Universidade Regional de Blumenau (FURB)

**A Indicação Geográfica como vetor de desenvolvimento regional e a possibilidade de sua aplicação no setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí.**

Patrícia Luíza Kegel, Dra. - plkegel@yahoo.com.br - FURB
Mohamed Amal, Dr. - m.amal@terra.com.br - FURB
Suelen Carls. - su.carls@gmail.com - FURB

Resumo
Em um contexto marcado pelo aprofundamento da globalização, da dispersão geográfica da produção industrial e da divisão internacional do trabalho, o setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí (SC), vem enfrentando múltiplos desafios e buscando novas perspectivas de competitividade. O objetivo deste trabalho é abordar, de forma específica, a questão da Indicação Geográfica como fator-chave nas estratégias de desenvolvimento regional, através da articulação da organização produtiva e do desempenho do setor industrial, com a situação socioeconômica da região e seu desenvolvimento. Com esta finalidade, o trabalho discute a viabilidade de obtenção da Indicação Geográfica, seu impacto sobre a reestruturação dos territórios, reorganização da produção através de *clusters* e desenvolvimento regional. Por fim, o estudo indica em que medida a proximidade geográfica e a atividade econômica territorial podem afetar as estratégias de competitividade e inserção internacional das empresas vinculadas ao setor de cristais artesanais da região.

Abstract
In a context marked by the deepening of globalization, geographic dispersion of industrial production and international division of labor, the sector of crystal craft of the Vale of Itajaí in the State of Santa Catarina/ Brazil, has been facing different challenges and looking for new perspectives of competitiveness. The aim of the paper is to address, more specifically, the question of Geographic Indication as a key factor in the strategy of regional development, linking the productive organization and performance in the industrial sector to the socioeconomic situation of the region and its development. To this end, the paper discussed the feasibility of obtaining Geographic Indication and its impacts on restructuring of territories, reorganization of production thru clusters and regional development. Finally, the study pointed out to which extent geographical proximity and territorial economic activity may affect the strategy of competitiveness and international integration of the firms connected with the crystal industry in the region.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Território e Reorganização Produtiva; *Clusters*; Desenvolvimento Regional

Key-words: Geographic Indication; Territories and Reorganization of Production; Clusters; Regional Development

Área temática: Desenvolvimento e Espaço: ações, escalas e recursos

# A Indicação Geográfica como vetor de desenvolvimento regional e a possibilidade de sua aplicação no setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí.

## 1. Introdução:

Este trabalho aborda a viabilidade de obtenção de Indicação Geográfica para os cristais artesanais do Vale do Itajaí (SC), como forma de vincular a organização produtiva e o desempenho industrial no setor, com a situação socioeconômica da região e seu desenvolvimento. Tal perspectiva emerge da constatação da ocorrência de dois fenômenos distintos, porém interconectados. De um lado, o aprofundamento da globalização, dispersão geográfica da produção industrial e divisão internacional do trabalho. Por outro, a retomada da importância da proximidade geográfica e territorialização da atividade econômica como estratégia de competitividade e inserção internacional das empresas.

Desta forma, uma das possibilidades de utilização do território como *lócus* de articulação de estratégias de desenvolvimento é a identificação da origem geográfica de seus produtos. Para tanto, a abordagem selecionada envolve o instituto jurídico da Indicação Geográfica (que vincula um produto a determinada procedência) como mecanismo através do qual, determinadas regiões definem suas potencialidades, agregam valor aos seus produtos e posicionam-se favoravelmente em relação à tensão entre globalização e territorialização.

A articulação da concessão da Indicação Geográfica entre os produtores de determinada região, por sua vez, pode levar ao estabelecimento de *clusters* industriais, dinamizando a atividade econômica, induzindo o desenvolvimento regional e superando a reestruturação produtiva ocasionada pela globalização.

Neste contexto, o objetivo central deste trabalho é discutir as implicações da obtenção de uma Indicação Geográfica e a formação de um *cluster* no setor como vetor de desenvolvimento, para, posteriormente, analisar sua concessão no setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí. Para tanto, o trabalho está estruturado em quatro etapas distintas, além desta Introdução.

Na primeira etapa, será abordado o fenômeno da globalização e seus efeitos sobre a dinâmica industrial relacionados à nova divisão internacional do trabalho, inclusive apresentando o caso específico do setor industrial de Santa Catarina. A segunda parte aborda o instituto jurídico da Indicação Geográfica na construção social, econômica e administrativa de um território e sua capacidade de estimular o desenvolvimento regional em um mercado global, ao agregar valor ao produto final. A terceira etapa destina-se a discutir as implicações da concessão da Indicação Geográfica para os cristais artesanais do Vale do Itajaí como mecanismo de vinculação entre a organização produtiva e o desempenho industrial no setor, e a situação socioeconômica da região e seu desenvolvimento. Por fim, as considerações finais remetem para a importância da Indicação Geográfica como mecanismo de rearticulação territorial, integração da cadeia produtiva em forma de *clusters*, para geração de eficiência coletiva e conhecimento específico, e importante vetor de desenvolvimento regional.

## 2. Globalização e dinâmica industrial das economias e territórios

A globalização, cujo termo correspondente em francês é mundialização, pode ser descrito como um processo geo-histórico multissecular, de expansão continua do capitalismo em direção ao conjunto do espaço global (CARROUÉ,

COLLET e RUIZ, 2009). Recentemente, este conceito passou a designar um processo de interdependência crescente entre as economias nacionais, decorrente da criação de um mercado mundial para produtos, serviços, capitais, informação e idéias.

Este processo acelerou fortemente a partir da década de 1990. Os investimentos diretos externos, que até então estavam concentrados em firmas norte-americanas e européias, aumentaram de volume com a inclusão de um numero crescente de empresas de Países em desenvolvimento. Concomitantemente ao aumento das firmas multinacionais, surgem empresas "globais", apátridas, multiculturais, organizadas em redes planetárias em que a estratégia comercial é fundada na realização de um produto mundial, composto de peças individuais fabricadas por todo o mundo, dependendo dos custos envolvidos, e cuja comercialização pode ser planetária (BÉNICHI, 2008: p. 9). Este fluxo de capitais de longo prazo vem sendo acompanhado de capitais especulativos de alta volatilidade e interconexão dos mercados financeiros. O efeito foi a criação de novas interdependências assimétricas e crescentes entre os atores globais e nacionais.

