

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO NORDESTE DO BRASIL GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN THE NORTHEAST OF BRAZIL

Ilka Maria Escalante Bianchini¹; Suzana Leitão Russo²

¹Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil – ilka.bianchini@ifs.edu.br

²Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual- PPGPI
Universidade Federal de Sergipe – UFS – São Cristóvão/SE – Brasil – suzana.ufs@hotmail.com

Resumo

Indicações Geográficas (IGs) são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados. Foram instituídas pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e instituiu duas modalidades de IGs, a Indicação Geográfica de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Uma IG pode produzir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país, sendo um dos primeiros benefícios percebidos é a agregação de valor ao produto ou um aumento de renda ao produtor. De 2000 a 2016 foram concedidas pelo INPI 52 Indicações Geográficas no Brasil, sendo 43 de Indicação de Procedência e 09 de Denominação de Origem. O Nordeste do Brasil mostra índices de crescimento relevantes no setor, um diferencial econômico para uma região reconhecidamente menos favorecida economicamente no país. O objetivo deste trabalho foi fazer um comparativo da região nordeste com o Brasil, em relação à concessão de Indicações Geográficas, bem como um comparativo entre os estados da referida região. Este trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos das principais bases de dados disponíveis, livros e artigos de periódicos.

Palavras-chave: Indicação Geográfica, Benefícios das Indicações Geográficas, Região Nordeste.

Abstract

Geographical Indications (GIs) are institutes of intellectual property applicable to goods and services that are characterized by the place from which they originate. They were instituted by Law No. 9,279 of May 14, 1996, known as the Industrial Property Law, which regulates rights and obligations related to industrial property and instituted two types of GIs, the Geographical Indication of Origin (IP) and the Denomination of Origin (OF). A GI can produce innumerable advantages for the producer, the consumer and the economy of the region and the country, one of the first perceived benefits being the aggregation of value to the product or an increase of income to the producer. From 2000 to 2016 were granted by INPI 52 Geographical Indications in Brazil, 43 of Indication of Origin and 09 of Denomination of Origin. Northeast Brazil shows significant growth rates in the sector, an economic differential for a region that is admittedly economically less favored in the country. The objective of this work was to make a comparison of the northeast region with Brazil, in relation to the concession of Geographical Indications, as well as a comparative between the states of that region. This work was carried out through descriptive and documentary

bibliographic research, developed through contents published in theses, dissertations and scientific articles of the main databases available, books and periodicals articles.

Key-words: Geographical Indication, Benefits of Geographical Indications, Northeast Region.

1 Introdução

Indicações geográficas (IGs) são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados, envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Em outros países como França, Portugal e Itália as indicações geográficas são conhecidas e valorizadas há muito tempo, protegendo diversos produtos tradicionais como vinhos e produtos alimentícios (BIANCHINI et al, 2016, p.).

Segundo a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei da Propriedade Industrial (LPI), que aborda a Propriedade Industrial no Brasil, regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e instituiu duas modalidades de IGs, a Indicação Geográfica de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A Lei coloca que indicação de procedência (IP) se refere ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço e, ainda, que denominação de origem (DO) refere-se ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características sejam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (CERDAN, 2014, p. 39).

Cabe ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI o registro e a concessão de uma indicação geográfica, que se dá com base na resolução nº. 75 do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI), a qual estabelece as condições para esse registro. O registro e suas condições visam evitar a utilização indevida de uma indicação geográfica para determinado produto ou serviço, pois delimita a área geográfica do uso aos produtores e prestadores de serviços da região, buscando manter padrões locais, impedindo que outras pessoas utilizem o nome da região em produtos ou serviços indevidamente, garantindo a proteção do nome geográfico, diferenciando o produto ou serviço no mercado.

O objetivo deste artigo foi fazer um comparativo do número de concessões de Indicação Geográfica da região nordeste com o Brasil, bem como um comparativo entre os estados da região nordeste. Este artigo foi construído a partir de pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos

científicos das principais bases de dados disponíveis, livros e artigos de periódicos. A pesquisa bibliográfica segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007, pg 61), “constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema”. Para os autores a pesquisa descritiva ocorre quando se registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los. Já a pesquisa documental é realizada através de investigação, por meio de documentos, com objetivo de descrever e comparar costumes, comportamentos, diferenças e outras características, tanto da realidade presente como do passado.

