não, não tá comercializando farinha assim pra fora, só procuro, só pros programas de governo, PNAE, só pro PNAE que a cooperativa faz. Por quê? Não é o produto que tem dificuldade de mercado, a cooperativa procura o mercado pra aquele produto que o pessoal tem dificuldade de vender. A farinha de Bragança a pessoa não tem dificuldade (Entrevistado_001 *Segmento_Produtor *IG_Bragança *Pessoa_Produtor01).

Trechos 15 e 16: Mencionam a falta de conhecimento por parte dos consumidores sobre IG, o que dificulta a comercialização desses produtos, percebidos como mais caros.

Os consumidores eles não, não ainda, não têm um conhecimento, não chega numa prateleira do supermercado: ah, vou comprar esse produto aqui que ele tem um selo da indicação geográfica. Esse é um ponto negativo. Não vimos assim, com tanto trabalho que a gente teve, com tanto, eh, e despesa também que a Apama teve que entrar com a contrapartida na época também, né? (Entrevistado_009 *Segmento_Produtor *IG_Abaira *Pessoa_Produtor04).

Porque se você falar assim, ah, o queijo do Marajó vende no mercado de Belém por setenta reais. Aí as pessoas, a grande maioria, vai falar: mas é muito caro porque eu compro queijo lá por trinta reais a muçarela (Entrevistado_007 *Segmento_Consultor *IG_Marajó *Pessoa_Consultor04).

Trechos 17, 18 e 19: Destacam a dificuldade de introduzir produtos com IG no mercado dominado por commodities

Então, todo plano de marketing, eh, pra IG foi elaborado em parceria com o Sebrae, porque facilitou bastante, né, o, essa parte de divulgação, a comercialização, né? Porque cê tá criando um produto novo, né? Tem que criar uma estratégia diferente, né? O que ajudou bastante. Claro, o caminho não é tão fácil, né? Porque nós tamo



(*sic*) com o mel, pode-se dizer que é quase uma commodity, né? O que domina o mercado no Brasil mesmo é a exportação dele a granel. Então, pra você introduzir esse produto de forma agregada de valor e principalmente mandar pra fora do Brasil é difícil, mas estamos construindo isso (Entrevistado_012 *Segmento_Produtor *IG_Oeste_do_Parana *Pessoa_Produtor07).

Porque o cara carrega o caminhão dele e vai pra Curitiba vender, chega no mercado: não, mas o fulano de trás e tal contratou banana a quinze. Então, fulano de tal me faz a doze. Ah, eu te faço a onze. Desesperado, ele não quer voltar pra casa com esse caminhão, eh, cheio e ele não quer perder essa fruta. Já tá lá e é perecível. Ele tem um tempo, quinze dias do, né, da colheita até a mesa do consumidor. E ele acaba leiloando o produto dele e ele não tira o custo (Entrevistado_013 *Segmento_Produtor *IG_Região_de_Corupa *Pessoa_Produtor08).

Só que é o seguinte, eh, ah, a cooperativa que foi criada, inclusive a gente ajudou criar, toda a tecnologia, eh, assim, quando você vai comercializar um produto, eh, para o mercado e aí é um esse problema geral, né? Que eu, assim, eu acho que a gente tinha que rever isso, eh, porque eu olho muito a IG. Ah, e agora? Como é que vai vender? (Entrevistado_005 *Segmento_Consultor *IG_Carolopolis *Pessoa_Consultor02).

Trecho 20: Expressa frustração com a apropriação indevida do nome da IG para comercializar produtos de qualidade inferior, o que prejudica a reputação e o mercado dos produtos genuínos.

[...] como, eh, como o pessoal aqui é tudo agricultor familiar, não tem conhecimento da, da técnico, de INPI, dessas coisas, né, só tem conhecimento que a nossa farinha tem gente ganhando dinheiro nas costas do nosso nome, né? E derrubando nosso mercado, que a gente vê a farinha que estava vendendo com nome de Bragança, é uma farinha totalmente diferente, de péssima qualidade, usando o nome de Bragança. Então acaba derrubando o mercado da gente, que a gente tem farinha boa, né? É diferente. E aí ganhamos o nosso dinheiro do nosso nome (Entrevistado_001 *Segmento_Produtor *IG_Bragança *Pessoa_Produtor01).