Uma das características da globalização, que se acentuou intensamente nos últimos 20 anos, foi o aumento do livre comércio e da logística de transportes, a abertura comercial das economias nacionais de um número cada vez maior de Países e o dinamismo do comércio internacional. Vários fatores foram decisivos para esta tendência. Sob a perspectiva geopolítica, a queda do Muro de Berlim e o desaparecimento da União Soviética e da Europa comunista entre 1989 e 1991de um lado, e de outro, as reformas estruturais e a abertura da economia chinesa que possibilitou a expansão continua do capitalismo, modificaram as relações entre Estados, substituindo o elemento ideológico pelo econômico. Esta ampliação do comércio internacional foi baseada em uma revolução dos transportes e da logística, que permite às empresas multinacionais realizar um terço do comércio mundial através de suas filiais, e outro terço através de suas encomendas aos fornecedores (CARROUÉ, COLLET e RUIZ, 2009: p. 90).

No entanto, foram os aspectos institucionais que configuraram política e juridicamente a expansão do comércio internacional. O antigo Sistema Geral de Tarifas e Comércio (GATT na sigla em inglês), caracterizado como um mero fórum de negociações comerciais não vinculantes foi extinto ao término da Rodada Uruguai em 1994. Esta ocasião foi marcada pela celebração dos Acordos de Marrakesh que criaram a Organização Mundial do Comércio (OMC), com mais de 130 Estados-membros, e possuidora de um enorme arsenal de regras impositivas, mecanismos obrigatórios de arbitragem e capacidade jurídica para impor sanções a seus membros.

Ao contrário do período GATT, tal conjunto de normas passa a abranger bem mais do que apenas o comércio de bens, com dispositivos que se estendem ao comércio de serviços, propostas de liberalização de compras públicas, abertura de monopólios nacionais, acordo sobre investimentos e, em especial, regras sobre propriedade intelectual. Este adensamento da juridicidade das relações econômicas internacionais (LAFER, 1998) teve como principal efeito a intensificação da liberalização comercial dentro do conjunto de regras previstas, através da desregulamentação e abertura dos mercados nacionais, em grande medida em detrimento de direitos humanos, saúde, meio-ambiente e cultura (CARROUÉ, 2005).

Uma de suas implicações foi o surgimento de uma nova geografia econômica decorrente da reordenação da divisão internacional do trabalho. Ou seja, a liberalização do comércio internacional e de movimento de capitais, baixos custos de transporte, progresso técnico e multiplicação de empresas multinacionais, constituem o contexto no qual a produção de manufaturados, em especial de maior intensidade na utilização de mão de obra, se desloca em direção aos Países emergentes, notadamente para China e sudeste asiático. Os objetivos deste deslocamento respondem a uma dupla estratégia. De um lado, aproveitar os baixos custos de mão de obra, considerada um fator de competitividade em relação aos padrões dos Países desenvolvidos. De outro, abastecer o mercado nacional e, ao mesmo tempo, utilizá-lo como base de reexportação para os mercados de origem (CARROUÉ, COLLET e RUIZ, 2009: p. 225).

Por sua vez, a pressão competitiva de regiões emergentes acentuou a prática das operações *offshore*, nas quais as atividades de manufatura e outras da cadeia de valor são realocadas para localidades no exterior que possuem melhor relação custo-benefício, ocasionando perda de empregos em várias economias maduras (CAVUSGIL, KNIGHT e RIESENBERGER, 2010). No entanto, os Países emergentes não são homogêneos, em especial quanto aos custos salariais e trabalhistas, existindo grande diversidade do nível de amadurecimento das economias emergentes e de regulamentação jurídica a respeito.

Com a emergência de regiões portadoras de novos paradigmas industriais, cujo impacto sobre os custos e preços tem sido considerável, os fatores locacionais foram se tornando cada vez mais importantes nas estratégias de competitividade das empresas (AMARAL FILHO, 2001). Concomitantemente, as indústrias locais passaram a sofrer forte concorrência de produtos produzidos no exterior, com conseqüências tanto nas dinâmicas do processo produtivo, quanto no mercado de trabalho. Esse fenômeno está associado às mudanças radicais nas formas e nos modos de produção e de organização industriais, bem como à globalização e à abertura das economias nacionais (AMARAL FILHO, 2001).

Em particular no Brasil, cujo processo de industrialização a partir de meados do século XX foi em grande parte impulsionada pelas políticas de substituição de importações, a abertura do mercado teve conseqüências no setor produtivo e industrial. A substituição de importações pode ser definida como um processo de desenvolvimento que teve por objetivo repetir, de forma acelerada e em condições históricas distintas, a experiência de industrialização dos países desenvolvidos. (FRANCO e BAUMANN, 2005). Segundo estes autores, o objetivo seria a geração de uma economia suficientemente flexível, diversificada, capaz de criar oportunidades para o crescimento e bem-estar para a sua população. A lógica básica da estratégia de substituição de importações é que essa transformação das economias em desenvolvimento implicaria na adoção de medidas de proteção em relação à concorrência com produtos importados.

Ou seja, essa política apoiava-se em tarifas aduaneiras elevadas, controles discricionários tais como lista de produtos proibidos, licenças para importação, quotas, leilões cambiais e regimes especiais de tributação. Para KUME, PIANI e BRÁZ DE SOUZA (IPEA, 2009), tais políticas viabilizaram um parque industrial relativamente amplo e diversificado, porém acomodado ao protecionismo exagerado e conflitante tanto com o propósito de inserção competitiva da indústria brasileira no comércio internacional, quanto com as exigências de liberalização comercial, acentuadas após o final da Rodada Uruguai.

Por outro lado, a década de 1990 também foi caracterizada, sob a perspectiva econômica, pelo Plano Real e conseqüente valorização cambial perante a moeda norte-americana, interrompida apenas com a depreciação cambial de 1999. FRANCO e BAUMANN (2005) ao avaliarem a influência das tarifas e da taxa de câmbio real no índice de substituição de importações no período 1995-2000 chegaram à conclusão de que ambas as variáveis tiveram efeito significativo sobre a variação das importações. Ou seja, a desvalorização cambial de janeiro de 1999 proporcionou maiores ganhos de produtividade e competitividade à indústria nacional. Para os autores, o resultado do estudo é importante, porque ressalta a relevância para os setores produtivos em poder contar com preços relativos ajustados, que permitam a uma economia explorar suas vantagens competitivas.

Na medida em que a globalização se consolida e se expande a partir do inicio do século XXI, a liberalização comercial e a inserção internacional da economia brasileira se ampliam. Paralelamente ocorre uma reestruturação e modernização do setor produtivo, mas também desindustrialização em determinados setores resultante do aumento das importações relativamente mais baratas que o produzido no País, não apenas decorrente de baixos custos de mão de obra e produção, mas também da continua valorização cambial do Real frente ao Dólar e ao Euro.

