

## GEOGRAPHICAL INDICATION IN THE RECONCAVO IDENTITY TERRITORY: POSSIBILITY AND PERSPECTIVE

## INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO TERRITÓRIO DE IDENTIDADE RECÔNCAVO: POSSIBILIDADE E PERSPECTIVA

Valdir Silva da Conceição<sup>1</sup>; Giovanna Martins Sampaio<sup>2</sup>; Hermes Oliveira Gomes<sup>3</sup>; João Antonio Belmino dos Santos<sup>4</sup>; Maria Emilia Camargo<sup>5</sup>; Angela Machado Rocha<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – PPGPI  
 Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristovão/SE – Brasil - valdirconceicao@gmail.com

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – PPGPI  
 Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristovão/SE – Brasil - giovanna.martins@ufba.br

<sup>3</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – PPGPI  
 Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristovão/SE – Brasil - hermesk25@hotmail.com

<sup>4</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – PPGPI  
 Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristovão/SE – Brasil - santosjabpb@gmail.com

<sup>5</sup>Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual – PPGPI  
 Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristovão/SE – Brasil - mariaemiliappga@gmail.com

<sup>6</sup>Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência da Tecnologia para a Inovação – PROFNIT - Universidade Federal da Bahia – UFBA – Salvador/BA – Brasil - anmach@gmail.com

### Resumo

*O objetivo do presente trabalho é identificar e apresentar as características inerentes a alguns produtos do Território de Identidade Recôncavo e o seu potencial para reconhecimento como Indicação Geográfica (IG). A metodologia utilizada foi de natureza qualitativa descritiva, baseado em produções científicas sobre o tema. Os produtos selecionados no território possuem tradição, saber-fazer, aspectos culturais, notoriedade e/ou qualidade intrínseca, portanto com potencial para requerer o registro como IG, conforme requisitos da Lei nº 9.279/96. O benefício gerado pelo registro é a valorização do produto, proteção ao produto, evitando o uso indiscriminado da denominação por produtores fora da área de abrangência, promoção do desenvolvimento socioeconômico local e das cidades circunvizinhas, preservação da cultura, tradição e saber-fazer entre outras vantagens decorrentes deste reconhecimento para o território. É necessário um maior engajamento dos atores envolvidos para a obtenção do registro perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial.*

**Palavras-chave:** Desenvolvimento regional; Baía de Todos os Santos; Notoriedade.

### Abstract

*The objective of this work is to identify and present the characteristics inherent to some products of the Recôncavo Identity Territory and their potential for recognition as a Geographical Indication (GI). The methodology used was of a descriptive qualitative nature, based on scientific productions on the subject. The products selected in the territory have tradition, know-how, cultural aspects,*

*notoriety and/or intrinsic quality, therefore with the potential to require registration as a GI, in accordance with the requirements of Law No. 9,279/96. The benefit generated by registration is product appreciation, product protection, avoiding the indiscriminate use of the name by producers outside the coverage area, promotion of local socioeconomic development and surrounding cities, preservation of culture, tradition, and know-how, among others. advantages resulting from this recognition for the territory. A greater engagement of the actors involved is necessary to obtain registration with the National Institute of Industrial Property.*

**Keywords:** Regional development; Baía de Todos os Santos; Notoriety.

## 1. Introdução

O mercado globalizado tende a contribuir para a comoditização dos bens e serviços, tornando-os homogêneos e padronizados, e essa condição facilita sua penetração no mercado (CASTRO; FILGUEIRAS, 2018; BASSO, 2020). Os avanços tecnológicos tendem a modificar os comportamentos, impactando a identidade e a cultura de um determinado lugar ou região, o que contribui para o aumento de estudos voltados para a compreensão desse fenômeno. O saber-fazer diz respeito ao conhecimento e à tradição para gerar um produto ou serviço e que é passado de uma geração para a posterior, o que aflora o sentimento de pertencimento (HALL, 2015; CONCEIÇÃO; ROCHA; MOURA FILHO, 2019).

Em 2021, as exportações brasileiras foram de US\$ 280,4 bilhões (BRASIL, 2022) e o reconhecimento de produtos como Indicação Geográfica (IG) tende a aumentar as exportações, principalmente de produtos agroalimentares, vinhos, bebidas espirituosas, artesanato e outras tipologias, como ocorre geralmente com os produtos da União Europeia, portanto, pode ser um fator que contribuirá para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e para a promoção do desenvolvimento econômico.

O empreendedorismo vem ganhando destaque como uma ferramenta capaz de solucionar a pobreza nos países em desenvolvimento, por isso suscita discussões no meio acadêmico, principalmente entre os jovens, que tendem a correr mais risco pelo novo, são visionários, transformadores e motivados (NAMINSE; ZHUANG, 2018). O empreendedorismo agrícola identifica novas oportunidades nas diversas atividades da cadeia produtiva do meio rural, atraindo novos empreendedores com visão para vislumbrar essas oportunidades para investir nesse segmento, que é estimulado por meio de programas voltados à agricultura familiar, principalmente com apoio financeiro fornecido pelos entes públicos e voltado para as mudanças na qualidade dos processos, desenvolvimento de competências empreendedoras e implementação de novos negócios (SILVA, 2019).