A análise lexical revelou que, embora as IGs estejam associadas à valorização simbólica do território e à diferenciação dos produtos, sua implementação frequentemente enfrenta desafios ligados à governança, institucionalização e capacidade de articulação local (Pellin 2019). Como apontado em estudos sobre os programas públicos brasileiros, a estruturação de políticas de IG exige coordenação entre atores públicos e privados, o que, muitas vezes, mostra-se insuficiente no nível municipal e estadual (Sá et al. 2019). A expansão das IGs no Brasil, embora promova valorização simbólica, ainda se depara com limitações na efetividade institucional (Silva et al. 2012). Além disso, revisões acadêmicas demonstram que, apesar do potencial simbólico e identitário, o uso do selo de IG pode não alcançar o mercado sem comunicação eficaz ao consumidor e mecanismos de controle adequados (Franco et al. 2023; Megale et al. 2019). Ainda assim, quando bem ativadas, as IGs favorecem a revalorização territorial e a construção de identidades culturais, especialmente em contextos rurais (Pellin 2019).



AFC e análise gráfica das representações das classes

O uso do IRaMuTeQ como ferramenta metodológica em pesquisas qualitativas permite a geração de representações visuais robustas — como a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), nuvem de palavras e análise de similitude —, favorecendo a compreensão das relações de coocorrência e proximidade lexical entre temas centrais como instituições, mercado e processos (Camargo e Justo 2018). Em experiências como a do Norte Pioneiro do Paraná, observou-se que as Indicações Geográficas contribuíram para a coordenação coletiva entre produtores, instituições públicas e agentes de desenvolvimento territorial, reforçando a identidade local e fortalecendo mercados (Pereira et al. 2018). Tal articulação entre o produto e seu território, carregada de valor simbólico e cultural, revela o potencial das IGs como instrumento de valorização territorial e proteção dos saberes tradicionais (Neiva et al. 2011). Na sequência, foi realizada a Análise Fatorial por Correspondência (AFC), em que as palavras, considerando sua incidência de frequência nas classes, foram representadas em um plano cartesiano, conforme Figura 2.

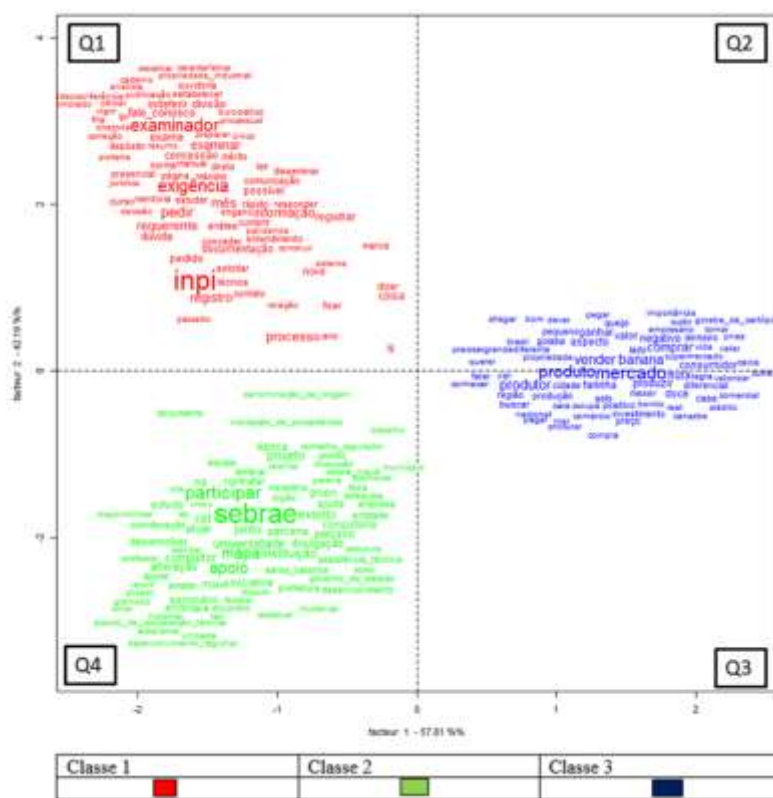


Figura 2 - Análise Fatorial por Correspondência (AFC). Fonte: Extraído do software IRaMuTeQ.