2 Indicações Geográficas: Benefícios e Possibilidades

Uma indicação geográfica é uma chancela utilizada em produtos estabelecendo que estes são originários de uma determinada área geográfica, garantindo assim sua origem e legados a ela relacionados, como qualidades, reputação, história. Indicações geográficas podem ser utilizadas para uma multiplicidade de artigos, como produtos agrícolas, artesanato, ou qualquer outro que almeja destacar qualidades específicas, que podem ser encontradas no local de origem do produto, como habilidades manufatureiras peculiares e tradições (CERDAN, 2014).

O local de origem de um produto certificado pode ser uma localidade, uma cidade, uma região ou um país. A indicação geográfica informa ao consumidor que uma mercadoria é produzida em certo lugar e tem certas características que são ligadas ao local de produção. Essa chancela pode ser utilizada por todos os produtores que desenvolvem suas atividades na localidade de abrangência da indicação geográfica. De acordo com a legislação vigente em cada país, a IG protege os produtos contra atos de concorrência desleal, além de também estarem presente em leis de proteção aos consumidores, leis para a proteção de marcas de certificação ou marcas coletivas, leis especiais para a proteção de indicações geográficas ou de denominações de origem (BRASIL, 1996).

Os consumidores entendem que as indicações geográficas são referências de origem e qualidade dos produtos; em face disso, a falsificação de produtos certificados é um ato passível de punição, pois prejudica não só os produtores legítimos, mas principalmente os consumidores que adquirem um produto em face da valiosa reputação. As penas por falsificar um produto certificado vão desde a proibição do uso não autorizado da certificação, passando pelo ressarcimento de danos e em alguns casos graves até a prisão dos envolvidos (JUNGMANN, 2010).

Para Kakuta et al (2006) a proteção de uma IG pode produzir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país, sendo que um dos primeiros

resultados que se espera após a concessão de uma IG é uma agregação de valor ao produto ou um aumento de renda ao produtor, entre outros benefícios.

Segundo Cerdan (2014, p.48). “IG são, com frequência, originárias de regiões agrícolas desfavorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Dessa forma, eles são levados a apostar na valorização da qualidade e dos conhecimentos locais”. Já para Nascimento et al (2012, p. 382 e 383) “O reconhecimento de uma IG, em uma região, pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionadas à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta, às atividades turísticas, ampliando o número de beneficiários”.

Locatelli (2007, p. 65) considera que, as Indicações Geográficas podem proporcionar impactos diversos em vários aspectos econômicos de uma região como:

- Melhor inserção dos produtos com indicação geográfica no mercado interno e externo;
- A potencialidade de gerarem um incremento à renda dos produtores e comerciantes, o qual pode ser estendido a toda comunidade local;
- O maior valor agregado aos produtos ou serviços como indicações geográficas;
- Geração de emprego e fixação da população na zona rural;
- O estímulo ao desenvolvimento de atividades lucrativas indiretas relacionadas às indicações geográficas reconhecidas.

Além dos benefícios já citados, Fabris et al (2012, p. 392) coloca também diversas outras vantagens das indicações geográficas:

- Preserva as particularidades dos produtos, patrimônio das regiões específicas;
- Estimula investimentos na própria área de produção; com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego;
- Cria vínculo de confiança com o consumidor, que, sob a etiqueta da Indicação Geográfica, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais;
- Melhora a comercialização dos produtos, facilitando o acesso aos mercados através da propriedade coletiva;
- Confere maior competitividade no mercado internacional, uma vez que as Indicações Geográficas projetam imagem associada à qualidade e tipificação do produto, promovendo garantia institucional da qualidade, reputação e identidade do produto;
- Incentiva uniformização da produção agrícola no nível regional, estabelecendo padrões de qualidade;
- Protege contra imitações e utilização fraudulenta os nomes dos produtos;

- Dá garantia aos consumidores, por intermédio da rotulagem, do produto que está adquirindo.

Maiorki e Dallabrida (2015, p. 23) abordam o impacto extenso que uma IG gera, não sendo somente nos produtores, mas abrangendo também as empresas que comercializam insumos com a IG, nas empresas de transporte, no setor de serviços do entorno de uma IG, nas empresas ligadas ao turismo, ou seja, o impacto positivo de uma IG se estende além dos domínios territoriais demarcados, beneficiando um número bem maior de pessoas e empresas.