A agricultura familiar é a principal responsável pela produção de alimentos disponíveis no Brasil. São compostos por pequenos produtores rurais, comunidade tradicional, assentados, entre outros. Para a produção de um bem na atividade familiar, a mão de obra usada é normalmente composta por elementos que possuem algum tipo de parentesco. Geralmente é estigmatizada como um setor produtivo atrasado, que não envolve altas tecnologias, tem pouca capacidade de investimento e baixa escala de produção, cujos produtos são em sua maioria destinados ao mercado local. Os métodos produtivos são tradicionais e transmitidos oralmente às gerações posteriores, mantendo a tradição e o saber-fazer característicos de um determinado segmento (ALMEIDA; CRUZ, 2023; SILVA et al., 2023).

Para que os pequenos produtores obtenham vantagens financeiras e se imponham em relação aos grandes conglomerados, uma das formas utilizadas é a união dos produtores e a diferenciação do seu produto. Existem elementos que diferenciam os produtos como a marca e a embalagem que formam uma indicação para o consumidor, ligando-o ao seu imaginário, constituindo-se em um instrumento para fidelizar (LO; TUNG; HUANG, 2017; BASSO, 2020).

O conhecimento tradicional contribui para a produção de produtos ou serviços, tangíveis ou intangíveis, fazendo parte do patrimônio cultural de uma comunidade, sociedade ou nação, portanto, deve ser preservado para que as gerações futuras possam desfrutar e aprender sobre as técnicas utilizadas pelos ancestrais. E uma das formas de preservação é por meio do registro como uma IG (BRUCH, 2011; SOUZA et al., 2013).

Para evitar a apropriação dos conhecimentos, saberes e produtos tradicionais por terceiros, que não pertençam ao território de abrangência ou não estejam ligados à história e à identidade nacional, os países recorrem à sua proteção jurídica para evitar o seu desaparecimento ou privatização. Esse tema vem ganhando notoriedade e relevância na agenda econômica, política, jurídica, cultural e social à nível internacional (SANTILLI, 2015; CAVALCANTE, 2021; VALÉRIO, 2022).

No Brasil, a produção agrícola continua a ser um dos principais pilares econômicos, transformando-o em um importante fornecedor de alimentos para o mundo, tornando-se, em 2020, o quarto maior exportador mundial de produtos agropecuários, com negócios de aproximadamente USD 100,7 bilhões (CNA, 2022). O agronegócio, em 2022, participou com cerca de 24,8% do Produto Interno Bruto – PIB (CEPEA, 2023). Devido à sua estrutura geográfica, possui diversos produtos e serviços notórios em seu território, com potencial para serem reconhecidos como IG de acordo com as recomendações da Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/96. O país é rico em diversidade, tradição, cultura, valores e identidade, em parte decorrente da miscigenação de seu povo. Também possui muitos atrativos, riquezas naturais e uma população criativa.

A IG é um signo distintivo de reconhecimento da qualidade intrínseca de um produto ou serviço, que diferencia em relação aos similares, seja por interferência humana ou por fatores naturais como solo, clima e relevo. Também pode ser por se tornar conhecido e afamado por suas características (BRASIL, 1996; WTO, 2005; PAGLIACCI; SALPINA, 2023).

Nos países em desenvolvimento a IG ainda é incipiente, mas deveria ser mais difundida e cultuada devido à reputação de seus produtos, ao diferencial característico em relação aos similares, à sua rica diversidade cultural, tradição, ecossistema e características edafoclimáticas, principalmente no setor agroalimentar.

A notoriedade de um lugar ou território pode ser percebido por meio da produção de um bem diferenciado, com características inerentes ao seu local de origem, formando uma identidade própria com dimensão territorial e cultural, o que gera seu reconhecimento pelos usuários (SILVA; DE CASTRO, 2022).

O território é um fator gerador de raiz e identidade de uma comunidade inserida nesse local, diretamente ligada aos atributos adquiridos no espaço territorial, não havendo dissociação entre eles. É um elemento gerador de recursos naturais e materiais, servindo como local de abrigo e proteção para a comunidade (SANTOS, 2011; HAESBAERT, 2012; CONCEIÇÃO; ROCHA; MOURA FILHO, 2019).

O território de identidade é uma unidade configurada para facilitar o planejamento e a construção de políticas públicas voltadas para a resolução de problemas que afetam um determinado segmento populacional que possui características comuns, além de ampliar a visibilidade dos problemas e reduzir as desigualdades socioeconômicas e territoriais. Devido à extensão territorial da Bahia, um estado brasileiro que fica na Região Nordeste, ela foi dividida em 27 Territórios de Identidade (BAHIA, 2016; CONCEIÇÃO et al., 2020).