Na Figura 2, a Análise Fatorial por Correspondência (AFC) revela no fator 1 (eixo horizontal) uma contraposição entre as classes 1 (vermelho) e 2 (verde), localizadas à esquerda, e a classe 3 (azul), posicionada à direita. Esse contraste evidencia um distanciamento entre o INPI e as demais instituições, especialmente o Sebrae, no que tange à atuação relativa às IGs no mercado. Tal configuração reflete o isolamento das classes e indica a ausência de integração entre as instituições, aspecto relevante diante da necessidade de articulação institucional para melhor atender aos produtores que acessam seus serviços.

Destaca-se o isolamento do INPI no quadrante Q1, enquanto Sebrae, MAPA, universidades e Embrapa concentram-se no quadrante Q4, onde também figuram os termos “denominação de origem” e “indicação de procedência”. Embora o termo “IG” esteja situado no mesmo quadrante do INPI, essa distribuição demonstra



que o INPI foca prioritariamente nas questões relativas ao processo de registro, enquanto as demais instituições concentram esforços na difusão e no fortalecimento dos tipos de IG⁴.

A palavra “município”, posicionada entre os quadrantes Q4 e Q3, destaca-se como elemento de conexão, indicando que os vínculos entre instituições do quadrante Q4 e produtores podem se efetivar por meio da atuação municipal, especialmente através de consultorias e assistência técnica. Complementarmente, a Análise de Similitude (Figura 3) apresenta o termo “IG” como núcleo central do corpus, do qual emanam ramificações que refletem os principais temas abordados. Destaca-se a aproximação entre “IG” e “Agricultura Familiar”, evidenciando a relevância desse segmento para o estudo. Outros seis núcleos importantes identificados são: “saber”, “produtor”, “produto”, “processo”, “Sebrae” e “INPI”.

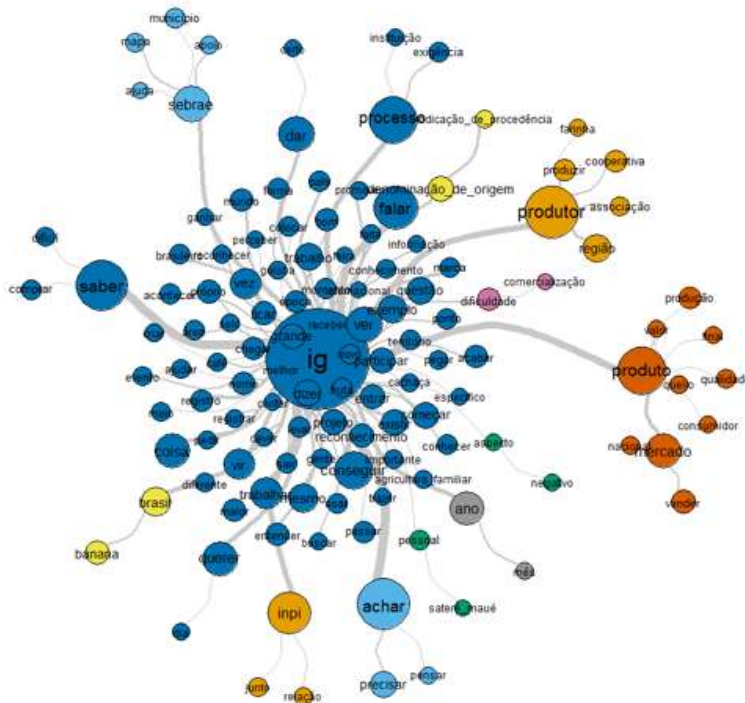


Figura 3 - Análise de Similitude. Fonte: Extraído do software IRaMuTeQ.

A associação do termo “saber” com “comprar” e “difícil” indica a dificuldade dos consumidores em compreender o conceito de IG, o que impacta negativamente na aquisição desses produtos. Em “produtor”, as associações “cooperativa” e “associação” ressaltam formas organizativas essenciais para a produção e comercialização. O núcleo “produto” relaciona-se a “mercado”, “produção”, “qualidade” e “consumidor”, refletindo a dimensão mercadológica das IGs. Já “processo” está associado a “instituição” e “exigência”, indicando a relevância dos procedimentos e das demandas institucionais, sobretudo as do INPI, no registro das IGs.

