

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
ARTESANATO EM CERÂMICA DE  
ITABORAÍ

**Avaliação do Potencial de IG para  
o Artesanato em Cerâmica de  
Itaboraí**

© 2020. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE  
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

**SEBRAE**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul  
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.  
Telefone: (61) 3348-7636  
[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

**Presidente do Conselho Deliberativo Nacional**

Roberto Tadros

**Diretor Presidente**

Carlos Melles

**Diretor Técnico**

Bruno Quick

**Diretor de Administração e Finanças**

Eduardo Diogo

**Gerente da Unidade de Inovação**

Paulo Renato Macedo Cabral

**Coordenação Nacional**

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

**Entidade executora especializada em Indicação Geográfica**

INOVATES CONSULT LTDA

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....</b>	<b>4</b>
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM .....	4
<b>3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O ARTESANATO EM CERÂMICA DE ITABORAÍ.....</b>	<b>5</b>
3.1. DADOS BÁSICOS .....	6
3.1.1. Dados do entrevistado .....	<b>Erro! Indicador não definido.</b>
3.1.2. Dados da potencial IG .....	6
3.2. QUESTÕES CRÍTICAS .....	6
3.2.1. Avaliação do potencial de IP .....	7
3.2.2. Avaliação do potencial de DO .....	7
3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS.....	7
3.3.1. Critério Produto .....	8
3.3.2. Critério Territorialidade.....	9
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva .....	9
3.3.4. Critério Governança .....	10
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento .....	11
3.3.6. Critério Desempenho Econômico .....	12
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	12
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida .....	13
3.3.9. Visão de Futuro.....	14
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA .....	15
<b>4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA .....</b>	<b>16</b>
<b>5. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>17</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Percebe-se cada vez mais uma tendência dos consumidores em valorizar a origem dos produtos e serviços que consomem. Existem muitas ferramentas de proteção e de promoção da origem, e a mais eficiente e reconhecida mundialmente é a Indicação Geográfica (IG). A IG é um nome, ou um termo, que se refere a um local geográfico particular. É usada para identificar produtos que têm qualidade e reputação únicas devido à sua origem geográfica. Os consumidores podem associar a origem à qualidade do produto, e como resultado, este pode conseguir uma maior valorização em relação aos produtos concorrentes.

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização que os representa. Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar toda a estrutura necessária para reconhecê-la e monitorá-la, os produtores precisam unir esforços e trabalhar em conjunto por um objetivo comum. Na realidade, o processo de reconhecimento da IG funciona como um incentivo poderoso para todos investirem em qualidade, estratégias de marketing e comercialização.

A IG age como uma ferramenta de coordenação e estruturação de determinada região, podendo unir produtores, empresas, instituições e toda a população visando alcançar o mesmo objetivo. Como consequência, todo o comércio e turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

O presente documento apresenta os resultados do Diagnóstico Técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica do Artesanato em Cerâmica de Itaboraí, no estado do Rio de Janeiro, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento do Artesanato em Cerâmica de Itaboraí buscou como subsídios para análise, as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região. Realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas aprofundadas, com base na metodologia desenvolvida pelo Sebrae e no Marco Legal de Indicações Geográficas.

## **2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS**

Conforme o artigo 176 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, Lei nº 9.279/96, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO).

### **2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA**

Conforme o art. 177 da LPI, considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

### **2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM**

Conforme o art. 178 da LPI, considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

### **3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O ARTESANATO EM CERÂMICA DE ITABORAÍ**

A obtenção de um reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira, e a consequente proteção desta, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos nossos produtos típicos e diferenciados.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária uma avaliação diagnóstica para verificar se um determinado produto/serviço tem uma real possibilidade de ser protegido por uma Indicação Geográfica.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de nossos produtos/serviços típicos e diferenciados, vinculados a territórios específicos, deve ser preservada, valorizada e convertida em valor para os produtores e população local.

No Brasil, a proteção às Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por atribuição, conforme Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelece as condições de registro das Indicações Geográficas no país.

O Sebrae atua na orientação e fomento aos pequenos negócios para protegerem e promoverem suas regiões vinculadas a produtos/serviços por meio das Indicações Geográficas, com vistas a acessar mercados, ampliar a competitividade e gerar desenvolvimento local.