O Território de Identidade Recôncavo caracteriza-se pela ampla diversidade econômica e cultural, rico patrimônio histórico, intensa atividade religiosa de matriz africana e belezas naturais. Suas principais atividades econômicas são: produção de produtos petroquímicos e extração de petróleo, além da produção de fumo, cana-de-açúcar, sisal, mandioca, feijão e outros gêneros alimentícios. Seu principal bioma é a Mata Atlântica. É uma região que se destacou na consolidação da independência do país. É formado por 19 municípios, margeia a Baía de Todos os Santos, tem como principal rio o Paraguaçu, com uma área de 5,2 mil km<sup>2</sup> e clima tropical. O município mais populoso é Santo Antônio de Jesus (BAHIA, 2016).

O principal objetivo do trabalho é identificar e apresentar as características de alguns produtos do referido território e o seu potencial para reconhecimento como uma IG.

## 2. Metodologia

O estudo da importância da IG continua sendo um tema crescente, principalmente nas instituições de ensino superior, uma vez que está ocorrendo um boom de reconhecimento por parte do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e os produtores cada vez mais tomam conhecimento de sua importância e o seu uso como uma ferramenta para se inserir no mercado nacional e internacional. A Bahia, com o seu vasto território, ainda possui poucos registros quando se compara com outros estados da federação e pela sua cultura e tradição na produção de determinado bem. A Figura 1 apresenta o mapa com o quantitativo de IG por estado, sem levar em consideração as repartidas entre eles.

Figura 1 - Quantitativo de IG por estado



Fonte: Autoria própria baseado no INPI (2023)

O presente trabalho foi estruturado para operacionalizar o objetivo principal, utilizando uma abordagem qualitativa descritiva, baseada em pesquisas bibliográficas acerca do tema e o potencial do registro como uma IG, utilizando fontes primárias e secundárias, com o objetivo de gerar uma melhor compreensão nos seus diversos aspectos (GIL, 2022).

A pesquisa tem caráter exploratório, pois visa proporcionar uma melhor familiaridade com o tema para torná-lo explícito e colaborar para o seu aperfeiçoamento, permitindo um melhor entendimento acerca do problema pesquisado (GIL, 2022).

Optou-se pela abordagem qualitativa para permitir um aprofundamento do tema, visando a compreensão do fenômeno envolvido, partindo do pressuposto de um modelo único, em decorrência da sua especificidade própria (GIL, 2022). A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica, abordando os temas relacionados a IG, os produtos potenciais da região que foram objetos de estudo e se enquadram nas exigências legais e normativas para a requisição do registro como uma IG,

limitando-se inicialmente somente a quatro produtos, apesar de existirem outros na região estudada e que ficarão para um estudo futuro.

A coleta de dados foi feita consultando à legislação vigente, literatura acadêmica disponível em meios físicos e virtuais em sites confiáveis e institucionais. A pesquisa limita-se ao Território de Identidade Recôncavo e aos principais produtos notórios do local.

### **3. Indicação Geográfica (IG)**

A IG está incluída no escopo da proteção da propriedade intelectual e definida pelo Acordo *Agreement of Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights / Aspectos do Direito de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (Trips/Adpic)* na seção 3, artigo 22, como “indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou de uma região ou localidade desse território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuível à sua origem geográfica” (TRIPS, 2004, art. 22; WTO, 2005).

A IG é um sinal distintivo que serve para designar um serviço ou produto originário de um determinado local, região ou país com determinada característica, reputação ou qualidade que pode ser expressamente vinculada à sua origem (PAGLIACCE; SALPINA, 2023). A regulamentação dos direitos e obrigações está na Lei nº 9.279/96, artigos 172 a 182, que conceitua a IG, classificando-a em duas espécies: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A IP refere-se ao nome geográfico que se tornou conhecido como um centro de extração, fabricação ou produção de um determinado produto ou prestação de serviço. Por sua vez, a DO é o nome geográfico do território que designa um produto ou serviço, cujas características ou qualidades podem ser atribuídas ao meio geográfico, incluindo fatores naturais ou humanos (BRASIL, 1996). O órgão responsável pelo registro é o INPI.

São vários os benefícios do registro a curto e longo prazo para os detentores da IG, tais como: proteção contra a concorrência desleal, agregação de valor, união e organização dos produtores, normalização e padronização do produto, valorização do patrimônio cultural, preservação do patrimônio material e imaterial, crescimento do turismo, aumento das oportunidades de emprego e conseqüentemente renda, reconhecimento pelo usuário da qualidade do produto e a sua procedência (MAPA, 2014; SILVA, 2014; REIS, 2015). O registro de uma IG também pode servir como ferramenta para auxiliar na elaboração de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento da economia local, estabelecendo dinâmicas de desenvolvimento rural, com redução da pobreza em diferentes regiões, aumento das chances de exportação e abertura das portas para a inserção dos produtos brasileiros no mercado externo.

