

A EVOLUÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS

POLLNOW, Germano Ehler¹; SILVA, Fernanda Novo da²; SACCO DOS ANJOS, Flávio³.

¹ Graduando em Agronomia – FAEM/UFPel, Bolsista PIBIC/CNPq, membro do Núcleo de Pesquisa NUPEAR/UFPel – germanogp13@gmail.com;

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, Bolsista CAPES, membro do Núcleo de Pesquisa NUPEAR/UFPel – agronanda@yahoo.com.br;

³ Docente da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel e do Programa de Pós-graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, Bolsista de Produtividade CNPq, coordenador do Núcleo de Pesquisa NUPEAR/UFPel – saccodosanjos@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O emprego dos signos distintivos remonta da Antiguidade, cumprindo com os objetivos de identificar e diferenciar a origem de produtos, de indicar a posse de um bem e sua origem comercial e/ou geográfica. Trata-se de uma ferramenta que tem assumido importante papel tanto como estratégia de mercado quanto na proteção, valorização e desenvolvimento de territórios, notadamente no contexto Europeu.

As Indicações Geográficas (IGs) atuam como signos distintivos, com vistas a reconstituir a interconexão entre produtos e locais de origem. Para Niederle (2011), ao desempenhar este papel as IGs avocam a valorização de tradições, de práticas socioculturais e produtivas e de bens territoriais assentidos à identidade territorial, situando-se em oposição às dinâmicas agroalimentares alicerçadas em lógicas de globalização, *oligopolização* e *commoditização* de mercados.

No Brasil, as IGs estão regulamentadas pela Lei 9.729/1996, em seus artigos 176 a 182, sendo o procedimento de registro definido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)¹, a partir da Resolução nº 75/2000. A referida lei possibilita à concessão somente a partir de um nome geográfico, estando a distinção vinculada a dada localidade, região ou território e não estritamente ao produto ou serviço.

A normatização diferencia as IGs em duas espécies: Indicações de Procedência (IP) e Denominações de Origem (DO). Sendo que a primeira diz respeito a um nome geográfico que se tornou conhecido como centro de extração, produção, ou fabricação de determinado produto, ou prestação de certo serviço. E, a segunda, trata-se do nome geográfico que designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Esta ferramenta, amplamente empregada pelas Comunidades Europeias, tem somente dez anos de emprego no Brasil, sendo ainda pouco conhecida pelos brasileiros. Assim, objetivamos mapear e traçar um quadro evolutivo, no intuito de estabelecer algumas impressões iniciais acerca desta trajetória.

¹ O INPI é o órgão responsável pela avaliação, concessão e registro das IGs no Brasil e atua fomentando iniciativas de diferenciação, em parceria de outras instituições que agem no sentido de instrumentalizar e promover processos latentes de construção de IGs.

2. METODOLOGIA

Este trabalho é fruto do levantamento bibliográfico e da catalogação de informações secundárias atinentes ao tema das Indicações Geográficas. Trata-se de um estudo que se insere no âmbito do Projeto de Cooperação Internacional Brasil-Espanha (CAPES/DGU, 2009-2013), compondo parte da agenda de pesquisas do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia e Políticas Públicas para a Agricultura Familiar (NUPEAR) do DCSA/UFPeL².

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na esteira da IP Vale dos Vinhedos, reconhecida em 2002, atualmente, o Brasil reúne vinte oito IGs, sendo vinte e duas IPs e seis DOs. Deste total, quatro somente serão reconhecidas a partir de registro, que ocorrerá após o pagamento das custas ao INPI, conforme é possível visualizar na Tabela 1.

Estas concessões, que iniciaram no Rio Grande do Sul, hoje estão distribuídas por 13 das 27 unidades federativas, havendo maior concentração nas regiões sul (28,6%) e sudeste (50,0%), seguidas das regiões nordeste (17,8%) e norte (3,6%), não havendo até o momento nenhuma IG na região Centro-oeste. No que tange à concentração por estado, lideram Minas Gerais (MG) e Rio Grande do Sul (RS), seguidos por Rio de Janeiro e Espírito Santo.

Tabela 1: Evolução das Indicações Geográficas brasileiras nas unidades federativas, por modalidade, segundo o ano de concessão ou deferimento³.

UF \ ANO	2002	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2012
AL								X
BA e CE					+			
CE							x	
ES							+	++ ⁽¹⁾
MG		+					++	+++ ⁽¹⁾
PI								+
PB								+ ⁽¹⁾
PR								+ ⁽¹⁾
RJ				+				Xxx
RS	+		+		+	x+	+	
SC								+
SP								+
TO							+	

⁽¹⁾ IGs deferidas e aguardando pagamento de custas para emissão de certificado de registro.

(+) Indicação de Procedência

(x) Denominação de Origem

Fonte: Elaborada pelos autores a partir dos dados do MDIC/INPI, atualizado em julho de 2012.

² Cabe agradecer ao CAPES e CNPq a concessão das bolsas e aprovação (Edital 58/2010) de implementação do NUPEAR, sem os quais o presente trabalho não seria possível.

³ A fim de apresentarmos um quadro mais próximo da realidade, incorporamos as IGs deferidas, visto que num prazo inferior a 60 dias, mediante o pagamento de custas, estarão reconhecidas.

Seguindo esta perspectiva, cabe mencionar que a equivalência entre RS e MG tende a permanecer na medida em que para cada estado existe um pedido publicado de DO, respectivamente para DO Vale dos Vinhedos e para DO Cerrado Mineiro, e mais um depósito de IP para vinhos dos Altos Montes, no RS e biscoitos de São Tiago, em MG.