Nesse sentido, foi elaborado pelo Sebrae em 2010, uma metodologia para avaliar o potencial de uma área geográfica vinculada a um produto/serviço para reconhecimento como Indicação Geográfica. Essa metodologia foi aprimorada a partir dos aprendizados decorrentes de sua aplicação nos últimos anos, conforme apresentado neste documento.

O resultado da aplicação dessa metodologia tem como objetivo apoiar as decisões sobre a pertinência da implementação de um processo de estruturação de uma

Indicação Geográfica, tanto na modalidade de Indicação de Procedência quanto na modalidade de Denominação de Origem.

As respostas ao questionário pretendem dar um panorama da produção do produto na região em questão e, ao seu final, gerar indicadores qualitativos desta produção em vários de seus aspectos.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIS. As questões críticas são vitais para a verificação da real viabilidade do produto que é objeto do diagnóstico ser ou não uma Indicação Geográfica. As questões estruturais, por sua vez, têm como respostas um resumo das informações obtidas com as pessoas contatadas. Elas serão importantes para classificar o real potencial da implementação da Indicação Geográfica de acordo com uma série de indicadores que serão gerados.

### 3.1. DADOS BÁSICOS

#### 3.1.1. Dados da potencial IG

Nome Geográfico: Itaboraí

Produto (incluindo produtos derivados): Artesanato em cerâmica (cerâmica de vaso)

Municípios envolvidos: Itaboraí

Entidade coletiva: Associação de Oleiros de Itaboraí (Está inativa)

CNPJ: 10.868.386/0001-01

Data de Fundação: 03/02/2009

### 3.2. QUESTÕES CRÍTICAS

As respostas das questões críticas (questões 1 e 2) vão indicar se existe potencial da área geográfica ser registrada como uma Indicação Geográfica.

Especificamente, a questão 1 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Indicação de Procedência (IP). Já a questão 2 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Denominação de Origem (DO).

### **3.2.1. Avaliação do potencial de IP**

**QUESTÃO 1** - Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto? Quais?

*Existe e material que destaca a notoriedade da produção de artesanato em Itaboraí. Existem evidências na web além de materiais históricos que podem ser considerados evidências de notoriedade mas que demandam análise criteriosas.*

### **3.2.2. Avaliação do potencial de DO**

**QUESTÃO 2** - Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto com o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores? Quais?

*O saber fazer somado a qualidade do barro contribuem para a fama dos produtos na região. O barro utilizado para a produção das cerâmicas é típico, extraído em regiões pantanosas da região e que podem ser encontradas em regiões similares.*

## **3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS**



As respostas das questões estruturais (questões 3 a 35) vão gerar subsídios para o aprofundamento da análise do potencial de estruturação e reconhecimento da Indicação Geográfica, de acordo com 9 critérios:

1. Produto;
2. Territorialidade;
3. Método de produção/Cadeia produtiva;
4. Governança;
5. Identidade e senso de pertencimento;
6. Desempenho econômico;
7. Necessidade de proteção;
8. Pesquisa envolvida;
9. Visão de futuro.

### 3.3.1. Critério Produto

**QUESTÃO 3** - Quais são as características/qualidades do produto vinculado à área geográfica indicada?

*A grande maioria da produção é para vasos, sendo produzido em grande parte com cerâmica vermelha (existem outros barros que são utilizados em menor quantidade). São utilizadas 3 técnicas que influenciam a produção das peças na região: Indígena, lusitana e “brasileira”.*

**QUESTÃO 4** - Existem derivados do produto produzidos na área geográfica indicada? Se sim, quais são?

*Sim. Outras peças em barro como vasos e esculturas.*

**QUESTÃO 5** - O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?

*A resistência e a qualidade do acabamento das peças é o que mais se destaca dentre produtos similares. A qualidade da argila influencia as características das peças da região.*

**QUESTÃO 6** - Desde quando o produto é produzido na área geográfica?

*Desde meados de 1579 existem evidências de produção de cerâmica na região.*

**QUESTÃO 7** - O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?

*Sim, estão adequados a legislação vigente.*

### **3.3.2. Critério Territorialidade**

**QUESTÃO 8** - Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?

*Município de Itaboraí, 430 mil km<sup>2</sup>. Provavelmente haja um remanescente de artesãos que produzem em Tanguá.*

**QUESTÃO 9** - Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agro-industrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada? Quais dessas etapas definem a reputação, as características ou qualidades do produto da IG pelo mercado?

