



RELISE

UM ESTUDO SOBRE AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS APARTIR DO MODELO DE HÉLICE TRÍPLICE¹

Victor Hugo da Silva Santos²

RESUMO

Diante das exigências de qualidade dos mercados consumidores de produtos agroalimentares, o sistema de Indicação Geográfica torna-se um mecanismo inovador por possibilitar agregar valor ao produto por meio da qualidade e garantir benefícios ao desenvolvimento local. Entretanto, para se obter a certificação, é preciso que, além da organização coletiva de produtores e sociedade beneficiada, sejam comprovadas as influências geográficas, históricas e culturais que propiciam ao produto uma característica diferente aos demais. Portanto, a conscientização, o trabalho de coleta de dados e treinamento passam a ser de indispensável importância no processo de obtenção, demandando, assim, recursos financeiros e tecnológicos provenientes de programas políticos e estudos de instituições produtoras de conhecimento. Nesta perspectiva, se engloba o conceito de Hélice Tríplice, o qual se baseia no dinamismo e na inovação do conhecimento como base da geração de riqueza, como um propulsor no processo de obtenção desta certificação. Este artigo visa discutir alguns pontos sobre a interação entre os atores a partir do contexto do Modelo de Hélice Tríplice no contexto das Indicações Geográficas.

Palavras-chave: inovação, qualidade, desenvolvimento local, exclusão social.

ABSTRACT

Faced with the quality requirements of the consumer markets for agrifood products, the Geographical Indication system becomes an innovative mechanism because it allows to add value to the product through quality and guarantee benefits to local development. However, in order to obtain certification, it is necessary that, in addition to the collective organization of producers and beneficiary society, the geographic, historical and cultural influences that give the product a characteristic different from the others are proven. Therefore, awareness, data collection and training work are of vital importance in the procurement process, thus requiring financial and

¹ Recebido em 25/01/2020.

² Universidade Federal de Pernambuco. victorhugo514@hotmail.com

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 5, n. 4, p. 28-47, jul-ago, 2020

ISSN: 2448-2889



RELISE

technological resources from political programs and studies of knowledge-producing institutions. In this perspective, the concept of Triple Helix is included, which is based on the dynamism and innovation of knowledge as the basis of the generation of wealth, as a propeller in the process of obtaining this certification. This article aims to discuss some points about the interaction between the actors from the context of the Triple Helix Model in the context of Geographical Indications.

Key words: innovation, quality, local development, social exclusion.

INTRODUÇÃO

As Indicações Geográficas (IG) surgem no mercado mundial como uma alternativa de diferenciação e valorização de produtos, principalmente aqueles oriundos da atividade agroindustrial. A exigência de qualidade e clareza de informações acerca do processo produtivo que levou um determinado produto alimentício chegar à mesa do consumidor vem sendo um dos maiores motivos para a busca de certificações que permitam a criação de uma relação de confiança entre produtores e consumidores.

As IG estão associadas ao conceito de *terroir*, o qual pode ser definido como uma expressão constituída pela interação entre meio ambiente e o saber-fazer local do homem, ou seja, o produto advindo das características geográficas como clima, vegetação, relevo e solo somadas aos fatores humanos de produção como coleta, processamento e armazenamento. Assim sendo, a relação com o espaço físico e a organização histórico cultural da sociedade local (TONIETTO, 2007; CASABIANCA *et al.*, 2013).

Por essa ótica, esse tipo de certificação não só possibilita uma diferenciação do produto pela sua qualidade; o apelo geográfico e cultural associado às IG também agregam valor ao produto, reposicionando a estratégia da organização para atingir novos mercados e a criação de novos negócios atrelados à produção do bem, como o exemplo do turismo gastronômico.



RELISE

30

Torna-se um mecanismo inovador, pois, além de possibilitar que o produto certificado seja incorporado ao conceito de boa qualidade sob a perspectiva do consumidor, as IG possibilitam a oportunidade de desenvolvimento de dispositivos que garantem preservação da identidade cultural e econômica de uma atividade, sendo uma estratégia de reprodução social (MENEZES, 2011).

Entretanto, o processo de obtenção de uma IG envolve uma mudança não apenas na dimensão material do produto, mas também necessita de uma mudança da organização dos produtores do território, além das instituições produtoras de conhecimento e órgãos públicos. Por se tratar de uma certificação coletiva, é de suma importância de que as IG sejam percebidas não só como um mecanismo de ingresso ao mercado, mas também como um dispositivo de desenvolvimento rural, contribuindo para a valorização o território local e a agricultura familiar (LAGES; LAGARES; BRAGA, 2005).