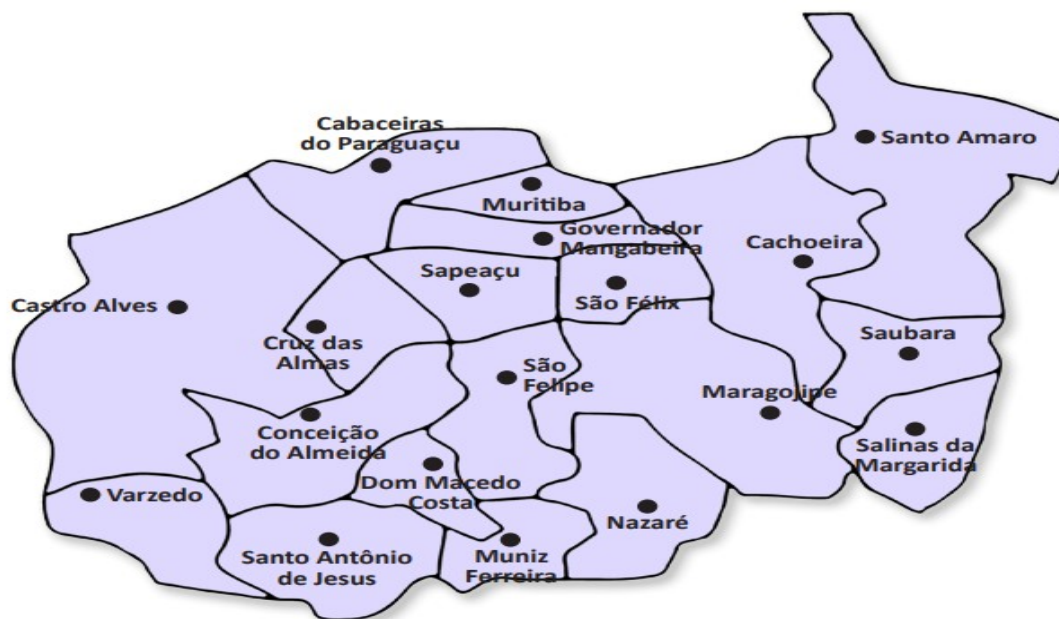
Na execução do processo de reconhecimento de um produto ou serviço como IG, existem algumas etapas como a reunião dos produtores em um órgão representativo, estabelecimento de padrões de qualidade e procedimentos para a produção do bem, criação de um caderno de especificações técnicas com os direitos e deveres dos aderentes à IG.

#### 4. Território de Identidade Recôncavo

O Recôncavo destaca-se na história por seu protagonismo nas lutas da sua população pela independência da Bahia contra o domínio português em 1823. A região possui diversos bens tombados como patrimônio material e imaterial, além do conjunto arquitetônico e paisagístico (BAHIA, 2016).

O Território de Identidade Recôncavo é formado por 19 municípios: Cabaceiras do Paraguaçu, Cachoeira, Castro Alves, Conceição do Almeida, Cruz das Almas, Don Macedo Costa, Governador Mangabeira, Maragogipe, Muniz Ferreira, Muritiba, Nazaré, Salinas das Margaridas, Santo Amaro, Santo Antônio de Jesus, São Felipe, São Felix, Sapeaçu, Saubara e Varzedo. Ocupa uma área de 4.570 km<sup>2</sup>, caracteriza-se pelo clima tropical, margeia a Baía de Todos os Santos, tendo como principal rio o Paraguaçu, possui um rico patrimônio histórico e cultural, belezas naturais e intensa atividade religiosa de matriz africana. Possui 32 aglomerados de comunidade quilombola e 34 de pescadores artesanais com destaque para Maragogipe e Santo Amaro (BAHIA, 2016). A Figura 2 mostra o mapa do território.

Figura 2: Mapa do Território de Identidade Recôncavo



Fonte: Bahia (2016)

As principais atividades econômicas são o cultivo da cana-de-açúcar, mandioca, dendê, coco, avicultura e bovinocultura.

## 5. Potenciais IG do Território de Identidade Recôncavo

Os produtos selecionados para o estudo foram licor, renda de bilro, farinha de copioba e carne de fumeiro como pode ser observado na Figura 3 e que serão descritos posteriormente.

Figura 3: Produtos selecionados do Território de Identidade Recôncavo



Fonte: Internet (2023)

### 5.1. Licor de Cachoeira

Cachoeira é uma cidade cultural e histórica que encanta quem a visita, sendo protagonista na luta pela independência do Brasil. Foi pioneira na espetacularização das festas juninas e na profusão de outras festas religiosas ou não. O setor de serviço tem a maior participação no PIB, tendo como base o turismo (MARTINS; MARTINS, 2020).