É importante destacar, ainda sobre os dados da Tabela 1, que no período de oito anos (2002-2010) houve oito concessões, apresentando uma evolução maior nos últimos dois anos, quando foram concedidas as outras vinte IGs, sendo 14 delas registradas em 2012.

Diferentemente do que ocorre na Europa, a legislação brasileira permite a concessão do selo de IP ou DO tanto para produtos agroalimentares, quanto não-agroalimentares, assim como está prevista a concessão para serviços, embora ainda não tenha ocorrido nenhuma dessa natureza.

O que o quadro acima não explicita é o fato de que do total de IGs, 17 são para produtos alimentares diversos – arroz, cafés, camarão, carne bovina, vinhos e espumantes, aguardente, frutas, cacau em amêndoa, doces, própolis e queijos – e 11 para produtos não-alimentares como: pedras preciosas, mármore, couro, painéis de barro, artesanato em capim dourado, peças artesanais em estanho, calçados, pedras decorativas, têxteis de algodão. Disto, é possível afirmar que o Brasil lançou-se à frente nas concessões de IG a produtos de origem não-alimentar, tendo em conta que no cenário internacional, salvo raras exceções, as IGs são privilégio de qualificação do setor (agro)alimentar.

Do atual cenário a projeção é de uma ascensão ainda maior, visto que há vários pedidos em tramitação no INPI. Assim, tendo em mente o fluxograma de processamento do registro de IGs no INPI, podemos prospectar que ao final de 2012 acrescentar-se-ão mais quatro IGs brasileiras: duas IPs (em São Paulo, para Café Alta Mogiana e em Pernambuco, a primeira IG de serviços, para Porto Digital) e duas DOs (no Rio Grande do Sul, para os vinhos do Vale dos Vinhedos e em Minas Gerais, para o café do Cerrado Mineiro). E num prazo maior, o julgamento de outras seis IGs, que já foram depositadas pelos estados do Amazonas, Piauí, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Bahia e Sergipe.

Tem-se claro que ainda é cedo para asseverar sobre as trajetórias destas IGs, visto que a IG mais antiga soma apenas 10 anos, todavia algumas questões nos parecem emblemáticas. Neste sentido, há que explicitar que entendemos que se por um lado a ampliação no número de IGs pode resultar no reconhecimento por parte da população de consumidores em relação aos atributos deste instrumento, pode também configurar um quadro extremamente confuso, com uma destituição de seu sentido, conforme alertam Sacco dos Anjos & Caldas (2010), que ao estudar as IGs espanholas, afirmam que a excessiva proliferação das IGs na Espanha coloca em xeque, notadamente do ponto de vista do consumidor, as reais singularidades das regiões e produtos que possuem esse selo de diferenciação.

Outra questão que nos parece crucial é que as IGs não podem existir a partir de sua concessão, ou seja, há que se ter um território sólido com forte capital social, capaz de fazer frente ao renome da região. Não se pode centrar no produto, mas da interconexão deste com um território, a partir de atores e agentes sociais.

A exemplo do caso do Vale dos Vinhedos, com a valorização e divulgação da região, questões relacionadas ao turismo podem passar a cumprir um papel fundamental no desenvolvimento e no processo de (re)territorialização.

Ao mesmo passo que percebemos que o Brasil experimenta um processo mais lento, tendo em vista o uso desta estratégia de diferenciação em outros contextos para além da América Latina, nota-se ainda certo grau de incerteza quanto ao estatuto que assumirá as IGs no Brasil, isto porque o quadro normativo encontra-se em rediscussão e parece ter que adequar-se aos objetivos que assumirá, comportando, até certo ponto, as decisões tomadas em relação às atuais IGs.

Espera-se que ao ser reestabelecido e consolidado este quadro normativo seja possível ter claro as atribuições e responsabilidades que cada organização implicada terá. Assim sendo, prevê-se que o atual contexto de disputa de competências entre as instituições públicas e privadas será desconstruído, tornando os processos amplamente reconhecidos.

4. CONCLUSÃO

Do presente estudo evidencia-se que a temática das IGs desembarcou no Brasil mais tardiamente, na esteira dos processos experimentados na Europa, tendo nos últimos dois anos apresentado um grande crescimento, prospectando um crescimento equivalente, tendo em vista os pedidos publicados e novos depósitos.

Outro ponto que nos indica a ascensão das IGs brasileiras é o forte trabalho de identificação de potencialidades e fomento de novos projetos de IGs, a partir de algumas instituições que estão atuando neste campo (Embrapa, SEBRAE, INPI, MAPA, etc.). Por exemplo, cita-se o projeto da IP Vinhos da Campanha Gaúcha, que vem sendo gestado a partir de um arranjo de atores locais e agentes de pesquisa e desenvolvimento.

Este quadro crescente instiga muitas indagações acerca de como estas iniciativas vêm sendo implementadas e desenvolvidas, de se contribuem, ou não, para o desencadeamento de uma “cadeia de valor”, fortalecendo o tecido social e produtivo para além do objetivo estrito de agregar valor a uma “cadeia de produto”.

Do mesmo modo como se entende que o atual cenário de evolução desde ser tomado com cautela, compreende-se que este pode representar um importante marco de referência para pensar em novas estratégias de desenvolvimento para diversas regiões.

5. REFERÊNCIAS

- NIEDERLE, Paulo André. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França**. 2011. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro. 2011.
- SACCO DOS ANJOS, Flávio; CALDAS, Nádia Velleda. Indicações Geográficas, desarrollo e identidade territorial: El caso de Vale dos Vinhedos en el sur de Brasil. **Agricultura Familiar em España 2010**, España, v. 1, p. 207 - 214, 2010.