Neste contexto, o modelo de Hélice Tríplice torna-se essencial para o sucesso da obtenção das IG nos territórios, não só por facilitar acesso aos recursos financeiros e de conhecimento, mas por realizar trocas de experiências e informações, possibilitando a organização sistemática dos atores locais e a cadeia produtiva.

Desta forma, este trabalho tem como objetivo discutir as relações entre as instituições produtoras de conhecimento, as instituições governamentais e os produtores de bens e serviços locais no contexto da obtenção das IG no Brasil, sob o ponto de vista do modelo de Hélice Tríplice, e como cada esfera do modelo colabora durante o processo de solicitação da certificação.

AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO UM MECANISMO DE INOVAÇÃO

As IGs surgem diante da preocupação do mercado em obter informações para melhorar o critério de escolha diante de situações de



RELISE

31

incerteza quanto à qualidade do produto e a segurança do consumidor. Sendo concebidas originalmente como mecanismos jurídicos para coibir fraudes e adulterações, as IGs constituem, hoje, um dos mais sofisticados e complexos dispositivos de diferenciação qualitativa encontrados nos mercados alimentares. Compõem uma estratégia de qualificação, seja pela valorização de tradições, costumes e práticas, ou pelo estímulo aos atores em mobilizar os mais diversos recursos para dar forma a processos de qualificação, com forte apelo à origem específica do produto (NIEDERLE *et al.*, 2013).

Desta forma, as IGs podem ser consideradas como uma ferramenta de promoção mercadológica de um produto ou serviço, cujo objetivo é destacar lugares, pessoas e produções artesanais, por meio da apelação de sua herança histórico-cultural, a qual é intimamente relacionada ao seu local de produção, sendo considerada, portanto, como intransferível (KAKUTA *et al.*, 2006). Touzard (2010) ainda corrobora com o pensamento de que as IGs motivam a revalorização das tradições, dos costumes, dos saberes, das práticas e de outros bens intangíveis associados à identidade territorial e à origem geográfica específica. Atuando, pois, como um dispositivo de enraizamento sociocultural dos produtos e dos atores em seus respectivos territórios.

Em consonância, Bezerra e Nascimento Júnior (2015) acrescentam que os principais benefícios associados à IG são: gerar promoção comercial, garantir autenticidade, agregar valor, promover o desenvolvimento regional, preservar a biodiversidade, o conhecimento tradicional e os recursos naturais. Nesta visão, as IGs podem ser definidas como um modelo de certificação inovador, visto que elas promovem a geração de riqueza por meio da melhoria dos processos produtivos, trazendo aspectos de qualidade e, conseqüentemente, a valorização de um produto local.



RELISE

32

Para Schumpeter (1952), a inovação seria um processo de destruição criativa, onde novos produtos ou serviços são desenvolvidos, destruindo empresas velhas e modelos de negócios ultrapassados. As inovações produzidas pelos empresários agiriam como uma força motriz do crescimento econômico, permitindo a sustentação de um negócio a longo prazo, ao mesmo tempo que poderia destruir empresas bem estabelecidas e reduzir o monopólio no mercado. Desta forma, o processo de destruição criativa é considerado como um fator essencial do capitalismo por promover o dinamismo e gerar valor no mercado.

Na concepção de Drucker (1987), inovação seria a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza, logo, qualquer mudança no potencial produtor de riqueza de recursos já inexistentes, sendo considerada o instrumento específico do empreendedor. Portanto, a inovação não demanda uma inspiração genial para criar algo novo, e sim ter a capacidade de integrar conhecimentos preexistentes a ideias novas. Em consonância com a definição anterior, a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCDE) traz, no Manual de Oslo, a definição de inovação como:

Uma inovação é a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OCDE, 2005).

De acordo com Tidd *et al.* (2008), existem quatro categorias de inovação, também chamados de 4 Ps da inovação:

- Inovação de Produto: consiste na mudança de produtos ou serviços de forma perceptível para os clientes;
- Inovação de Processo: são mudanças no processo de produção do produto ou serviço. Geralmente repercutem na produtividade ou na redução de custo da produção;



RELISE

33

- Inovação de Posição: refere-se às mudanças de perspectiva que a empresa ou produto se enquadra diante do mercado;
- Inovação de Paradigma: consiste nas mudanças nas estratégias que orientam a atuação da empresa no mercado.