Nos núcleos “Sebrae” e “INPI” identificam-se relações que apontam para o suporte prestado por essas instituições e para a necessidade de aproximação e integração entre os atores envolvidos. Em menor escala, destacam-se clusters nas cores lilás, amarela e cinza, que abordam, respectivamente, os desafios na

⁴ É relevante ressaltar que esse resultado pode estar vinculado ao fato de as entrevistas no INPI terem envolvido apenas servidores responsáveis pelo registro no órgão. Dessa forma, a discussão sobre o tema da disseminação, abordada por eles, ficou restrita, configurando assim uma limitação da pesquisa. Contudo, deve-se levar em consideração a relação afastada com pouca interação entre a maioria dos entrevistados e o Instituto.



comercialização dos produtos com IG (“dificuldade”, “comercialização”), os tipos de IG (“denominação de origem”, “indicação de procedência”) e o tempo demandado para a concretização do registro no INPI (“ano”, “mês”). Essas análises reforçam a complexidade da dinâmica institucional e mercadológica das IGs, evidenciando tanto as barreiras quanto as potencialidades existentes no processo de valorização dos produtos da Agricultura Familiar.

Conforme a nuvem de palavras apresentada na Figura 4, os termos “IG”, “saber”, “produtor”, “processo”, “produto”, “Sebrae” e “INPI” destacam-se no corpus textual. Observa-se que as palavras “saber” e “produtor” posicionam-se, respectivamente, acima e abaixo de “IG”, evidenciando a estreita relação entre esses conceitos no contexto das indicações geográficas e da Agricultura Familiar. À esquerda de “IG” destacam-se os termos “INPI” e “Sebrae”, enquanto à direita encontra-se “mercado”, indicando lados opostos dessa relação, porém demonstrando proximidade entre as instituições. Acima de “INPI” e “Sebrae” figura a palavra “processo”, que evidencia a ênfase dada por essas instituições aos procedimentos administrativos e de registro das IGs, essenciais para a formalização dos produtos. Por sua vez, próximo a “IG” e acima de “mercado”, aparece o termo “produto”, indicando que a comercialização e valorização estão diretamente ligadas ao reconhecimento do mercado consumidor. Dessa forma, infere-se que o INPI e o Sebrae priorizam os processos necessários à institucionalização das IGs, enquanto o “produto” está associado à dinâmica de mercado, que impacta diretamente os produtores familiares e sua sustentabilidade econômica.

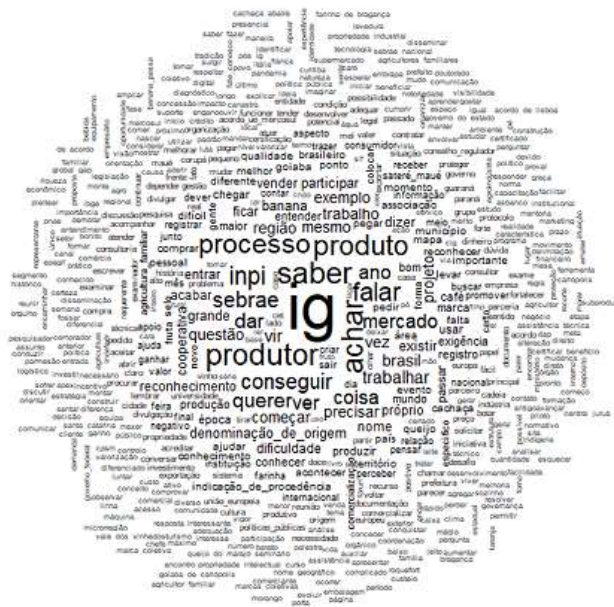


Figura 4 - Nuvem de palavras. Fonte: Extraído do software IRaMuTeQ.

A nuvem de palavras, apresentada na Figura 4 e gerada pelo software IRaMuTeQ, oferece uma avaliação visual dos termos mais frequentes nas entrevistas, refletindo a perspectiva dos entrevistados quanto às IGs. Destaca-se o alinhamento entre os processos, enfatizados pelas instituições INPI e Sebrae, e o produto, associado ao mercado consumidor. Essa representação evidencia a centralidade dos procedimentos administrativos e institucionais para o reconhecimento das IGs, bem como a importância da valorização do produto para sua comercialização. Dessa forma, a análise da nuvem de palavras permite compreender as principais preocupações e percepções dos atores envolvidos, especialmente no contexto da Agricultura Familiar, evidenciando a relevância da articulação entre instituições e mercado para o fortalecimento das IGs.