Para OREIRO e FEIJÓ (2010), a desindustrialização ocorre quando o setor industrial perde importância como fonte geradora de valor adicionado para uma determinada economia. Os fatores externos que a induzem estão relacionados ao grau de integração comercial e produtiva das economias, ou seja, com o estágio alcançado no processo de globalização. Neste contexto, alguns Países podem se especializar na produção de manufaturados intensivos em trabalho qualificado, como, por exemplo, a Alemanha, ao passo que outros podem se especializar na produção de manufaturados intensivos em trabalho não qualificado, no caso da China (OREIRO e FEIJÓ, 2010). Ou seja, a manutenção do parque industrial e dos respectivos postos de trabalho em setores específicos, não depende apenas de fatores externos, mas também de opções e estratégias internas dos atores econômicos e do próprio poder público, para aumentar a competitividade.

No caso específico da economia de Santa Catarina, segundo LINS e MATTEI (2010: p. 134), apesar de que a apreciação cambial e a abertura do mercado através da desregulamentação e redução dos impostos de importação terem forçado a reestruturação produtiva de diversos setores industriais, a dinâmica de crescimento durante a década de 1990 foi mantida, inclusive com taxas médias iguais ou superiores ao do resto do País. Nesse período, enquanto o PIB brasileiro crescia em torno de 2% ao ano, a economia catarinense apresentava taxas de crescimento anual médio de 3%, em grande medida como reflexo de uma estrutura industrial historicamente bastante diversificada e dinâmica (LINS e MATTEI, 2010: p.127).

A reestruturação e modernização produtiva efetuadas no período integraram um conjunto de ações compreendendo desde novas técnicas de gestão empresarial até o estabelecimento de infra-estrutura tecnológica para pesquisa e desenvolvimento em vários setores industriais, alguns reagindo de forma positiva e outros bem menos (CARIO e FERNANDES, 2010). Nesta situação de alteração do marco regulatório comercial e intensa competição por mercados, o inicio do século XXI marca uma alteração expressiva na composição do PIB catarinense. Segundo CARIO e FERNANDES (2010: p.236), em 1996 a

participação da indústria no PIB era de 46,1%, e em 2005 passou para apenas 34%. Já o setor de serviços, que representava 40,9% do PIB em 1996, avança para 57,7% em 2005. Para os autores, a perda de dinamismo de importantes setores industriais está vinculada a um processo de substituição da produção doméstica por produtos importados, através da combinação desastrosa de liberalização comercial mal planejada, taxa de juros elevada e câmbio valorizado (CARIO e FERNANDES, 2010: p.207).

Nesta situação de reorganização dos territórios de produção e das relações internacionais de trabalho, torna-se fundamental identificar estratégias de desenvolvimento que permitam a sustentabilidade de atividades potencializadoras da dinâmica econômica, ao agregar elementos de competitividade aos setores industriais tradicionais.

Neste sentido, a competitividade de determinado setor industrial, especialmente nos setores manufatureiros de utilização intensiva de mão de obra, decorre não mais (exclusivamente) do preço, mas da qualidade do produto final. Desta forma, a importância da Propriedade Intelectual, por exemplo, como base para inovação e competitividade cresce substancialmente, em especial se comparada aos setores clássicos de investimento industrial, tais como, Bens de Capital. A Propriedade Intelectual é, portanto, um fator determinante para o desenvolvimento econômico de determinado País ou região.

Por outro lado, a Propriedade Intelectual expressa um conhecimento específico sobre determinado produto ou serviço, convertendo-se, portanto, em um bem escasso, cuja produção acarreta custos e trabalho. Economicamente, torna-se cada vez mais importante, na medida em que, em praticamente todos os setores econômicos, é necessário o conhecimento para a produção e oferta de produtos e serviços de alta qualidade e inovativos em relação aos seus concorrentes. Ampliado para toda uma economia nacional, o conhecimento torna-se, tanto um importante fator de crescimento econômico, quanto sua produção e aproveitamento, um objetivo de política econômica (LIEBIG, 2005: p.11).

Neste contexto, um dos âmbitos de incidência e proteção jurídica da Propriedade Intelectual é a Indicação Geográfica, que pode constituir-se em um elemento distintivo que permite agregar valor e aumentar a competitividade, servindo de estímulo ao desenvolvimento regional e local.

## 3. Indicação Geográfica, atividade econômica e desenvolvimento

O conceito de Indicação Geográfica (IG) desenvolveu-se lentamente no decorrer da história, e de maneira quase que involuntária, a partir da atenção que produtores, comerciantes ou consumidores davam a produtos de determinados lugares, por apresentarem características peculiares, atribuíveis à sua origem geográfica. A partir daí, passou-se a denominar esses produtos com o nome geográfico do local de origem. Ou seja, a indicação geográfica e a denominação de origem estão vinculadas aos próprios produtos, na medida em que são designados com o nome do lugar geográfico de sua procedência.

No âmbito do Acordo Constitutivo que criou a Organização Mundial do Comércio em 1994, o Anexo 1. B dispõe sobre o Acordo TRIPs (*Trade Related Intellectual Property R*ights) (aprovado no Brasil pelo Dec. Fed. 1.355/1994). No seu art. 22, o TRIPs define as Indicações Geográficas como sendo indicações que identificam um produto como originário de território de um Estado Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou

outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Juridicamente, a Indicação Geográfica é um instituto que pertence ao ramo do Direito de Propriedade Intelectual, e é exatamente o valor econômico associado aos produtos assinalados com IG, que origina um conjunto de ações antijurídicas que se estendem do aproveitamento da reputação alheia, apropriação indébita até a infração ou falsificação da denominação de origem. É precisamente por este motivo, que foram implantados mecanismos jurídicos para a sua proteção tanto a nível nacional quanto internacional. Além do respeito aos Tratados Internacionais dos quais é parte, a legislação nacional a respeito constitui-se na Lei n. 9.276/96, ou Lei de Propriedade Industrial (LPI).

A LPI, em conjunto com a Resolução n. 75, de 28/11/2000, do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), regulam o conceito e procedimentos para requerimento de registro de uma Indicação Geográfica. Os objetivos desta legislação e procedimentos administrativos pertinentes são estabelecer determinados padrões de proteção à propriedade intelectual, através da fixação do conjunto de características do produto a ser protegido pela Indicação Geográfica, bem como disciplinar a matéria, impedindo sua utilização indevida.

Por sua vez, a Lei de Propriedade Industrial, em seu artigo 176, inclui na Indicação Geográfica, tanto a Indicação de Procedência como a Denominação de Origem. A Indicação de Procedência vincula o nome geográfico do País, cidade ou região, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação, de determinado produto ou serviço. Já a Denominação de Origem é considerada o nome geográfico de país, cidade ou região, que designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos

Ou seja, a Indicação Geográfica abrange duas modalidades. A Indicação de Procedência, que indica qualquer expressão ou símbolo utilizado para indicar que um produto ou serviço se origina em um País, região ou lugar específico. E a Denominação de Origem que também é o nome geográfico de um País ou região específica, mas requer, para ser utilizada, uma conexão direta de qualidade entre o produto e sua área geográfica de produção, tais como clima, solo, ou métodos tradicionais de produção (BASSO, 2000).