A partir desta perspectiva, é possível afirmar que o processo de Indicação Geográfica atua em três dos quatro Ps da inovação: processo, posição e paradigma. No que tange à inovação de produto, não há mudanças, visto que um dos principais objetivos da IG é garantir a proteção de um produto de forma a preservar sua tradição, sua história e a cultura local compartilhada entre os produtores.

Já do ponto de vista de inovação do processo, a busca pela padronização na produção de um produto certificado imbrica no desenvolvimento de pesquisa das práticas produtivas na região delimitada com o objetivo de estabelecer critérios que sejam comuns entre os produtores e respeitem o modo tradicional de fabricação. Após estabelecidos os critérios, todos os produtores que almejam a certificação devem seguir as normas escolhidas pela associação formada para regulamentar a concessão e supervisão do selo.

Em relação à inovação de posição, um dos principais objetivos da IG é o acesso a novos mercados, geralmente estes são mercados mais exigentes que buscam produtos com alto padrão de qualidade e especificidades. Nesta perspectiva, o produto deixa de ser apenas um resultado de uma produção artesanal e passa a ser valorizado como um produto de destaque da região, trazendo consigo sua história e sua cultura e sendo um produto exclusivo de uma localidade. Assim sendo, o produto não agrega valor apenas pela qualidade, mas por todo o apelo mercadológico valorizado pela IG.

No quesito de inovação de paradigma, percebe-se que as empresas que passam a buscar a certificação de IG tendem a querer acessar mercados



RELISE

34

mais exigentes, porém necessitam adequar a estrutura e a estratégia de suas empresas para atender os requisitos definidos para adquirir o direito da certificação de IG. Assim sendo, essas empresas deixam estratégias que, muitas vezes, eram locais, e começam a investir em novas estratégias para acessar tanto os mercados nacionais como também os internacionais.

A inovação é, portanto, a provisão de diferentes satisfações econômicas. Não basta que ela forneça quaisquer bens e serviços econômicos; ela deve oferecer bens e serviços melhores e mais econômicos. “É a capacidade de dotar recursos humanos e materiais de uma nova e maior capacidade de produzir riqueza” (LEITE, 2012, p. 81). Neste pensamento, as IGs se enquadram perfeitamente, visto que elas conseguem melhorar a qualidade dos produtos ou serviços, agregando mais valor e reduzindo custos produtivos, uma vez que há uma padronização do bem produzido. Além disto, as IGs não só valorizam o produto, mas também as pessoas e o local em que é produzido; logo, as pessoas que vivem na região são beneficiadas direta ou indiretamente.

A renda proveniente das IGs não se configura exclusivamente pela venda dos produtos ou dos bens oriundos das empresas certificadas, outras atividades atreladas ao reconhecimento da região geográfica podem fomentar ainda mais a economia local, fazendo com que a geração de riqueza não fique restrita apenas aos produtores. Desta forma, a maioria da população que vive na área delimitada de uma IG tem a possibilidade de se beneficiar com suas vantagens dependendo de como os atores envolvidos no processo se organizam entre si.

Boechat e Alves (2011) ressaltam que as vantagens da IG nem sempre estão ligadas ao preço de venda do produto, mas ao reconhecimento de que os bens produzidos estão atrelados a determinadas regiões, podendo estas tornarem-se territórios dinâmicos por meio do investimento na



RELISE

35

multifuncionalidade de seus espaços, como, por exemplo, desenvolvendo atividades não rurais em espaços rurais como é o caso do turismo. Neste sentido, as IGs podem auxiliar no desenvolvimento econômico local, contribuindo também para uma distribuição de renda mais igualitária, sobretudo em países em desenvolvimento.

O reconhecimento da IG atrelado a uma região pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionados à valorização dos conhecimentos e modos de produção tradicionais, proteção dos produtores locais contra a competição desleal e fraudes, à diversificação da oferta, valorização econômica das propriedades rurais, às atividades turísticas (acolhida de turistas, rota turística, organização de eventos culturais e gastronômicos), ampliando o número de beneficiários. Entretanto, as IG por si só não garantem sucesso comercial determinado, mesmo sendo uma ferramenta mercadológica de grande potencial (VIEIRA *et al.*, 2012).

Além disso, para que as vantagens da IG sejam obtidas e os benefícios relacionados a ela sejam efetivados é preciso uma forte articulação entre os atores envolvidos no processo, visto que não é evidente uma relação causal direta entre os projetos de IG e a conformação de uma dinâmica territorial (NIEDERLE, 2011). Ou seja, mesmo que as IGs estimulem os atores sociais a se mobilizarem para dar forma ao que pode ser chamado de processos de qualificação, os quais são utilizados como catalisadores de novas dinâmicas de desenvolvimento territorial, dependendo das estratégias de aglutinação dos diferentes atores sociais, pode ocorrer forte efeito de exclusão (THIEDIGE; SYLVANDER, 2000).