Perspectivas e desafios das IGs no Brasil

As Indicações Geográficas (IGs) vêm ganhando relevância como instrumentos de valorização territorial e de diferenciação de produtos vinculados a saberes tradicionais e práticas locais. No entanto, os resultados das entrevistas revelam que sua consolidação no Brasil ainda enfrenta importantes desafios relacionados à governança, à sustentabilidade das organizações gestoras e à efetiva inclusão da Agricultura Familiar.

Observa-se, a partir dos depoimentos, que instituições como o INPI e o Sebrae têm papel central na formalização e na promoção das IGs, mas a articulação entre os diversos atores envolvidos — produtores, associações, governos locais e universidades — ainda carece de maior integração. Em muitos casos, faltam recursos técnicos e humanos para apoiar as organizações locais na gestão eficiente da IG e na sua inserção qualificada no mercado.

Niederle, Mascarenhas e Wilkinson (2017) destacam que a governança das Indicações Geográficas no Brasil é frequentemente marcada por disputas institucionais e por uma atuação fragmentada entre agentes públicos e privados. Por sua vez, Vieira e Lourenzani (2019) apontam que, embora as IGs representem uma oportunidade potencial para a Agricultura Familiar, o modelo brasileiro ainda não assegura, de forma sistemática, a participação efetiva desses produtores nos processos decisórios e na repartição dos benefícios econômicos decorrentes.

Dessa forma, os desafios apontados exigem políticas públicas mais robustas, que envolvam apoio técnico continuado, acesso a mercados e incentivo à cooperação entre os elos da cadeia produtiva. O fortalecimento das IGs no Brasil, portanto, depende não apenas do registro formal, mas também da construção de uma governança inclusiva, transparente e comprometida com o desenvolvimento territorial sustentável.

Considerações Finais

Os resultados desta pesquisa revelam que, para além do processo formal de reconhecimento de uma IG, é essencial fortalecer as relações entre os atores envolvidos — produtores, consultores e instituições — para garantir que esse instrumento alcance seu potencial de valorização territorial e geração de renda.

A título de ilustração, Vieira e Pellin (2015) apontam que, dois anos após a concessão do registro da então Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe⁵, as vinícolas já observavam um aumento médio de 20% nas vendas do vinho Goethe e de cerca de 30% nas vendas dos espumantes. Em 2023, o Brasil contabilizou 109 IGs, um crescimento de 60% em quatro anos, e cerca de 190 mil pequenos negócios foram beneficiados com o selo, que promove valor agregado e dinamismo econômico regional — inclusive com valorização média que pode superar o dobro do preço (ASN Nacional 2024; ASN Rio Grande do Sul 2024).

Contudo, é importante reconhecer que o efeito econômico não é automático: em algumas regiões, a valorização plena é limitada por fatores como baixo conhecimento do consumidor, ausência de estratégias de marketing e dificuldades logísticas. Isso reforça a necessidade de políticas integradas que aliem certificação, promoção comercial e fortalecimento da Agricultura Familiar.

O Sebrae aparece como ator central no apoio às organizações requerentes, desempenhando papel ativo desde a concepção até o acompanhamento pós-registro. Essa atuação, embora estratégica, também suscita questionamentos: a forte presença do Sebrae, em contraste com a atuação mais restrita do INPI ao campo burocrático do registro, levanta a reflexão sobre a natureza e os objetivos da política pública de IGs no Brasil. Se, por um lado, ela favorece a inserção comercial de produtos tradicionais, por outro, sua operacionalização

⁵ A IG Vales da Uva Goethe foi registrada como Indicação de Procedência em 14 de fevereiro de 2012, tendo sua categoria alterada para Denominação de Origem em 10 de junho de 2025 (INPI 2025).



tem ocorrido, muitas vezes, com base em lógicas exógenas às realidades locais, priorizando critérios técnicos e mercadológicos que nem sempre dialogam com os saberes e práticas camponesas.

O estudo apontou ainda uma dificuldade recorrente dos produtores — especialmente da Agricultura Familiar — em diferenciar seus produtos daqueles sem certificação, sobretudo no caso de alimentos in natura, como frutas. Isso evidencia um desafio para a visibilidade das IGs no mercado consumidor e reforça a necessidade de estratégias específicas de comunicação e diferenciação de produtos.