Deste modo, a Indicação Geográfica figura como um instituto com distintas possibilidades de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, que é reconhecido como diferencial no mercado, em função das suas características de origem geográfica, pois, uma vez reconhecida, a Indicação Geográfica só poderá ser utilizada pelos membros daquela localidade que produzem ou prestam serviço de maneira homogênea e constante.

Isso significa que, para um produto chancelado com a Indicação Geográfica, esta é muito mais que uma marca, é uma fonte potencial de agregação de reputação, valor intrínseco, identidade própria, uma vantagem competitiva em relação aos demais, tornando esses produtos muito mais valiosos para o consumidor. Neste sentido, a Indicação Geográfica constitui-se em um ativo comercial cujo valor econômico é potencialmente alto. De acordo com CALDAS, CERQUEIRA e PERIN (2005), a indicação geográfica e a denominação de origem qualificam e agregam valor à produção local, aumentando a produtividade da região produtora, na medida em que a IG opera como um selo de qualidade.

Na Europa, onde a figura da Indicação Geográfica é mais comum, existem atualmente quase 5.000 registros, sendo mais de 4.000 para vinhos e bebidas

espirituosas, sendo citados como exemplos famosos de IG os espumantes *Champagne*, os vinhos *Bordeaux* e o presunto de Parma entre inúmeros outros. Na América Latina, têm lugar de destaque o Café da Colômbia, o pisco do Peru, a tequila e o café de Vera Cruz, no México e os famosos charutos de Cuba. Já na África, citam-se o óleo de oliva de *Aragan* de Marrocos e o abacaxi da Guiné. E na Ásia, o vinho amarelo de *Shaixing* da China e o chá do *Sri Lanka*.

No Brasil ainda temos poucos exemplos, menos de uma dezena de pedidos de Indicação Geográfica concedidos. Mas são casos de sucesso, apesar de uma trajetória nacional recém-começada nessa área. A primeira das Indicações Geográficas concedidas tem menos de uma década, e data de 2002, para os vinhos do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, seguindo-se o Café do Cerrado, a Carne do Pampa Gaúcho e a Cachaça Artesanal de Paraty. De forma geral, nestes casos, há indícios de uma reorganização do território a partir da região produtora, não se limitando às fronteiras entre cidades envolvidas, na medida em que uma nova conformação do território é efetuada a partir do processo produtivo. (CALDAS, CERQUEIRA e PERIN, 2005: p.4).

Especificamente para o Vale dos Vinhedos, segundo o SEBRAE, (2006) é possível afirmar que os primeiros impactos socioeconômicos estão vinculados a um conjunto de fatores, tais como a valorização das propriedades agrícolas entre 200 e 500%, a maior oferta de empregos em todos os segmentos e o aumento expressivo de investimento em turismo.

O potencial de desenvolvimento da concessão da IG pode ser mais bem avaliado nas duas tabelas abaixo, cujos dados foram obtidos por meio de pesquisas realizadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O quadro n°1 delimita alguns pontos fortes e oportunidades verificadas após a concessão da Indicação Geográfica nos casos dos Vinhos do Vale dos Vinhedos, o Café do Cerrado, a Carne do Pampa Gaúcho e a Cachaça Artesanal de Paraty.

**Quadro 1: Pontos fortes e oportunidades nas regiões de Indicação Geográfica**

| Pontos Fortes e Oportunidades | % |
|---|---|
| Vantagens do ambiente para o produto e outros complementares | 25 |
| Estimula a qualidade | 25 |
| Programa de marketing governamental | 25 |
| Aproveitamento da tradição da região | 25 |
| Envolvimento de outros atores via educação e capacitação | 25 |
| Participação e engajamento de diferentes atores | 25 |
| Condições climáticas propícias ao produto da IG | 25 |
| Visibilidade dos ganhos ambientais | 25 |

Fonte: Ministério da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento. **Políticas de Desenvolvimento Territorial e IG. II Seminário Internacional de Indicação Geográfica.** João Pessoa, 2010**.** Gilberto Mascarenhas. Mapa/SFA-RJ & Projeto Capes/Cofecub. In: http://www.indicacaogeografica.ufsc.br/. Acesso em julho de 2011.

Do mesmo estudo também constam dados que ilustram o percentual de impacto positivo de diversos fatores relacionados ao produto nas quatro Indicações Geográficas, expostos no quadro n° 2.

**Quadro 2: Impactos da Indicação Geográfica**

| Impactos Percebidos | % |
|---|---|
| Valor agregado | 100 |
| Acesso a mercados | 100 |
| Auto-estima | 100 |
| Distribuição de benefícios | 75 |
| Reforço da identidade | 75 |
| Fortalecimento institucional | 75 |
| Engajamento dos atores em questões ambientais | 75 |
| Cumprimento de normas ambientais | 75 |
| Preços | 50 |
| Coordenação | 50 |
| Investimentos paralelos | 50 |
| Valorização dos ativos locais | 50 |
| Fortalecimento do Turismo | 50 |
| Fortalecimento Político e Institucional | 50 |
| Capital social/Organização | 50 |
| Manutenção da tipicidade | 50 |
| Associativismo | 50 |
| Formação de redes e parcerias | 50 |
| Minoradora de impactos | 50 |
| Percepção dos atores sobre o ambiente | 50 |
| Sustentabilidade da produção | 50 |
| Padrões internacionais ligados ao meio ambiente | 50 |

Fonte: Ministério da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento. **Políticas de Desenvolvimento Territorial e IG. II Seminário Internacional de Indicação Geográfica**
João Pessoa, 2010**.** Gilberto Mascarenhas. Mapa/SFA-RJ & Projeto Capes/Cofecub. In: http://www.indicacaogeografica.ufsc.br/. Acesso em julho de 2011.

Nesta situação de afirmação das vantagens comparativas locais, para CALDAS, CERQUEIRA e PERIN (2005: p. 7), as políticas de desenvolvimento regional deveriam ser orientadas para as localidades que buscam incluir-se (ou manter-se) no processo produtivo internacionalizado. Na medida em que o território surge de um processo de construção social, que se apropria física e simbolicamente de um espaço, a Indicação Geográfica pode intervir positivamente na construção de um *lócus* de relações sociais de identidade e solidariedade, orientadas à ação coletiva, identificação e solução de suas dificuldades (FLORES, 2006). Ou seja, determinadas regiões ao definirem suas potencialidades e especificidades, podem encontrar mecanismos de melhoria e transformação de suas realidades, e a Indicação Geográfica é uma das estratégias que podem vir a

ser desenvolvidas para que tanto as localidades, quanto os setores nelas inseridos, possam se posicionar favoravelmente em um contexto de tensão entre globalização e regionalização.