*Extração do barro, produção das peças e comercialização. A qualidade do barro e a técnica dos artesãos definem a reputação da região para a produção de cerâmicas.*

**QUESTÃO 10** - Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?

*Sim, mas podem existir artesãos em Tanguá, além de Itaboraí.*

### **3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva**

**QUESTÃO 11** - Quais elos da cadeia do processo produtivo são envolvidas com o produto a ser protegido da produção primária à distribuição?

*O barro é comprado pelos artesãos, é produzido pelos oleiros, vendido para lojas e revendidos para consumidores.*

**QUESTÃO 12** - Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?

*Existe uma técnica que é aprimorada com a prática na produção das peças. Essa técnica é passada entre gerações além de existir escola de arte que pretende ensinar o ofício, inclusive por vídeo aulas.*

**QUESTÃO 13** - Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?

*O controle é realizado visualmente e individualmente por cada artesão.*

**QUESTÃO 14** - Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?

*Existe uma certa dificuldade de relacionamento entre os oleiros e os lojistas. Os atravessadores acabam dificultando a precificação dos produtos. Os vendedores de beira de pista acabam sendo um “atacadista” das peças produzidas na região.*

**QUESTÃO 15** – As instituições públicas reconhecem e implementam políticas públicas de valorização e apoio à cadeia produtiva do produto analisado?

*A prefeitura de Itaboraí realiza ações para o setor. Há a necessidade de ações continuadas por parte do poder público.*

*O Sebrae também desenvolve ações na região.*

#### **3.3.4. Critério Governança**

**QUESTÃO 16** - Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que

consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?

*Existe uma associação (Associação dos Oleiros de Itaboraí) que não está operando, com problemas fiscais e de governança (está inativa desde 2014).*

**QUESTÃO 17** - Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?

*Atualmente não representa a coletividade pois está inativa.*

**QUESTÃO 18** - Essa entidade dispõe de saúde financeira e/ou capacidade de articulação para a busca por recursos?

*Está inativa e possui débitos que precisam ser sanados.*

**QUESTÃO 19** - Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?

*A Escola de Artesanato está se tornando associação e pode representar parte dos oleiros da região.*

**QUESTÃO 20** - Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?

*Existe a necessidade de interlocução para organizar a coletividade.*

### **3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento**

**QUESTÃO 21** - Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?

*Existe a necessidade de se trabalhar a coletividade (associativismo e cooperativismo) para extrair os valores que são incomuns na região.*

**QUESTÃO 22** - Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?

*Alguns produtores têm orgulho do ofício, porém é necessário um trabalho para estimular este sentimento na maioria dos oleiros.*

**QUESTÃO 23** – Na percepção dos produtores, a população local reconhece o produto como parte da identidade do território?

*A população reconhece e valoriza a atividade como patrimônio cultural de Itaboraí.*

**QUESTÃO 24** – Há o reconhecimento público ou de mercado do produto ou do saber-fazer (IPHAN, *SlowFood*, chefs, restaurantes, festivais, entre outros)?

*É patrimônio imaterial de Itaboraí.*

### **3.3.6. Critério Desempenho Econômico**

**QUESTÃO 25** - Qual as quantidades de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?

*Aproximadamente 17 pequenas cerâmicas na região sendo 52 oleiros cadastrados.*

**QUESTÃO 26** - Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?

*Não se tem registros que possam aproximar a produção na região.*

**QUESTÃO 27** - Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?

*Não se tem registros que possam aproximar a produção na região.*

### **3.3.7. Critério Necessidade de Proteção**

**QUESTÃO 28** - Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?

*Existem evidências de falsificação dos produtos em outras regiões. Foi citado caso de produtos sendo produzidos e vendidos por outros artesãos mas utilizando o nome dos artesãos da região.*

**QUESTÃO 29** - Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?

*Os compradores buscam por produtos com a qualidade de Itaboraí.*

### 3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida

**QUESTÃO 30** - Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?

*Sim, o barro é característico da região, porém é provável que se encontre em regiões similares.*

**QUESTÃO 31** - Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?

*Sim, as técnicas utilizadas na confecção das peças influenciam a qualidade dos produtos.*

**QUESTÃO 32** - Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto vinculadas ao meio geográfico?

*Existem percepções ainda empíricas sobre as características do barro da região.*