A escassez de políticas públicas voltadas exclusivamente para IGs foi uma preocupação recorrente nos depoimentos analisados. A redução de espaços tradicionais de comercialização, como feiras, somada à ausência de incentivos fiscais e financeiros para produtores com IG, indica um descompasso entre o reconhecimento formal e o suporte governamental efetivo para que esses produtos se sustentem e se expandam. Para reverter esse quadro, recomenda-se que o Estado promova ações coordenadas, como a reativação de feiras regionais, a oferta de crédito direcionado e o fortalecimento de instrumentos de compra pública, que privilegiem produtos com certificação de origem.

Outro ponto crítico diz respeito à relação entre o INPI e os produtores. Embora o Instituto tenha buscado avanços — como o programa de Mentoria em PI e a capacitação de examinadores —, permanece distante das realidades locais e da Agricultura Familiar. A maioria das ações formativas é voltada a públicos acadêmicos ou técnicos, com pouca adequação aos diferentes níveis de escolaridade, cultura e práticas dos produtores. Isso contribui para o distanciamento entre o órgão e o campo, gerando uma dependência prolongada de consultores e dificultando o empoderamento dos agricultores sobre o processo de registro.

Nesse sentido, é urgente adaptar a abordagem educacional do INPI, bem como ampliar suas ações de campo, por meio de visitas técnicas, workshops e oficinas com foco em linguagem acessível e territorialização das informações. Além disso, recomenda-se a oferta de consultoria gratuita para grupos produtivos da Agricultura Familiar interessados em IG, como forma de garantir equidade no acesso a essa política pública.

As universidades também foram apontadas como parceiras importantes, sobretudo na realização de estudos técnicos para fundamentar os pedidos de IG. No entanto, seu papel pode ser ampliado para além da pesquisa e incluir serviços de apoio em gestão, marketing, e-commerce, assessoria jurídica e comunicação — áreas fundamentais para a consolidação dessas iniciativas no mercado.

Por fim, a pesquisa mostrou que, embora a política de IGs represente uma oportunidade de valorização cultural, territorial e econômica, sua aplicação no Brasil ainda esbarra em desafios estruturais. Persistem tensões entre as lógicas camponesas e as exigências técnico-burocráticas do modelo atual. Isso exige um olhar mais crítico e sensível por parte do Estado e das instituições envolvidas, a fim de garantir que as IGs sejam, de fato, instrumentos de desenvolvimento territorial inclusivo, e não apenas mecanismos de mercado.

Referências

ASN Nacional. 2020. “Pequenos negócios são maioria entre as Indicações Geográficas brasileiras”. ASN Nacional - Agência Sebrae de Notícias. <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/pequenos-negocios-sao-maioria-entre-as-indicacoes-geograficas-brasileiras/>.

ASN Nacional. 2024. “Número de Indicações Geográficas no Brasil cresceu 60% em quatro anos”. ASN Nacional - Agência Sebrae de Notícias. <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empresendedora/numero-de-indicacoes-geograficas-no-brasil-cresceu-60-em-quatros-anos/>.

ASN Rio Grande do Sul. 2024. “Como o selo de Indicação Geográfica pode alavancar negócios”. ASN Rio Grande do Sul - Agência Sebrae de Notícias. <https://rs.agenciasebrae.com.br/inovacao-e-tecnologia/como-o-selo-de-indicacao-geografica-pode-alavancar-negocios/>.



Bardin, Laurence. 2015. *Análise de conteúdo*. 1º ed. Edições 70.

Camargo, B. V., e A. M. Justo. 2013. *Tutorial para uso do software IRAMUTEQ (interface de R pour les analyses multidimensionnelles de textes et the questionnaires)*. Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição - UFSC.

http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/Tutorial%20IRaMuTeQ%20em%20portugues_17.03.2016.pdf.

Camargo, Brígido Vizeu, e Ana Maria Justo. 2013. “Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ”. <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>.

Camargo, Brígido Vizeu, e Ana Maria Justo. 2018. “Tutorial para uso do software IRaMuTeQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et the Questionnaires)”. Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição - UFSC, novembro 21. www.laccos.com.br.

Embrapa. 2024. “Soja - Portal Embrapa”. <https://www.embrapa.br/agropensa/agro-em-dados/agricultura/soja>.

Fernandes, Baltazar. 2016. “Manual IRAMUTEQ”. <https://encurtador.com.br/jtVYZ>.

Fernandes, C. F., e C. A. M. Guedes. 2021. “GEOGRAPHICAL INDICATION IN THE CONTEXT OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN BRAZIL AND ITS POTENTIAL”. *Revista Indicação Geográfica e Inovação* 5 (4): 1433–53. <https://doi.org/10.51722/Ingi.v5.i4.177>.