Para PECQUEUR (2009: p. 80), a evolução do capitalismo tem revelado a complexidade envolvida na interrelação dos níveis "local" e "global", na medida em que a mundialização induz a emergência de um modelo dialético entre ambos os termos, vinculado ao enraizamento no local e ao desenraizamento global. Segundo este autor (PECQUEUR, 2009: p.81), a partir da noção de proximidade geográfica, a territorialização do sistema econômico global permite projetar o fim de um sistema industrial indiferente ao contexto geográfico-cultural, permitindo diversas formas de organização da economia na perspectiva territorial.

Nesta conjuntura, a conexão entre espaço local e desenvolvimento, de um lado e território concebido como dispositivo de inovação, do outro, (PECQUEUR, 2009: p.87) pode ocorrer através da experiência de *clusters.* Ou seja, uma forma de organização industrial setorialmente especializada em um espaço geográfico definido e potencial vetor do desenvolvimento regional. Para AMATO NETO (2009), a partir da experiência européia, particularmente a italiana, os *clusters* podem ser compreendidos como sendo distritos industriais em que ocorre uma concentração territorial e setorial de empresas. Ou seja, são concentrações geográficas de empresas, principalmente de médio e pequeno porte, e instituições, interligadas em um domínio econômico particular.

PORTER (1998) os define como sendo uma concentração geográfica de empresas e instituições interconectadas em um setor específico, incluindo também outros institutos importantes para o aumento de competitividade. Eles abrangem, por exemplo, fornecedores especializados em determinados componentes, máquinas e serviços, além infra-estrutura especial. Para este autor, os *clusters* não apenas abrangem clientes e fornecedores diretamente relacionados ao produto final específico, mas também se estendem lateralmente, em direção a empresas de produtos complementares, e de empresas que compartilhem as mesmas habilidades, tecnologias e *inputs*. Por fim, alguns *clusters* também abrigam outras instituições relacionadas, tais como agências normatizadoras de padrões de produção, escolas técnicas especializadas na formação profissional desejada, associações comerciais e Universidades, as quais fornecem treinamento técnico, educação especializada, informação, pesquisa, desenvolvimento e suporte técnico (PORTER, 1998: p.78).

Para LINS (2000: p. 235), em um *cluster*, a produção tende a ocorrer verticalmente desintegrada devido à especialização das empresas em diferentes fases do processo produtivo, relações interfirmas simultaneamente como fornecedores ou clientes, cooperativas ou competitivas. Esta particularidade, segundo, FIGUEIREDO e DI SERIO (2007: p. 7), de que nos *cluste*rs a cooperação coexiste com a competição, torna as firmas mais produtivas, na medida em que a competição incentiva o uso de métodos mais sofisticados, tecnologias mais avançadas e a criação de produtos e serviços diferenciados.

Uma de suas principais características é o ganho de eficiência coletiva, ou seja, a vantagem competitiva derivada das externalidade locais positivas e da ação conjunta entre os agentes que compõe o *cluster* (AMADO NETO, 2009: p. 9). Este fenômeno passa a ser, então, compreendido como sendo o resultado dos processos internos das relações interfirmas. Por outro lado, a proximidade geográfica de produtores de uma mesma cadeia produtiva tende a promover o

processo de geração e disseminação de conhecimentos relevantes para a ocorrência das eficiências coletivas (AMADO NETO, 2009: p. 12).

O paradoxo que envolve a criação de *clusters*, no entanto, está vinculado ao processo de globalização, que envolve a economia digital, a nova divisão internacional do trabalho, tecnologias de informação e comunicação cada vez mais sofisticadas e disponíveis, facilidade de transportes e de transferência da estrutura física de algumas empresas para outros Países ou regiões. Neste contexto, a questão que se coloca está vinculada à importância da localização para o aumento de competitividade de uma empresa.

Para PORTER (1998), desvendar este paradoxo de localização em uma economia global leva a aproximar-se das formas como as empresas, constantemente, criam vantagens competitivas. Segundo este autor, o que ocorre dentro de uma empresa é importante, mas os *clusters* revelam que o ambiente de negócios no qual a empresa está inserida, possui uma importância vital. Neste sentido, as vantagens competitivas situam-se cada vez mais nos aspectos locais, tais como conhecimento, relacionamento social e motivação, difíceis de serem alcançados por rivais dispersos (AMADO NETO, 2009: p. 13). Para DI SERIO, FIGUEIREDO e CONTI (2007: p. 29), a proximidade geográfica entre empresas permite a cooperação mútua e a diminuição da estrutura de custos, ampliando sua capacidade de agregar valor a bens e serviços.

Neste contexto, para LINS (2000: p. 238), a configuração de determinados setores industriais em *clusters* ultrapassa o âmbito das políticas setoriais e inscreve-se no tema mais amplo do desenvolvimento regional. De um lado, porque a globalização e concorrência nos mercados internacionais e no nacional afeta decisões empresariais vinculadas a investimentos, inovação e geração de empregos, que afetam positiva, ou negativamente, o desenvolvimento econômico de determinada região. Por outro lado, porque os conjuntos produtivos territorializados estimulam e sustentam relações cooperativas entre empresas que são decisivas para seu sucesso microeconômico e evolução dos sistemas produtivos (LINS, 2000: p.239).

Desta forma, o aprofundamento da competição entre regiões torna o desenvolvimento regional dependente das condições locais e da formação de ambientes propícios à formação de entornos produtivos que impeçam a espiral perversa de taxa de lucros menores para empresas e, conseqüentemente, salários e condições de trabalho declinantes (LINS, 2000: p. 239). Ou seja, a decisão de localização de uma empresa de atuar em um *cluster* reduz a importância de fatores como impostos baixos, mão de obra barata ou matérias-primas abundantes, na medida em que os benefícios a serem obtidos são superiores e diretamente relacionados à sua inserção regional (FIGUEIREDO e DI SERIO, 2007: p. 9).

Por sua vez, produtos com Indicação Geográfica possuem um grande potencial para se articularem e integrarem sua cadeia produtiva em forma de *clusters*. É o caso, por exemplo, que KIRSCHBAUM et al (2007: p.55) descrevem, ao comentar a importância que a concessão da Indicação Geográfica teve no processo de formação do *cluster* de vinhos da serra gaúcha.

4. A Indicação Geográfica para os cristais artesanais do Vale do Itajaí e as perspectivas de desenvolvimento regional socioeconômico.