**QUESTÃO 33** - Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?

*UFRJ e UNIRIO*

### 3.3.9. Visão de Futuro

**QUESTÃO 34** - Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?

*O alcance de mercado ainda é limitado. Existe a necessidade de novos canais de exposição e venda dos produtos da região.*

**QUESTÃO 35** - Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

*Há a necessidade de se ter incentivos para o desenvolvimento da cadeia visto que a atividade tem problemas em se mostrar rentável para os artesãos da região.*

### 3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA

O gráfico abaixo apresenta o resultado a respeito do atendimento aos critérios avaliados da potencial IG, considerando que a escala vai de 0 a 5, sendo que, 0 (zero) não atende ao critério e 5 (cinco) atende totalmente ao critério.



NÃO ATENDE

ATENDE TOTALMENTE

## ARTESANATO EM CERÂMICA DE ITABORAÍ



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial IP	3
2	Produto	4
3	Territorialidade	3
4	Método de Produção	2
5	Governança	1
6	Identidade / Pertencimento	2
7	Desempenho Econômico	1
8	Necessidade de Proteção	4
9	Pesquisa envolvida	2
10	Visão de Futuro	3



#### 4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

Ao analisar as respostas deste diagnóstico bem como os materiais que tivemos acesso podemos concluir que há certa evidência históricas e de notoriedade que podem vir a apontar o potencial para reconhecimento do nome geográfico Itaboraí para o produto Artesanato em Cerâmica como Indicação Geográfica. Porém, ao analisar os dados enviados e levantados em pesquisa realizada, além das respostas e percepções constatadas durante a realização da entrevista do diagnóstico, percebemos que um trabalho coordenado pode convergir para a viabilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, para o artesanato em cerâmica de Itaboraí, no estado do Rio de Janeiro, porém é necessário observar alguns outros fatores que precisam convergir para tomar a decisão mais assertiva em relação à continuidade deste processo, sendo viável a realização de um novo diagnóstico assim que se tenha resultados com as ações sugeridas abaixo.

Para que esta Indicação Geográfica seja depositada no INPI, torna-se necessário ultrapassar alguns desafios, dentre os quais listamos abaixo:

- a) Como primeiro passo recomendamos a criação de um grupo gestor para orientar os passos seguintes relativos a esta IG. Este grupo deverá buscar conhecimento sobre conceitos de Indicações Geográficas, buscar parceiros que possam auxiliar em um processo de estruturação, envolver os atores que pertencem esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.
- b) Criar e fortalecer uma governança com estrutura de organização que congregue os produtores da região. Esta organização será o substituto processual para o requerimento do reconhecimento formal de indicação geográfica junto ao INPI e apoiará a estrutura de governança da IG a ser consolidada.
- c) Um dos pontos críticos que deve ser trabalhado diz respeito à cadeia produtiva, onde se faz necessário realizar ações para melhoramento contínuo com a interação dos elos da cadeia. Essa interação precisa ser trabalhada para que não haja “dependência” de qualquer elo, em qualquer fase, para a

continuidade dos trabalhos com um possível processo de Indicação Geográfica, visto que um elo depende do outro para o melhor desenvolvimento das atividades.

- d) Existe a necessidade de trabalhos de associativismo, cooperativismo e de desenvolvimento territorial para que a maioria dos produtores da região percebam a importância da coletividade para a evolução da sua atividade.
- e) Atentando-se ao fato uma possível IG não respeitar, necessariamente, divisões político-administrativas em sua delimitação geográfica é fundamental que se busque envolver produtores de regiões próximas a Itaboraí que talvez tenham contribuído com a fama e notoriedade na produção de artesanatos em cerâmicas desta região.

As análises exploradas (Requisitos legais e questionário SEBRAE) para a avaliação do potencial da região **não podem afirmar, nesse momento, que esta região está preparada para um processo de estruturação de uma Indicação Geográfica, portanto recomendamos que sejam trabalhados os apontamentos sugeridos e, tão logo tenham êxito, retomam-se os trabalhos em torno desta possível Indicação Geográfica.**

## 5. REFERÊNCIAS

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BRASILEIRA. INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, SEBRAE. Brasília, 2010.

BRASIL. Lei Nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm)>. Acesso em: 02 abr. 2020.

INPI. Instrução Normativa Nº 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.