O licor é uma bebida alcoólica, adocicada e aromatizada que penetra em todos os estratos sociais. Inicialmente era fabricada artesanalmente por pequenos produtores que usavam o jenipapo como matéria-prima por ser uma fruta abundante nos quintais e florescia no período junino. Posteriormente foram introduzidas outras frutas regionais e novos ingredientes. É uma herança dos ancestrais. É uma bebida importante para a cultura nordestina na comemoração das festas juninas, contribuindo para movimentar a economia local. Foi introduzida no Brasil pelos colonizadores portugueses, mas os nativos indígenas já produziam uma bebida similar chamada de “cachimbo”, que era feita à base de álcool, polpa de fruta temporal e mel (MORAES, 2018; SILVA et al., 2021).

O saber-fazer na produção do licor é passado de geração em geração oralmente. Sua fabricação em maior escala ocorre nos meses antecedentes ao São João. A cidade de Cachoeira é notória pela fabricação do licor, inclusive no período junino ocorre a sua falsificação e rotulagem de produtos feitos em outros locais como se fosse oriundo de Cachoeira. O Festival do Licor é um evento que visa divulgar a bebida, gerando com essa ação o reconhecimento do local como produtor e a sua notoriedade (MARTINS; MARTINS, 2020).



A notoriedade do licor já foi veiculada em diversos meios de comunicação como o G1, que destacou a fama nacional da bebida produzida em Cachoeira, a tradição, o aumento do consumo no período junino, onde diversos atrativos se destacam para impulsionar o turismo. A fabricação artesanal é geralmente realizada em residências locais, que utilizam familiares como mão de obra.

O licor pode ser comercializado no atacado e no varejo, além de serem colocadas nas gôndolas dos mercados locais e nas grandes redes varejistas.

## 5.2. Renda de bilro de Saubara

Saubara fica a 108 km de Salvador. As principais atividades econômicas são a mariscagem, e a pesca. As rendeiras fazem parte do patrimônio material e imaterial do município.

O artesanato é uma arte secular que se relaciona com a história e a vivência humana desde o início dos tempos, onde todos os objetos necessários ao seu sustento eram produzidos manualmente. É uma atividade laboral que costuma gerar ganho financeiro. Essa arte demonstra a riqueza, diversidade, identidade, cultura e tradição de um lugar, que no Brasil é resultado da miscigenação de seu povo, tornando o país culturalmente rico, criativo e geralmente está relacionado à história dos indígenas que pintavam seu corpo, desenhavam nas rochas e decoravam os seus objetos de uso cotidiano (CONCEIÇÃO; ROCHA, 2018; CAMARGO, 2021).

A renda de bilro é uma atividade milenar que foi introduzida no Brasil pelos colonizadores portugueses e consiste em entrelaçar os fios de linha com bilros, a partir de um papelão fixado numa almofada por meio de alfinetes, formando desenhos variados. Geralmente é feito por mulheres, cujos maridos estavam ligados ao mar, exigindo criatividade, destreza e habilidades de quem a produz. O saber-fazer é passado no seio familiar entre gerações (CONCEIÇÃO; ROCHA, 2018; CAMARGO, 2021).

Os materiais para a confecção das peças variam conforme o local e a cultura. Em Saubara, as almofadas são cilíndricas, com dimensões variando entre 40 e 70 cm de comprimento, o que vai determinar o tamanho da peça e o número de pessoas envolvidas na sua confecção. O preenchimento da almofada é feito com folhas de bananeiras. O saco utilizado para armazenagem de cebola é o utilizado para o enchimento da almofada, que é costurado com cordão grosso e o pano da cobertura é de chita. A confecção do bilro usa paparaíba para a canela e semente de buriti para a cabeça. A linha é 100% algodão. São utilizados mais de 100 pontos, resultando nas mais diversas tramas, cuja abertura é maior do que as similares produzidas em outros municípios brasileiros (CONCEIÇÃO; ROCHA, 2018).

Para a divulgação e comercialização do produto, foi criada uma associação que reúne todas as rendeiras de Saubara. Já foram contempladas duas vezes como Top 100 do Artesanato, prêmio

concedido as unidades produtoras de artesanato mais competitivas do Brasil. A renda já foi comercializada na Itália, Portugal e Estados Unidos. A notoriedade é que já foram divulgadas em diversos meios de comunicação e são sempre convidadas a participar em feiras nacionais e internacionais (CONCEIÇÃO; ROCHA, 2018).

### **5.3. Farinha de copioba de Nazaré**

Nazaré está localizada no centro sul do Recôncavo Baiano e dista 78 km de Salvador por via marítima. A principal atividade econômica é a agricultura, destacando-se a produção de farinha de mandioca. Outras atividades econômicas são a pesca artesanal, produção de azeite de dendê, cachaça de alambique e cerâmica (DRUZIAN et al., 2012).