Apesar de que historicamente a Indicação Geográfica seja mais utilizada no setor alimentar, existe uma preocupação crescente com a vinculação geográfica de procedência também de produtos manufaturados. De um lado, tal preocupação deriva do processo global de produção industrial, que desvinculou a produção do seu lugar de procedência, dando origem a produtos "*made by*" ao invés dos tradicionais "*made in*". Por tal motivo, e levando em consideração que em determinados setores cerca de 40% do valor de uma empresa corresponde a seu ativo intangível, os direitos de propriedade intelectual tais como marcas e indicações geográficas, entre outros, contribuem significativamente para o valor da empresa (LOCATELLI, 2007: p. 237).

No mundo globalizado de negócios, a propriedade intelectual é de fundamental importância para a proteção de empresas e indivíduos e a conseqüente geração de desenvolvimento. Para JUNGMANN e BONETTI (2010: p. 22) dentro do contexto da era da economia do conhecimento, "*a propriedade intelectual legalmente protegida transformou-se em um importante ativo para a competitividade das empresas que desejam otimizar o valor desses bens*".

Este é um dos motivos pelos quais em seu "Informe ao Parlamento Europeu" de maio de 2011, a Comissão Européia, responsável pela implementação e controle do Mercado Único Europeu, define uma série de projetos no âmbito dos Direitos de Propriedade Intelectual, e concede lugar de destaque ao tema da Indicação Geográfica. Na avaliação da Comissão, falta um sistema mais amplo de proteção da Indicação Geográfica para produtos não-agrícolas, tais como a Cutelaria de Solingen ou o Mármore de Carrara. A análise prévia da Comissão indica que o impacto econômico da ampliação da IG para produtos industrializados pode vir a ser extremamente positivo, especialmente em regiões cujas estruturas produtivas tradicionais sentiram de forma intensa os efeitos da globalização e da nova divisão internacional do trabalho (IP 11/630 da Comissão Européia, 2011).

Isso porque a Indicação Geográfica é um ativo intangível, que caracteriza um grande passo para a valorização e diferenciação de produtos com valor cultural agregado. Nesse contexto, a Indicação Geográfica vai além de iniciativas como as do Agronegócio, que se vinculam essencialmente a fatores naturais. O instituto representa um mecanismo que permite diferenciar os produtos de acordo com a região onde é produzido, de acordo com o modo de obtenção, fabricação ou extração.

No caso específico do setor de cristais do Vale do Itajaí, a partir da década de 1950, formou-se o maior pólo de produção de cristal artesanal das Américas, e o único em seus moldes na América do Sul (STRAUSS, 2011). Sua origem encontra-se na tecnologia de lapidação artesanal importada da Alemanha. De 1951 a 1953, a primeira fábrica de cristais da região apenas lapidava as peças que importava da Europa. A partir de 1953 a empresa passou a produzir as próprias peças, com a construção do forno a cadinho e uma panela refratária para fundição das matérias-primas. A partir dessa fábrica, várias outras indústrias do ramo cristaleiro surgiram na região, constituindo-se em verdadeiras escolas para artesãos que, através delas, adquiriram conhecimento para lapidar de forma artesanal peças em cristal que são verdadeiras obras de arte (STRAUSS, 2011).

Entretanto, a indústria de cristais artesanais tem passado a partir de meados da década de 1990, pelos mesmos efeitos de desindustrialização e perda de postos de trabalho gerados pela globalização e divisão internacional de trabalho. Um dos motivos específicos do setor foi, destacadamente, o alto custo da mão de obra decorrente da lapidação artesanal presente no produto final. Tal produto com alto índice de diferenciação acaba concorrendo no mercado com similares importados de lapidação não artesanal, *maquinada*, cuja produção envolve custos infinitamente menores.

A este respeito, os dados do relatório de emprego no setor, a partir de janeiro de 2003 (Anexo n°1) são preocupantes, ao revelarem uma tendência continua de perda de postos de trabalho. Da mesma forma, segundo dados da FIESC, a variação percentual do setor entre janeiro/dezembro de 2009 e janeiro/dezembro de 2008, teve uma queda de 5,67% de faturamento real, queda de 12,05 de horas trabalhadas na produção e de 6,7% na massa salarial real[1].

Tal situação fez que várias das *cristalerias* da região encerrassem suas atividades nos últimos anos, inclusive a precursora, Cristais Hering, fundada em 1951. Mesmo assim, a região mantém-se como importante centro de produção de cristal artesanal, conservando todas as suas características originais.

Desta forma, as peças de cristal produzido e lapidado na região continuam sendo artesanais, o que as qualificam como possuidoras de grande potencial para obtenção de um certificado de Indicação Geográfica e sua conseqüente valorização no mercado. A partir da titularidade jurídica de um certificado de Indicação Geográfica, o Vale do Itajaí poderá facilmente agregar mudança positivas e bastante significativas à sua dinâmica social, econômica e cultural. Mudanças pragmáticas que podem ser balizadas em três grandes grupos:

- Em primeiro lugar, no que se refere à proteção de várias esferas do patrimônio local. Desde o *saber fazer* dos produtos em si, sua imagem e qualidade, além da proteção dos produtores, por terem um reconhecimento do diferencial de seu produto, até a proteção dos consumidores, visto que a fraude se torna muito mais complexa, no impedimento de uso da nomenclatura por produtores que estejam fora da zona de proteção, ou que, dentro dela, não respeitem os critérios necessários à originalidade do produto.

- Em segundo lugar, abre um conjunto de oportunidades para os mercados interno e externo, por se tratarem, então, de produtos de notoriedade e originalidade ímpares, que facilitam a identificação e fidelizam o consumidor.

- Em terceiro lugar, o aumento do valor agregado desses produtos serviria de estímulo para novos investimentos neste setor produtivo e estímulo para os demais, com o conseqüente aumento da oferta de emprego em todos os níveis.

Ou seja, os benefícios da IG para o setor de cristais artesanais do Vale do Itajaí, entre outros, derivariam diretamente da existência de um selo que atestasse seu diferencial em virtude de sua procedência geográfica, e, portanto, em um nível superior ao dos concorrentes *similares*, sobretudo os cristais importados maquinados, que aqui chegam por um preço bastante inferior, e, aos olhos de leigos, possuem a mesma qualidade. Por outro lado, constituiria o estímulo institucional para a formação de um *cluster*, dado sua proximidade geográfica e alto grau de complementaridade produtiva

[1]Federação das Indústrias de Santa Catarina. **Pesquisa de Indicadores Industriais**. In: http://www.fiescnet.com.br/. Acesso em julho de 2011.

Por fim, também cabe lembrar que se torna cada vez mais necessária a articulação entre iniciativa pública e privada, através de políticas que valorizem o regional, permitindo o desenvolvimento multidirecional das regiões. Desse modo, é possível a articulação da chamada *cesta de bens e serviços*, conforme defendida por PECQUER (2000), que, ao tratar do tema Indicações Geográficas e suas implicações, sugere a necessidade e possibilidade verificada (quase) sempre, nesses casos, de se estabelecer uma rede onde todos ganham a partir da certificação, mesmo aqueles que não produzem o produto diretamente beneficiado. Neste caso específico, existe potencial a ser posteriormente desenvolvido, para criação de um novo roteiro turístico, o *Vale dos Cristais artesanais*, que poderá explorar a cultura e a história da colonização local, valorizando, concomitantemente, o processo de produção dos cristais artesanais do Vale do Itajaí e resgatando a valorização regional.