O MODELO DE HÉLICE TRÍPLICE

Como falado anteriormente, as IGs possuem características que permitem afirmar que elas se enquadram nos diversos conceitos de inovação.



RELISE

36

Entretanto, é um tipo de inovação que demanda de uma relação dinâmica entre os atores locais para que ela consiga ser desenvolvida de forma a trazer o máximo de benefícios atrelados a esta certificação e minimizar os riscos dos problemas sociais que podem acontecer. Neste panorama, o estudo e o desenvolvimento dos processos de qualificação, que ocorrem durante o processo de obtenção da IG, podem ter como base o modelo de Hélice Tríplice para compreender melhor as dinâmicas dos atores locais.

O modelo de Hélice Tríplice, desenvolvido por Henry Etzkowitz e Loet Leydesdorff (2001), tem como fundamento a compreensão de que o conhecimento é desenvolvido de forma dinâmica, tanto nas esferas intra quanto nas inter organizacionais. Além disso, o conhecimento produzido pelas interações institucionais, tais como universidades, indústrias e instituições governamentais, é capaz de propiciar a geração de riqueza.

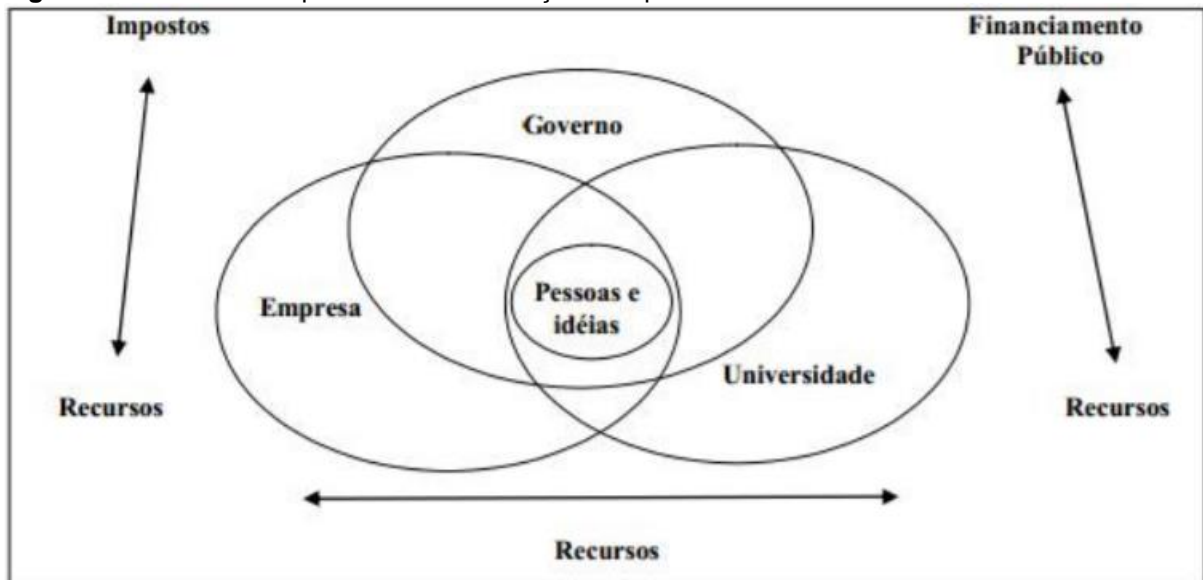
Este modelo tem como principal perspectiva que os centros de pesquisa agem como indutores das relações com a iniciativa privada (setor produtivo de bens e serviços) e as instituições governamentais (setor regulador e fomentador da atividade econômica), visando à produção de novos conhecimentos, a inovação tecnológica e ao desenvolvimento econômico. Ou seja, as universidades assumem um papel de integração entre a iniciativa privada e os órgãos de fomento públicos, formando a denominada “hélice tríplice” de inovação e empreendedorismo. Desta forma, a relação entre as universidades e a Sociedade deixa de ser exclusivamente pautada nas questões acadêmicas (ensino e pesquisa) e passa a incorporar uma terceira missão, que é ser um ator ativo do desenvolvimento econômico e social por meio da geração de conhecimento científico e tecnológico e, conseqüente, da inovação.