Franco, Cíntia Brenner Acosta, Kelly Lissandra Bruch, e Ana Paula Matei. 2023. “A Comunicação nas Indicações Geográficas do Rio Grande do Sul”. *Cadernos de Prospecção* 16 (4): 1358–74. <https://doi.org/10.9771/cp.v16i4.50572>.

Governo Federal. 2019. “Modelos, Grupos e Status da DAP”. Ministério da Agricultura e Pecuária. <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/mda/dap/modelos-grupos-e-status-da-dap>.

Governo Federal. 2023. “Emitir o documento CAF-PRONAF”. Serviços e Informações do Brasil. <https://www.gov.br/pt-br/servicos/emitir-o-documento-caf-pronaf>.

Grisa, Catia, e Sergio Schneider. 2014. “Três gerações de políticas públicas para a Agricultura Familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil”. *Revista de Economia e Sociologia Rural* 52: 125–46. <https://doi.org/10.1590/S0103-20032014000600007>.

Guedes, Cezar Augusto Miranda, e Maria Rocío Silva Pérez. 2014. “Agri-food geographical indications, policies, and social management: Argentina, Brazil, and the Spanish experience in the European context”. *Análise Social*, junho 1. <https://www.semanticscholar.org/paper/Agri-food-geographical-indications%2C-policies%2C-and-Guedes-P%C3%A9rez/b31c21516960e4313dad99440e9b5b1cada10bbd>.

INPI. 2025. “INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: DENOMINAÇÕES DE ORIGEM RECONHECIDAS”. https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/status-pedidos/copy_of_LISTACOMASDENOMINAESDEORIGEMRECONHECIDAS.At01Jul2025.pdf.



Knickkel, Karlheinz, Simone Schiller, Hilka Vihinen, e Anja Weber. 2008. “New Institutional Arrangements in Rural Development”. Em *Unfolding Webs: The Dynamics of Regional Rural Development*, edited by Jan Douwe van der Ploeg e Terry Marsden, vol. 74. Royal VanGorcum. <http://openurl.ingenta.com/content/xref?genre=article&issn=0036-0112&volume=74&issue=4&spage=632>.

LEI N° 9.279, DE 14 DE MAIO DE 1996., Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. (1996). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm.

Lei n° 11.326 (2006). https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11326.htm.

Martins, Luís Oscar Silva, Vitória Ribeiro Vieira de Oliveira, Fábio André Lora, et al. 2024. “Geographic Indications, Sustainability and Sustainable Development: A Bibliometric Analysis”. *Journal of Scientometric Research* 13 (3): 919–34. <https://doi.org/10.5530/jscires.20041231>.

Megale, Caio, Igor Manhães Nazareth, Claudia Gintersdorfer, Maria Rosa Sabbatelli, Costanzo Fisogni, e Ernesto Araujo. 2019. *Guias das Indicações Geográficas: Controle*.

Mendonça, Dannyela, Diego Pierotti Procópio, e Solange Rodrigues Santos Corrêa. 2019. “A contribuição das indicações geográficas para o desenvolvimento rural brasileiro”. *Research, Society and Development* 8 (7): e41871152–e41871152. <https://doi.org/10.33448/rsd-v8i7.1152>.

Milano, Marja Zatonni, e Ademir Antonio Cazella. 2021. “Environmental Effects of Geographical Indications and Their Influential Factors: A Review of the Empirical Evidence”. *Current Research in Environmental Sustainability* 3 (janeiro): 100096. <https://doi.org/10.1016/j.crsust.2021.100096>.

Moreira, Vagner Rangel. 2016. “Desenvolvimento territorial e direito da propriedade intelectual: um estudo dos casos da denominação de origem protegida Queijo Serra da Estrela e da indicação de procedência Queijo Minas Artesanal do Serro”. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. <https://rima.ufrrj.br/jspui/handle/20.500.14407/9865>.

Neiva, A. C. G. R., J. R. B. Sereno, e M. C. S. Fioravanti. 2011. “Indicação geográfica na conservação e agregação de valor ao gado Curraleiro da comunidade Kalunga”. *Archivos de Zootecnia* 60 (231): 357–60. <https://doi.org/10.4321/S0004-05922011000300010>.