## 5 – Considerações finais:

Ainda que se considere o fato de que a Indicação Geográfica, assim como outros institutos do Direto de Propriedade Intelectual, não tenha sido originalmente criada para promover desenvolvimento, tem-se que, desde os vinhos franceses, a ligação do produto com a região produtora promove desenvolvimento regional, valorizando determinado território em diversos aspectos, pois é um instituto de distinguibilidade e não um selo de valor meramente burocrático. Neste sentido, a existência cada vez maior de estudos a respeito (FORES, 2006, por exemplo, entre outros), indica a relevância crescente que o tema das Indicações Geográficas adquire para as pesquisas em desenvolvimento regional.

Por outro lado, a IG implica em uma delimitação econômica e social de território mais amplo, o qual se estende além dos limites meramente municipais, na medida em que inclui diversos produtores distribuídos em diferentes posições da estrutura produtiva, e cuja proximidade geográfica não é limitada por fronteiras político-administrativas. Desta forma, a Indicação Geográfica possibilita a criação de novos cenários econômicos através da reconfiguração de determinados territórios, os quais passam a serem reconhecidos a partir da identificação de um produto originário em virtude de sua reputação, características ou qualidades, que são estreitamente vinculadas a essa sua origem singular.

Neste sentido, é considerável a interpenetração existente entre desenvolvimento regional e o tipo específico de organização industrial articulada em um espaço geográfico em torno a um setor produtivo, que compõe um *cluster*. A proximidade geográfica entre empresas de um mesmo setor possibilita a geração de eficiência coletiva, conhecimento específico, inovação e desenvolvimento tecnológico, agregação de valor e aumento de competitividade. Além disso, estimula comportamentos de cooperação e solidariedade interfirmas, constituindo ambiente econômico e institucional propício ao desenvolvimento industrial e socioeconômico da região.

Neste contexto, a concessão do certificado de Indicação Geográfica para a integração da cadeia produtiva do setor de cristais da região do Vale do Itajaí, em forma de *cluster* criaria uma interface direta com o desenvolvimento econômico e social, na medida em que possibilitaria a articulação do setor em um arranjo produtivo específico, além de conferir impulso aos demais setores econômicos da região.

Por fim, gostaríamos de ressaltar que a importância da Indicação Geográfica do setor de cristais do Vale do Itajaí, como vínculo entre espaço local e desenvolvimento, pode ser expressa nos seguintes termos "*a IG, em especial em um contexto de globalização, traz para a escala regional e local, desafios que necessitam ser superados, com o fim de buscar a organização da produção, a melhoria tecnologia dos processos e arranjos produtivos e a geração de emprego e renda*" (CALDAS, CERQUEIRA e PERIN, 2005: p.6).

**Referências bibliográficas**:

AMATO NETO, João**. Gestão de Sistemas Locais de Produção e Inovação**. (Clusters e APLs). Um Modelo de Referência. São Paulo: Atlas, 2009.

AMARAL FILHO, Jair do. A Endogeneização no Desenvolvimento Econômico Regional e Local. In: **Planejamento e Políticas Públicas**. N° 23, 2011.

BASSO, Maristela. **O Direito Internacional da Propriedade Intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2000.

BÉNICHI, Régis. **Histoire de La mondialisation**. Paris : Vuibert, 2008.

BRASIL. Legislação Federal. **Decreto Federal 1.355/1994**. "Promulga a Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT. (Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio - TRIPs.)". Diário Oficial da União de 31/12/1994.

BRASIL. Legislação Federal. **Lei n. 9.276/96**. Lei de Propriedade Industrial. Diário Oficial da União de 15 de maio de 1996.

BÜSCHER, Wolfgang( Prof. Dr. jur., Richter am Bundesgerichtshof, Honorarprofessor an der Universität Osnabrück). **Geographische Herkunftsangaben als Gegenstand des gewerblichen Eigentums oder als Steuerungsinstrument von Wirtschaft und Politik**?In: http://www.grur.de/cms/upload/pdf/Jahrestagung/2008/GRUR_JT2008_Rede_Buescher_2008-05-22.pdf Acesso em julho de 2011.

CALDAS, Alcides dos Santos. As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social. In: **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Ano V, n°8, 2003.

CALDAS, Alcides dos Santos, CERQUEIRA, Patrícia da Silva, PERIN, Teresinha de Fátima. Mais além dos arranjos produtivos locais: as Indicações Geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. In: **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Ano VII n° 11, 2005.

CARIO, Silvio Antonio Ferraz, FERNANDES, Ricardo Lopes. Indústria em Santa Catarina: processo de desindustrialização relativa e perda de dinamismo setorial. In: MATTEI, Lauro, LINS, Hoyêdo Nunes (Orgs.). **A sócioeconomia catarinense**. Cenário e perspectivas no início do século XXI. Chapecó: Argos, 2010.

CARROUÉ, Laurent. **Géographie de la mondialisation**. Paris : Armand Colin, 2005.

CARROUÉ, Laurent, COLLET, Didier, RUIZ, Claude. **La Mondialisation**. Genèse, acteurs et enjeux. Rosny-sous-Boi: Bréal éditions, 2009.

CAVUSGIL, S.Tamer, KNIGHT, Gary, RIESENBERGER, John R. **Negócios Internacionais**. Estratégias, Gestão e Novas Realidades. Trad. S.M.Yamamoto e L. Piamonte. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.

COMISSÃO EUROPÉIA. Informe ao Parlamento Europeu. Bruxelas, de 24 de maio de 2011. IP/11/630. "**A Comissão define planos em matéria de Direitos de Propriedade Intelectual, com vista a incentivar a criatividade e a inovação**". In:http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/630&format=HTML&aged=0&language=PT&guiLanguage=fr Acesso em julho de 2011.

DI SERIO, Luis Carlos, FIGUEIREDO, Jeovan de Carvalho, CONTI, Mauricio. Breve caracterização da competitividade nacional no mercado global. In: DI SERIO Luis Carlos (Org.). ***Clusters*** **Empresariais no Brasil. Casos Selecionados**. São Paulo: Saraiva 2007.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DE SANTA CATARINA. Pesquisa de Indicadores Industriais. In: http://www.fiescnet.com.br/. Acesso em julho de 2011.

FIGUEIREDO, Jeovan de Carvalho, DI SERIO, Luis Carlos. Estratégia em *Clusters* empresariais: Conceito e Impacto na Competitividade. In: DI SERIO Luis Carlos (Org.). ***Clusters*** **Empresariais no Brasil. Casos Selecionados**. São Paulo: Saraiva, 2007.