RELISE

37

Figura 1 – Modelo de Tríplice Hélice das relações Empresa-Governo-Universidade



Fonte: Sbragia *et al.* (2005, p.21)

A Hélice Tríplice, portanto, admite que a base de conhecimento e o seu papel na inovação podem ser explicados por meio das mudanças nas relações entre instituições produtoras de conhecimento, sistema produtivo e instituições governamentais. Sbragia *et al* (2005, p. 20) complementam que a “Hélice Tríplice é um modelo espiral de inovação que leva em consideração as múltiplas relações recíprocas em diferentes estágios do processo de geração e disseminação do conhecimento”, sendo que “cada hélice é uma esfera institucional independente, mas trabalha em cooperação e interdependência com as demais 5 esferas, por meio de fluxos de conhecimento entre elas”.

Trata-se, conseqüentemente, de um processo dinâmico para a inovação interminável que se vale dos três espaços da Hélice Tríplice: conhecimento, consenso e inovação. Observa-se que, quando os cientistas se apropriam do conhecimento científico com o intuito de gerar renda, a própria ciência deixa de ser um processo cultural que consome o excedente da sociedade e se torna uma força produtiva que gera novos rendimentos a partir de um aspecto da cultura. Enquanto que, quando os representantes das



RELISE

38

universidades, do setor produtivo e das instituições governamentais, bem como outros atores, são convocados para discutir sobre os problemas e potencialidades regionais, podem nascer novas dinâmicas de inovação e empreendedorismo.

Etzkowitz e Leydesdorff (2001) acrescentam que, por meio deste modelo, a interação entre as esferas permite uma maior possibilidade de ações inovadoras nas múltiplas áreas de atividade dos atores. Desta maneira, por estarem interligadas por características geográficas locais, as esferas da hélice, conseqüentemente, influenciam na promoção do bem-estar à sociedade e do desenvolvimento regional.

A Hélice Tríplice também se torna uma plataforma para a “formação institucional”, ou seja, permite a criação de novos formatos organizacionais para promover a inovação, por exemplo, incubadoras, parques tecnológicos e as firmas de capital de risco. Essas novas organizações passam a existir a partir da interação entre universidade, indústria e governo para promover a inovação e são elas próprias uma síntese dos elementos deste modelo.

Logo, o modelo de Hélice Tríplice fornece uma metodologia para examinar pontos fortes e fracos locais e preencher lacunas nas relações entre universidades, indústrias e governos, com vistas a desenvolver uma estratégia de inovação bem-sucedida. Assim sendo, é possível identificar que a fonte generativa do desenvolvimento socioeconômico baseado no conhecimento é o cerne do projeto de inovação da Hélice Tríplice para aprimorar as interações universidade-indústria-governo (ETZKOWITZ; ZHOU, 2017).



RELISE

39

CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS A PARTIR DO MODELO DE HÉLICE TRÍPLICE

Os processos realizados para a obtenção e a consolidação das IGs podem caracterizar tanto uma ameaça quanto uma oportunidade ao desenvolvimento local sustentável, promovendo a exclusão ou integração social. Este resultado depende principalmente do modo de governança local, bem como da mobilização dos recursos territoriais (VELLOSO, 2008). Portanto, as IGs inserem-se dentro de um processo que exige o caráter de direito coletivo e participativo. Neste sentido, os atores locais precisam repensar suas ações de maneira cooperativa para incitar os benefícios provenientes e favorecer o desenvolvimento endógeno da região (LAGARES; LAGES; BRAGA, 2005).

A vinculação existente entre as IGs e o território vai depender desde a conformidade do produto até as relações entre os atores, que conduz a organização de cada cadeia produtiva. Desta forma, as IGs são o resultado de uma construção entre diferentes atores sociais e situada na interseção da ação econômica, inovação técnica, práticas jurídicas, conhecimento científico e debate político (NIEDERLE, 2011).

Bruch *et al.* (2010) também ressaltam que a consolidação do direito de propriedade intelectual, atrelada à IG, ocorre através da mobilização dos produtores e demais atores locais envolvidos nos processos de sua obtenção. Igualmente, por se tratar de uma certificação onde os processos de manutenção são contínuos, a mobilização entre os atores não se encerra quando se adquire a IG. Entretanto, a associação dos produtores, responsável pela administração da certificação, precisa assumir o protagonismo do seu gerenciamento. Sendo assim, a dinâmica de uma cadeia produtiva é um fator



RELISE

de suma importância para o desempenho da certificação de IG em uma determinada região.