Niederle, Paulo Andre, Gilberto Carlos Cerqueira Mascarenhas, e John Wilkinson. 2017. “Governança e Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil”. *Revista de Economia e Sociologia Rural* 55 (março): 85–102. <https://doi.org/10.1590/1234-56781806-94790550105>.

Pellin, Valdinho. 2019. “Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho”. *Interações*, março 21, 63–78.

Pereira, Mara Elena Bereta de Godoi, Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani, e Kassia Watanabe. 2018. “Indicações Geográficas como estratégia de desenvolvimento: o caso do Norte Pioneiro do Paraná”. *Interações (Campo Grande)* 19 (setembro): 515–28. <https://doi.org/10.20435/inter.v19i3.1654>.



Perosa, Bruno Benzaquen, Clésio Marcelino de Jesus, e Antonio César Ortega. 2017. “Associativismo e Certificação na Cafeicultura Mineira: um estudo do Café do Cerrado e do Café da Mantiqueira de Minas”. *Revista Economia Ensaios* 32 (1). <https://doi.org/10.14393/REE-v32n1a2017-2>.

Sá, Alessandra Sousa Cordeiro de, Sueli Menelau Novais, Patrícia da Silva Nogueira, e Evelyn Siqueira Bezerra da Silva. 2019. “Legislação e Programas ao Desenvolvimento das Indicações Geográficas no Brasil”. *Cadernos de Prospecção* 12 (3): 706–706. <https://doi.org/10.9771/cp.v12i3.27335>.

SALVIATI, M. E. 2017. *Manual do aplicativo IRAMUTEQ*. EMBRAPA. <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>.

Silva, Fernanda Novo da, Flavio Sacco dos Anjos, Nádia Velleda Caldas, e Germano Ehlert Pollnow. 2012. “Desafios à Institucionalização Das Indicações Geográficas No Brasil”. *ResearchGate*, advance online publication. <https://doi.org/10.24302/drd.v2i2.258>.

Sousa, Yuri Sá Oliveira, Sonia Maria Guedes Gondim, Iago Andrade Carias, Jonatan Santana Batista, e Katlyane Colman Machado Machado. 2020. “O uso do software IRAMUTEQ na análise de dados de entrevistas”. *Pesquisas e Práticas Psicosociais* 15 (2): 1–19. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1809-89082020000200015&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt.

Souza, Mariana Aranha, e Juliana Marcondes Bussolotti. 2021. “Análises de entrevistas em pesquisas qualitativas com o software IRAMUTEQ”. *Revista Ciências Humanas* 14 (1): 1. <https://doi.org/10.32813/2179-1120.2021.v14.n1.a811>.

Souza, Marli Aparecida Rocha, Marilene Loewen Wall, Andrea Cristina Morais Chaves Thuler, Ingrid Margareth Voth Lowen, e Aida Maris Peres. 2018. “O uso do software IRAMUTEQ na análise de dados em pesquisas qualitativas”. *Revista da Escola de Enfermagem da USP* 52 (outubro): e03353. <https://doi.org/10.1590/S1980-220X2017015003353>.

TÁRREGA, Maria Cristina Vidotte Blanco, Katya Regina ISAGUIRRE-TORRES, e Gilda Diniz dos SANTOS, orgs. 2020. *Conflitos agrários na perspectiva socioambiental*. PUC Goiás. <https://bibliotecadigital.mdh.gov.br/jspui/handle/192/11326>.

Valente, Maria Emília Rodrigues, Ronaldo Perez, Afonso Mota Ramos, e José Benício Paes Chaves. 2012. “Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia”. *Ciência Rural* 42 (3): 551–58.

Vandecandelaere, Emilie, Catherine Teyssier, Dominique Barjolle, Philippe Jeanneaux, Stéphane Fournier, e Olivier Beucherie. 2018. *Strengthening Sustainable Food Systems through Geographical Indications*.

Vieira, Adriana Carvalho Pinto, e Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani. 2019. “EVOLUÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: Desafios Para Agricultura Familiar.” *REVISTA DELOS* 12 (34). <https://ojs.revistadelos.com/ojs/index.php/delos/article/view/516>.



Vieira, Adriana Carvalho Pinto, e Valdinho Pellin. 2015. “As Indicações Geográficas como Estratégia para Fortalecer o Território: o caso da indicação de procedência dos vales da uva Goethe”. *Desenvolvimento em Questão* 13 (30): 155. <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2015.30.155-174>.