A mandioca é um alimento herdado da cultura indígena e serve como matéria-prima para a fabricação da farinha. A farinha de copioba é produzida no Vale da Copioba, que corta o município de Nazaré, ganhou destaque e notoriedade nacional devido a sua produção em unidades artesanais, com a utilização de mão de obra familiar, tendo como diferencial uma granulação fina, cor amarelada e textura crocante, destacando-se o município de Nazaré. A maior parte da produção vem de pequenos produtores, comunidade rural e da agricultura familiar, sem aditivos químicos, seguindo as etapas tradicionais aprendidas com as gerações anteriores. A farinha produzida neste local possui alta qualidade e grande aceitação no mercado. O seu processamento é fundamental para a determinação das suas características sensoriais. A variedade da mandioca, o relevo e o clima também influenciam nas características do produto (DRUZIAN et al., 2012; REZENDE et al., 2017; DA SILVA, 2017; BRANCO et al., 2022).

O município de Nazaré é reconhecido como um grande centro produtor da farinha de qualidade, possui uma entidade representativa, sendo este um dos requisitos para o reconhecimento como IG.

### **5.4. Carne de fumeiro de Maragogipe**

Maragogipe dista 134 km de Salvador. É uma cidade histórica fundada no ciclo da cana-de-açúcar e que deu grande contribuição para a consolidação da independência do Brasil. A economia baseia-se no setor agropecuário, além de atividades pesqueiras e de mariscagem (PINHEIRO, 2009).

A carne de fumeiro é um produto da culinária baiana, típica e preparada no Recôncavo Baiano, no município de Maragogipe, onde a carne de porco é defumada artesanalmente em moquém (defumação a lenha). O objetivo dessa técnica é desidratar a carne, cobrindo-a com um

revestimento, a fim de conservá-la por muito tempo. É uma técnica oriunda dos nativos indígenas brasileiros, que expõe a carne a fumaça da madeira específica para esse fim. O sabor é inigualável, com textura diferenciada. Sua produção é realizada por pequenos produtores (PINHEIRO, 2009; VON BECKERATH, 2021).

Seu reconhecimento é nacional e a originária de Maragogipe é considerada como uma das melhores. A técnica é passada através de gerações, tem tradição, existe uma associação representativa dos produtores, já foi divulgada nos meios de comunicação, inclusive foi representada no reality Mestre do Sabor, o que demonstra em parte a sua notoriedade.

## 6. Análise da IG

A pesquisa foi realizada em alguns produtos notórios e relevantes do Recôncavo Baiano, que possui 19 municípios localizados no entorno da Baía de Todos os Santos. A principal atividade econômica da região é a agricultura, portanto, devido ao seu relevo, clima e solo, alguns produtos são diferenciados e possuem atributos que podem ser característicos da região ou município, o que potencializa seu reconhecimento como IG.

A fabricação do licor ocorre em vários municípios baianos, mas no Recôncavo a sua produção ocorre em Cachoeira, Conceição do Almeida, Cruz das Almas, Maragogipe, Muniz Ferreira, Muritiba, Nazaré, São Felipe, São Felix e Varzedo, porém em termos de notoriedade destaca-se nesse grupo o município de Cachoeira, inclusive outros produtores comercializam o produto como oriundo do município devido a sua aceitação e notoriedade no mercado.

A produção da renda de bilro é feita em vários municípios brasileiros e baianos e no Recôncavo Baiano ocorre nas cidades de Nazaré, Salinas das Margaridas, Santo Antônio de Jesus e Saubara, porém a notoriedade na fabricação das peças é da cidade de Saubara, que é reconhecida no exterior, já mostrou acessórios femininos em desfiles de moda em São Paulo, já foi convidada para participar em feiras e exposições em universidades dos Estados Unidos.

A farinha de copioba é um produto feito coletivamente pelas comunidades rurais. A produção ocorre principalmente nos municípios de Maragogipe, Nazaré, São Felipe e Santo Antônio de Jesus, a comercialização é feita em feiras livres e a notoriedade e tradição no seu processo produtivo é de Nazaré, que inclusive já foi denominada anteriormente de Nazaré das Farinhas. Alguns produtores de farinha passaram a utilizar essa nomenclatura para comercializar e classificar o seu produto como de qualidade. Atualmente Nazaré é o 15º produtor de farinha, porém a sua fama ultrapassa fronteiras.

A carne de fumeiro faz parte da gastronomia e tradição nordestina, sendo um produto característico do Recôncavo, produzido nas cidades de Castro Alves, Cruz das Almas, Governador

Mangabeira e Maragogipe, sendo esse último o que possui maior notoriedade, utilizando no seu processo produtivo a variedade suína landastro, cuja alimentação é baseada no milho.

Os dados coletados em relação aos produtos anteriormente descritos demonstram o atendimento aos requisitos para o reconhecimento como IG, conforme pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1 – Requisitos identificados para o reconhecimento como IG

Produto	Delimitação da área de IG									Diferenciação do produto		Índice potencial IG (%)
	Fatores humanos				Fatores naturais					Notoriedade	%	
	Saber-fazer	Tradição	Tipicidade	%	Clima	Relevo	Vegetação	Solo	%			
Carne de fumeiro	Sim	Sim	Sim	100	Não	Não	Sim	Não	25	Sim	100	75
Renda de bilro	Sim	Sim	Sim	100	Não	Não	Não	Não	0	Sim	100	67
Licor	Sim	Sim	Sim	100	Não	Não	Não	Não	0	Sim	100	67
Farinha de copioaba	Sim	Sim	Sim	100	Sim	Sim	Sim	Sim	100	Sim	100	100

Fonte: Adaptado de Rezende et al (2015)

Ressalta-se que os produtos têm tradição, com o conhecimento repassado de geração em geração, saber-fazer que deve ser preservado e são típicos do seu local de procedência, para além de serem notórios como o local produtor do bem, além de serem reconhecidos pelos usuários.