Por exemplo, na Instrução Normativa nº 25/2013, estabelecida pelo INPI, há uma determinação de um conjunto de normas para o encaminhamento de pedidos de reconhecimento de IG, dentre elas, constata-se: a necessidade da solicitação de registro por associações, institutos e pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada. A esse conselho compete exercer funções definidas pelo Regulamento de Uso da IG, entre as quais a obrigação de gerir, manter e preservar as atividades ligadas à certificação em questão (INPI, 2016).

Corroborando com este pensamento, Niederle *et al.* (2013) levantam ainda o poder de efetivo dispositivo institucional que as IGs possibilitam na orientação das estratégias dos atores, onde é necessária a estabilização de determinados critérios de qualidade que passaram a nortear a construção das normas de produção. A definição de critérios do Regulamento de Uso especifica os aspectos sociotécnicos da produção, assim como o monitoramento e o controle dos produtores ligados à IG, sendo gerenciada pela associação formada pelos produtores locais.

Dá-se destaque também à imprescindibilidade de um dossiê contendo informações de ampla complexidade para que sejam reunidos documentos que subsidiem de forma consistente as características necessárias para que um produto seja considerado apto para receber a certificação de IG. Este processo demanda a reunião de uma equipe multiprofissional, visto que são necessários conhecimentos de várias áreas de estudo, como, por exemplo, história, geografia e áreas técnicas, de acordo com o produto. Portanto, é possível concluir que os processos de obtenção e de gestão das IG demandam a capacidade de integração dos atores (NIEDERLE *et al.*, 2013).



RELISE

41

Utilizando a perspectiva do modelo de Hélice Tríplice, observa-se que a dinâmica dos processos para a obtenção e consolidação das IGs tem como base a interação entre os atores locais, assim como a interação entre as três esferas do modelo. Trata-se, portanto, de uma estratégia que pode ser utilizada para o desenvolvimento de uma região por meio das vantagens associadas à IG, utilizando as teorias do modelo de Hélice Tríplice, visto que a partir da interação dos atores é possível criar um sistema de inovação sustentável e durável na era da economia do conhecimento.

A partir deste panorama, Kegel, Amal e Carls (2011, p.2) entendem que “a articulação da concessão da Indicação Geográfica entre os produtores de determinada região pode levar ao estabelecimento de clusters, dinamizando a atividade econômica, induzindo o desenvolvimento regional”. Em consonância com esta concepção, observa-se que vários estudos têm buscado caracterizar as IGs como sendo um Arranjo Produtivo Local (APL) ou um cluster (GOLLO; CASTRO, 2015).

Os APLs podem ser definidos como sendo aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais - com foco em um conjunto específico de atividades econômicas - que apresentam vínculos mesmo que incipientes (LASTRES e CASSIOLATO, 2003). Neste tipo de estrutura há uma forte interação por meios de cooperação, tendo como principais objetivos: a obtenção de economias de escala e de escopo, a melhoria dos índices de qualidade e produtividade, a diminuição de custos, riscos, tempo.

Porter (1999) define cluster como sendo “um agrupamento geograficamente concentrado de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas numa determinada área vinculada por elementos comuns e complementares” (p. 211). Portanto, são empresas de um mesmo setor produtivo, localizadas em um mesmo território, que apresentam atuação



RELISE

condicionada por fatores associados à proximidade física e às condições sociais, culturais e institucionais existentes em um determinado local.

A formação de APLs ou Clusters tem como objetivo promover ganhos e vantagens competitivas às empresas e às regiões que os integram, capacitando-as a atuar e competir nacional e globalmente. De acordo com Schmitz (1999), as vantagens competitivas decorrentes dos relacionamentos entre os atores trazem benefícios para a qualidade dos produtos, flexibilidade às plantas de produção e redução do tempo de processamento. Observa-se o aumento da performance das empresas, conferindo aumento de empregos e da renda local por meio da criação de cooperações entre as esferas do modelo de Hélice Tríplice.

Entretanto, não se trata de uma relação tão simples, visto que cada parte da hélice possui, na maioria das vezes, objetivos distintos, segue legislações específicas e trabalha em tempos diferentes. A situação fica ainda mais complexa quando as instituições de cada esfera do modelo não trabalham em consonância, diminuindo o potencial de interação entre os atores. Esta situação pode levar à fragilidade da organização dos atores locais, ocasionando vários prejuízos à cadeia produtiva.