FLORES, Murilo. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte. In: **Contribuição para o Projeto Desenvolvimento Territorial Rural a partir de Serviços e Produtos com Identidade – RIMISP.** www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_236.pdf Acesso em julho de 2011.

FRANCO, Ana Maria de Paiva, BAUMANN, Renato. A substituição de importações no Brasil entre 1995 e 2000. In: **Revista de Economia Política**. Vol. 25, nº 3, 2005.

JUNGMANN, Diana de Mello; BONETTI, Esther Aquemi. **A caminho da inovação**: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário. Brasília: IEL, 2010.

KIRSCHBAUM, Charles, et al. Os desafios do cluster vitivinícola da serra gaúcha. In: DI SERIO Luis Carlos (Org.). ***Clusters*** **Empresariais no Brasil. Casos Selecionados**. São Paulo: Saraiva, 2007.

KUME, Honorio, PIANI, Guida, SOUZA, Carlos Frederico Bráz de. A Política Brasileira de Importação no Período 1987 -1998: Descrição e Avaliação. In: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/Capitulo_1_politica.pdf Acesso em julho de 2011

LAFER, Celso. **A OMC e a regulamentação do comércio internacional**: uma visão brasileira. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 1998.

LINS, Hoyêdo Nunes. *Clusters* Industriais, Competitividade e Desenvolvimento Regional: Da experiência à necessidade de promoção. **Revista de Estudos Econômicos**. Vol.30, n°2, 2000.

LINS, Hoyêdo Nunes, MATTEI, Lauro. Liberalização econômica e reestruturação produtiva: reflexos em Santa Catarina no limiar do novo século. In: MATTEI, Lauro, LINS, Hoyêdo

Nunes (Orgs.). **A sócioeconomia catarinense**. Cenário e perspectivas no início do século XXI. Chapecó: Argos, 2010.

LOCATELLI, Liliana. Indicações Geográficas e desenvolvimento econômico. In: BARRAL, Welber, PIMENTEL, Luis Otávio (Orgs.). **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Políticas de Desenvolvimento Territorial e IG. II Seminário Internacional de Indicação Geográfica.** João Pessoa, 2010**.** Gilberto Mascarenhas. Mapa/SFA-RJ & Projeto Capes/Cofecub. In: http://www.indicacaogeografica.ufsc.br/. Acesso em julho de 2011.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho (PDET). In: http://www.mte.gov.br/pdet/index.asp. Acesso em agosto de 2011.

OREIRO, José Luis, FEIJÓ, Carmen A. Desindustrialização: conceituação, causas, efeitos e o caso brasileiro. **Revista de Economia Política**. Vol. 30, nº 2, 2010

PECQUEUR, Bernard. Qualité e développement territorial: l'hypothèse du pannier de biens et de services territorialisés. Paris. **Economie Rurale**, n. 261, 2001, p. 37-49.

PECQUEUR, Bernard. A guinada territorial da economia global. In: **Política e Sociedade. Revista de Sociologia Política**. Vol. 8, n° 14, abril de 2009.

PECQUEUR, Bernard, ZIMMERMANN, Jean Benoît. Les Fondements d´une économie des proximités. Document de Travail n°02A26. Groupement de Recherche en Economie Quantitative d'Aix- - Marseille. Universités d'Aix-Marseille II et III. 2002.
In : http://greqam.univ-mrs.fr/spip.php?article6108&lang=fr Acesso em julho de 2011.

PORTER, Michael, F. Clusters and the new economics of competition. In: **Harvard Business Review**. November-December 1998.

SEBRAE. **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: Indicações Geográficas e Certificações para competitividade nos negócios. Org. Vinicius Lages, et ali. Brasília : Sebrae, 2005.

STRAUSS, Cristaleria. **História e Processo de produção** [DVD]. Blumenau. SPRY; 2011.

VIEIRA, Paulo Freire, CAZELLA, Ademir, Antonio, CERDAN, Claire, ANDION, Carolina. Potencialidades e obstáculos à construção de territórios sustentáveis no estado de Santa Catarina. **Política e Sociedade. Revista de Sociologia Política**. Vol. 8, n° 14, abril de 2009.

**Anexo n°1**: Relatório sobre emprego no setor de cristais no município de Blumenau. Janeiro de 2003 a Junho de 2011. Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Ministério do Trabalho. Programa de Disseminação das Estatísticas do Trabalho.(PDET). In: http://www.mte.gov.br/pdet/index.asp. Acesso em agosto de 2011

Município: 42.0240 - Blumenau
Micro Região: Blumenau UF: SC
Setor: Indústria de Transformação
Subsetor: Ind. de Produtos Minerais Não Metálicos
Ocupações com Menores Saldos - **Meses: Jan de 2003 a Jun de 2011**

| CBO - Freqüência | Admissões | | | | | | Desligamentos | | | | | | | | | Saldo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1º Emp. | Reemp. | Reint. | C. Prz. Det. | Transf. | Total | Disp sem J. Causa | Disp com J. Causa | A Pedido | Term Contr. | Aposent | Morte | Term. C. Prz. Deter. | Transf. | Total | |
| 752115 Soprador de vidro | 6 | 111 | 0 | 0 | 0 | **117** | 80 | 5 | 86 | 2 | 25 | 2 | 0 | 0 | **200** | **-83** |
| 823215 Forneiro na fundição de vidro | 27 | 191 | 0 | 0 | 0 | **218** | 125 | 10 | 127 | 4 | 13 | 2 | 0 | 0 | **281** | **-63** |
| 752230 Lapidador de vidros e cristais | 5 | 54 | 0 | 0 | 0 | **59** | 60 | 1 | 48 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | **112** | **-53** |
| 820210 Supervisor de fabricação de produtos de vidro | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | **2** | 7 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | **11** | **-9** |
| 823110 Preparador de massa (fabricação de vidro) | 1 | 7 | 0 | 0 | 0 | **8** | 9 | 1 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | **15** | **-7** |
| 752210 Cortador de vidro | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | **6** | 6 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **12** | **-6** |
| 752105 Artesão modelador (vidros) | 4 | 25 | 0 | 0 | 0 | **29** | 19 | 0 | 12 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | **34** | **-5** |
| 752415 Decorador de vidro à pincel | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | **1** | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | **3** | **-2** |
| 823255 Temperador de vidro | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **2** | **-2** |
| 773120 Serrador de madeira | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **1** | **-1** |
| 823220 Forneiro no recozimento de vidro | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | **1** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **0** | **1** |
| 752110 Moldador (vidros) | 1 | 30 | 0 | 0 | 0 | **31** | 5 | 0 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | **25** | **6** |