## 7. Conclusão

O Território de Identidade Recôncavo demonstra uma variedade de produtos bastante conhecidos e com enorme capacidade de serem reconhecidos como uma IG, o que resultaria na melhora do desenvolvimento da economia local, uniria produtores em um objetivo comum, além de ter a capacidade de alavancar a economia e o turismo.

Os produtos pesquisados possuem notoriedade e o reconhecimento como IG os protegerá contra falsificações e o uso da denominação por outros produtores de outras localidades, além de agregar valor ao produto, melhorar a situação econômica dos atores envolvidos, fortalecer o setor entre outros benefícios.

Como todos os produtos são notórios, o pedido a ser feito pelos órgãos representativos do produto será a Indicação de Procedência.

Existem outros produtos com potencial de reconhecimento pela sua notoriedade nos municípios do referido território e que serão estudados posteriormente.

Há necessidade de realização de uma pesquisa quantitativa e uso da metodologia do Sebrae para entrevistar os atores envolvidos, como os produtores e os integrantes da cadeia produtiva, a fim de fazer um diagnóstico mais eficaz sobre o potencial de reconhecimento como IG

## Referências

- ALMEIDA, P. N. A.; CRUZ, M. N. Importância da agricultura familiar na agropecuária baiana: uma análise de regressão múltipla variada. **Revista Gestão e Secretariado GeSec**, v. 14, n. 3, p. 2912-2937, 2023.
- BAHIA. Secretaria de Planejamento – SEPLAN. **Plano territorial de desenvolvimento sustentável e solidário – PTDSS**. 2016. Disponível em: [https://sei.ba.gov.br/images/publicacoes/download/perfil\\_dos\\_territorios/territorio\\_identidade\\_vol02.pdf](https://sei.ba.gov.br/images/publicacoes/download/perfil_dos_territorios/territorio_identidade_vol02.pdf). Acesso em: 30 jun. 2020.
- BASSO, M. **As indicações geográficas e o processo de comoditização da economia internacional**. São Paulo: Nelson Wilians Advogados. 2020. Disponível em: <https://www.nwadv.com.br/as-indicacoes-geograficas-e-o-processo-de-comoditizacao-da-economia-internacional>. Acesso em: 1 fev. 2023.
- BRANCO, N. P. N. C. S. Et al. Défis de la délimitation territoriale dans l'enregistrement de l'indication géographique: le cas de la farine de manioc Copioba. In: **Worldwide Perspectives on Geographical Indications**. 2022.
- 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: 20 jan. 2023.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II**. Luiz Otávio Pimentel (Org.). 4 ed. Florianópolis: MAPA FUNJAB, 2014, 415 p.
- BRASIL. Ministério da Economia. **Balança comercial: comércio exterior brasileiro bate recorde de corrente, superávit e exportações em 2021**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/janeiro/comercio-exterior-brasileiro-bate-recorde-de-corrente-superavit-e-exportacoes-em-2021>. Acesso em: 25 fev. 2023.
- BRUCH, K. L. **Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícola**. 2011. 277 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- CAMARGO, E. S. **Entre pontos e fuxicos, colo, e bordo o que acredito: o artesanato na cidade de Cruz das Almas-Ba**. 2021. 51 f. Monografia (Bacharelado em Artes Visuais) – Universidade Federal do Recôncavo Baiano, Cachoeira, 2021.
- CASTRO, A. C.; FILGUEIRAS, F. (Ed). **The state in the 21st century**. Brasília: ENAP, 2018.
- CAVALCANTE, C. B. **Gestão compartilhada do patrimônio cultural: o registro e a salvaguarda das bonecas de cerâmica Karajá**. 2021. 242 f. Dissertação (mestrado em Direitos Humanos) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021.
- CENTRO DE ESTUDOS AVANÇADOS EM ECONOMIA APLICADA – CEPEA. PIB do agronegócio brasileiro. 2023. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>. Acesso em: 30 ago. 2023.
- CONCEIÇÃO, V. S.; ROCHA, A. M.; MOURA FILHO, S. L. Saubara: território e identidade. In: International Sodebras Congress, 40, v. 14, n. 159, 2019.