No caso das IGs, a dinâmica de interação entre os atores pode ficar comprometida a ponto de retardar ou inviabilizar o processo de obtenção da certificação. Também pode acarretar em uma exclusão, seja pela definição de requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas, que podem acarretar custos e investimentos adicionais para produtores (VALENTE *et al.*, 2013). Desta maneira, a obtenção e a consolidação de uma IG, sem que haja participação ativa da maioria dos atores locais, pode trazer resultados diferentes do que se deseja, podendo agravar ainda mais quadros de exclusão social (BEZERRA; NASCIMENTO JÚNIOR, 2015).



RELISE

Este pensamento é corroborado por Fournier (2008, p. 547), o qual afirma que “uma IG não garante a instauração de um clima de confiança e de comportamentos cooperativos”. Logo, o desenvolvimento dos processos para obtenção e regulação da certificação de IG necessita ser bem articulado entre os atores locais, fortalecendo as relações entre as esferas do modelo de Hélice Tríplice e buscando estabelecer critérios que diminuam o efeito da exclusão social.

Portanto, muitas vezes, a figura de uma organização ou de um indivíduo que possa fomentar o diálogo entre os atores, coordenar os processos para a obtenção da IG e fortalecer a relação entre a Universidade-Indústria-Governo é importante, principalmente em contextos onde os atores não possuem a cultura de interação entre eles. Buscar estabelecer uma relação de confiança entre os atores, trazendo transparência para o processo e estabelecendo trocas de informações e recursos entre as esferas da Hélice Tríplice, especialmente o setor produtivo, por meio de cooperativas e associações, pode contribuir para o fortalecimento da cadeia produtiva, contribuindo para a inclusão social na região.

Neste panorama, observa-se a importância do modelo de Hélice Tríplice no contexto do processo de obtenção das IGs, sendo uma metodologia que pode ser utilizada para melhorar o desenvolvimento da interação entre os atores locais, possibilitando que os benefícios das IGs sejam alcançados no seu máximo potencial, o que se traduz no desenvolvimento local sustentável da população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que o processo de obtenção de uma IG é bastante complexo e dispendioso, tanto em relação a investimentos quanto ao tempo necessário para coletar e organizar as informações solicitadas pelo INPI para



RELISE

44

efetuar a abertura do pedido. Também é necessário estabelecer critérios de qualidade, que servirão como base para gerenciar a cadeia produtiva ligada à certificação.

Além disto, por se tratar de um processo longo e contínuo, demanda mudança de comportamento de todos os atores locais para que os benefícios promovidos pela IG sejam adquiridos de forma plena. Caso contrário, a aquisição desta certificação pode acabar sendo uma espécie de papel sem serventia para a população local ou como um dispositivo promotor de desigualdades sociais e marginalização, principalmente, dos médios e pequenos produtores.

Neste ponto, o modelo de Hélice Tríplice se enquadra como importante metodologia de estudo para analisar a relação entre os atores locais, por permitir que sejam examinados pontos fortes e fracos locais e preencher lacunas nas relações entre os atores envolvidos no processo de certificação da IG. A perspectiva de integração entre as esferas das instituições produtoras de conhecimento, das instituições governamentais e dos produtores locais possibilita a troca de informações, acesso a recursos financeiros e tecnológicos, organizando a cadeia produtiva de forma a trazer benefícios para todos os atores nela inseridos.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, J. D. C.; NASCIMENTO JÚNIOR, J. R. S. **A indicação geográfica (IG) sob o ponto de vista geográfico para o queijo de coalho do Agreste de Pernambuco**. Rev. Inst. Laticínios Cândido Tostes, Juiz de Fora, v. 70, n. 6, p. 326-337, nov/dez, 2015.

BOECHAT, AMF; ALVES, Y. B. O uso da Indicação Geográfica para o Desenvolvimento Regional: o caso da carne do Pampa Gaúcho. **Encontro Internacional de Produção Científica CESUMAR (EPCC)**, 2011.



RELISE

45

BRUCH, K.L. *et al.* **Indicações Geográficas e outros sinais distintivos: aspectos legais.** 2 ed. Brasília: MAPA; Florianópolis: UFRGS, p.58-59, 2010.

CASABIANCA, F. *et al.* Terroir e tipicidade: dois conceitos-chave para as Indicações Geográficas. In: NIEDERLE, P.A. (Org.) **Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares.** 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2013, p. 201-226.

CASSIOLATO, J. E.; SPAZIRO, M. Uma caracterização de arranjos produtivos locais de micro e pequenas empresas. In: LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E.; MACIEL, M.L. (Orgs.) **Pequena Empresa: Cooperação e Desenvolvimento Local.** Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios.** São Paulo: Pioneira, 1987.