- CONCEIÇÃO, V. S. Et al. Território de Identidade Costa do Descobrimento: análise do índice de bem-estar urbano (IBEU). **Rev. MBOTE**, v. 1, n. 2, p. 074-096, 2020.
- CONCEIÇÃO, V. S.; ROCHA, A. M. Indicação geográfica para a renda de bilro: preservação da ancestralidade, valorização do patrimônio e proteção da propriedade intelectual de Saubara. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 2, n. 3, p. 116-126, 2018.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA – CNA. Panorama do agro. 2021. Disponível em: <https://cnabrasil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 30 ago. 2023.
- DA SILVA, I. R. C. Et al. Food safety in cassava “flour houses” pf Copioba Valley, Bahia, Brazil: diagnosis and contribution to geographical indication. **Food Control**, v. 72, p. 97-104, 2017.
- DRUZIAN, J. I. et al. Qualidade, identidade e notoriedade da farinha de mandioca de Nazaré das Farinhas-BA: uma contribuição à indicação geográfica. **Cadernos de Prospecção**, v. 5, n. 2, p. 104, 2012.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2022.
- HAESBAERT, R. **Territórios alternativos**. 3. ed. Niterói, RJ: São Paulo, SP: Contexto; EDUFF, 2012. 186 p.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro, RJ: Lamparina, 2015. 52 p
- LO, S. C.; TUNG, J. HUAN, K. P. Customer perception and preference on product packaging. **The International Journal of Organizational Innovation**, v. 9, n. 3, p. 3- 15, jan. 2017
- MARTINS, S. R. O.; MARTINS, W. R. M. O. Festas e desenvolvimento local em Cachoeira, Bahia. **Interações (Campo Grande)**, v. 21, p. 701-719, 2020.
- MORAES, C. E. S. **Desenvolvimento e análise de licor de amora com gengibre, elaborado a partir de cachaça artesanal do Oeste da Bahia**. 2018. 67 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Engenharia de Alimentos) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, Barreiras, 2018.
- NAMINSE, E. Y.; ZHUANG, J. Does farmer entrepreneurship alleviate rural poverty in China? Evidence from Guangxi Province. **PloS one**, v. 13, n. 3, p. e0194912, 2018.
- PAGLIACCI, F.; SALPINA, D. **Territorial hotspots of exposure to climate disaster risk**. The case of agri-food geographical indications in the Veneto Region. *Land Use policy*, v. 123, 2022.
- PINHEIRO, J. P. S. A territorialização do desenvolvimento a partir do turismo: a experiência. 2009. 209 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento territorial e Desenvolvimento Social) – Universidade Católica do Salvador, Salvador, 2019.
- REIS, L. L. de M. **Indicação Geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades**. 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2015.
- REZENDE, A. A. et al. Indicação Geográfica: uma via para o crescimento econômico para Nazaré das Farinhas e Maragogipinho, Bahia. **Revista Paranaense de Desenvolvimento-RPD**, v. 38, n. 132, p. 55-76, 2017.
- REZENDE, A. A. et al. Contribuições para a indicação geográfica (IG): considerações sobre Buerarema – Ba como uma potencial (IG) para farinha de mandioca. **Cad. Prospec.** Salvador, v. 8, n. 4, p. 815-824, out./dez. 2015
- SANTILLI, J. **Socioambientalismo e novos direitos:-Proteção jurídica à diversidade biológica e cultural**. São Paulo: Editora Peirópolis, 2005.

- SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- SILVA, A. R. P. da. **Indicações geográficas e estratégia territorial competitiva: estudo comparado Brasil x Espanha**. 2014. 193 f. Tese (Doutorado em Economia) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2014.
- SILVA, E. M. L. **Empreendedorismo sustentável: diagnóstico da agricultura familiar orgânica no município de Cajazeiras/PB**. 2019. Dissertação (Mestrado em Sistemas Agroindustriais) – Universidade Federal de Campina Grande, Pombal – PB, 2019.
- SILVA, E. et al. **Licores de frutas: importância, riquezas e símbolos para a região nordeste do Brasil**. **ENCICLOPEDIA BIOSFERA**, v. 18, n. 35, 2021.
- SILVA, P. J; DE CASTRO, J. R. B. **Indicações geográficas baianas e as diferenças marcadas**. **REVISTA GEOGRAFAR**, v. 17, n. 1, p. 137-156, 2022.
- SOUZA, L. M. et al. **Produção de cachaça de qualidade**. Piracicaba: ESALQ, 2013.
- VALÉRIO, M. M. **Conhecimentos tradicionais na Amazônia: uma análise da capacidade protetiva das ações normativas e estatais**. 2022. 128 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus (AM), 2022.
- VON BECKERATH, A. S. et al. **The smoked meat of Maragogipe-BA: contributions of qualitative research to geographical indication**. **Revista INGI-Indicação Geográfica e Inovação**, v. 5, n. 1, p. 1115-1130, 2021.
- WORLD TRADE ORGANIZATION - WTO. **Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights as amended by the 2005 protocol amending TRIPS agreement**. 2005. Disponível em: [https://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/trips\\_e.htm#art3](https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/trips_e.htm#art3). Acesso em: 17 dez. 2022.