ETZKOWITZ, H. Academic-industry relations: a sociological paradigm for economic development. In: LEYDERSDORFF, L.; VAN DEN BESSLAAR, P. **Evolutionary economics and chaos theory: new directions in technology studies.** London: Printer Publishers, 1994. p. 139-151.

ETZKOWITZ, H. **Innovation in innovation: the triple helix of university-industry government relations.** Social Science Information, v. 42, n. 3, p. 293-337, 2003.

ETZKOWITZ, H. **Hélice Tríplice: metáfora dos anos 90 descreve bem o mais sustentável modelo de sistema de inovação.** Revista Conhecimento e Inovação, Campinas, v. 6, n. 1, 2010. Entrevista concedida a Luciano Valente.

ETZKOWITZ, H.; WEBSTER, A.; GEBHART, C.; TERRA, B. R. C. **The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm.** Research Policy, New York, v. 29, n. 2, p. 109-123, 2000.

ETZKOWITZ, HENRY; ZHOU, CHUNYAN. Hélice Tríplice: inovação e empreendedorismo universidade-indústria-governo. **Estudos Avançados**, v. 31, n. 90, p. 23-48, 2017.

FOURNIER, S. **Les Indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés?** Cahiers agricultures, v.17, n.6, p.547-551, 2008.



RELISE

46

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. de. **Indicações geográficas: o caso da indicação de procedência Vale Dos Vinhedos – Serra Gaúcha/RS/Brasil.** Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/6/937.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2017.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Guia básico: indicação geográfica.** Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>. Acesso em: 19 de outubro de 2017.

LASTRES, H. M. M e CASSIOLATO, J. E.;. **Glossário de Arranjos de Sistemas Produtivos e Inovativos Locais: Uma nova estratégia de ação para o SEBRAE.** Rede de Pesquisa em Sistemas Inovativos Locais - RedeSist, 2005.

LEITE, Emanuel F. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** Editora Saraiva. São Paulo, 2012.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. L.; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. **Indicações geográficas: guia de respostas.** Porto Alegre: Sebrae/RS, 2006.

KEGEL, P. L.; AMAL, M.; CARLS, S. A Indicação Geográfica como vetor de desenvolvimento regional e a possibilidade de sua aplicação no setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí. **Anais... I Circuito de Debates Acadêmicos.** Brasília: IPEA/CODE, 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area7/area7-artigo15.pdf>. Acesso em: 19 de outubro de 2017.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive? Creative Destruction and the Global Economy.** New York, 1952.

MENEZES, Sônia de Souza M. **Queijo de Coalho: Tradição Cultural e Estratégica de Reprodução Social no Nordeste.** Revista de Geografia (UFPE) V. 28, No. 1, 2011.

NIEDERLE, Paulo A. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França.** Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2011.

NIEDERLE, Paulo A; *et al.* **Indicações Geográficas: Qualidade e origem nos mercados alimentares.** Editora da UFRGS, Porto Alegre, 2013



RELISE

47

OECD. **The Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data**. 3rd. Paris: OECD Publishing, 2005.

PORTER, E. Michael. **Estratégias competitivas essenciais**. 7ª Edição, Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

SBRAGIA, R.; STAL, E.; CAMPANÁRIO, M.; ANDREASSI, T. **Inovação: Como vencer esse desafio Empresarial**. Editora Clío: São Paulo, 2005.

SCHMITZ, H. **Responding to the Challenges of Globalization: Local and Regional Initiatives to Promote Quality Employment**. Bologna: University of Sussex, 1999.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da inovação**. 3ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2008.

THIEDIG, F.; SYLVANDER, B. **Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union**. *Agrarwirtschaft*, n.49, v.12, 2000.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é Terroir?** *Bon Vivant*, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, abr. 2007.

TOUZARD, J. M. **Construction institutionnelle des indications géographiques et des signes de qualité**. Relatório de Pesquisa (Projeto CAPES-COFECUB), n. 649-09, 2010.

VALENTE, Maria Emília Rodrigues *et al.* O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. *Ciência Rural*, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013.

VELLOSO, Carolina Quiumento. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga – SC)**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. UFSC. Florianópolis –SC, 2008.

VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; BRUCH, Kelly Lissandra; WATANABE, Melissa; YAMAGUCHI, Cristina Keiko; JENOVEVA NETO, Roseli, BOLSON, Edison Antonio. A influência das inovações no campo: as cultivares produzidas na Região Sul Catarinense no Brasil. **Revista Espacios**, v. 33, n. 10, 2012.