Percebe-se assim a gama de benefícios que uma IG pode proporcionar a um produto ou serviço, bem como a todos que estejam ligados direta ou indiretamente a ele. Atrair a atenção de um consumidor hoje é uma tarefa difícil, pois os clientes têm à sua disposição uma grande variedade de escolha de produtos e marcas, preços e fornecedores. Os impactos positivos colocados por Locatelli (2008, p. 65) se associam a uma estratégia de marketing voltada para o cliente sugerido por Kotler e Armstrong (2015, p. 246) que colocam que os consumidores veem os produtos como complexos conjuntos de benefícios que satisfazem suas necessidades, e não apenas algo para simples uso ou consumo.

Ainda segundo Kotler e Armstrong (2015, p. 45) as empresas que buscam ser bem sucedidas no atual mercado competitivo, devem estar voltadas para o cliente, buscando não apenas conquistá-los, mas mantê-los pelo valor agregado do produto que oferecem, satisfazendo suas necessidades e desejos, destacando-se dos concorrentes.

Para esses autores um elemento que ajuda os consumidores na decisão de compra é o gerenciamento de uma marca, que envolve muito mais do que nome, sinal, termo, símbolo ou designe. Os compradores atribuem significados às marcas que vão muito além dos atributos físicos do produto, desenvolvem relacionamentos com elas, identificando nos produtos elementos que lhe trazem benefícios mais amplos do que a satisfação de uma necessidade. (KOTLER E ARMSTRONG, 2015, p. 252)

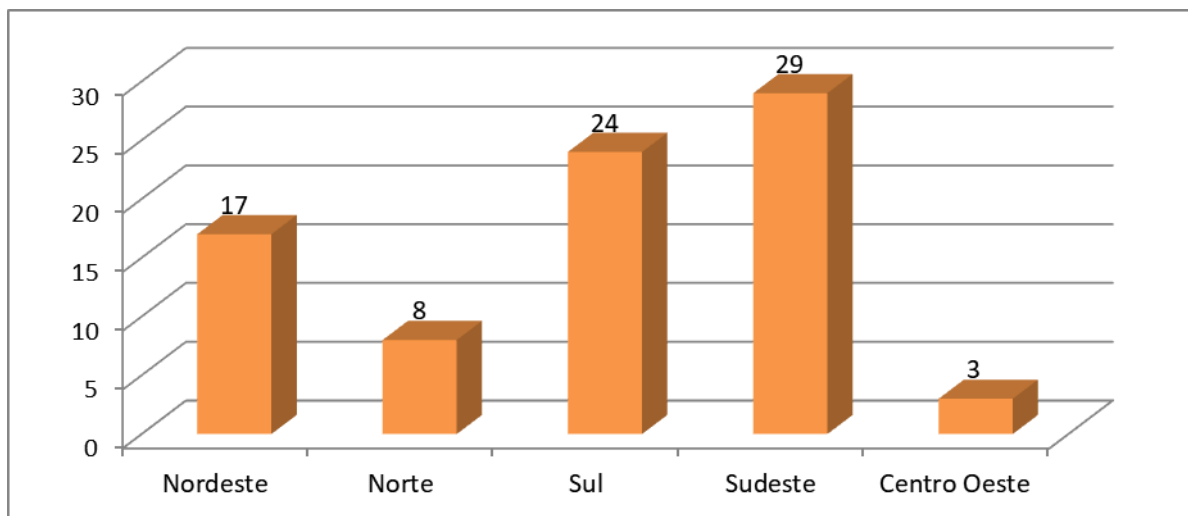
De acordo com Russo et al. (2011.p. 80), há dois tipos diferentes de IG, a Indicação de Procedência (IP), que está relacionada com o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço e a Denominação de Origem (DO) que está relacionada com produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

3 Indicações Geográficas na Região Nordeste do Brasil

Foram concedidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) 52 Indicações

Geográficas no Brasil de 2000 a 2016, sendo 43 de Indicação de Procedência e 09 de Denominação de Origem. Porém o número de depósitos foi maior, segundo dados do INPI, no Brasil foram depositados 86 pedidos de indicações geográficas no INPI entre 2000 e 2016. Percebe-se uma predominância nos pedidos de indicação geográfica de residentes dos estados do Sul e do Sudeste em relação às outras regiões do Brasil e quanto à modalidade há o predomínio dos pedidos relativos à Indicação de Procedência, que contou com 57 depósitos, enquanto a Denominação de Origem teve 29 depósitos.

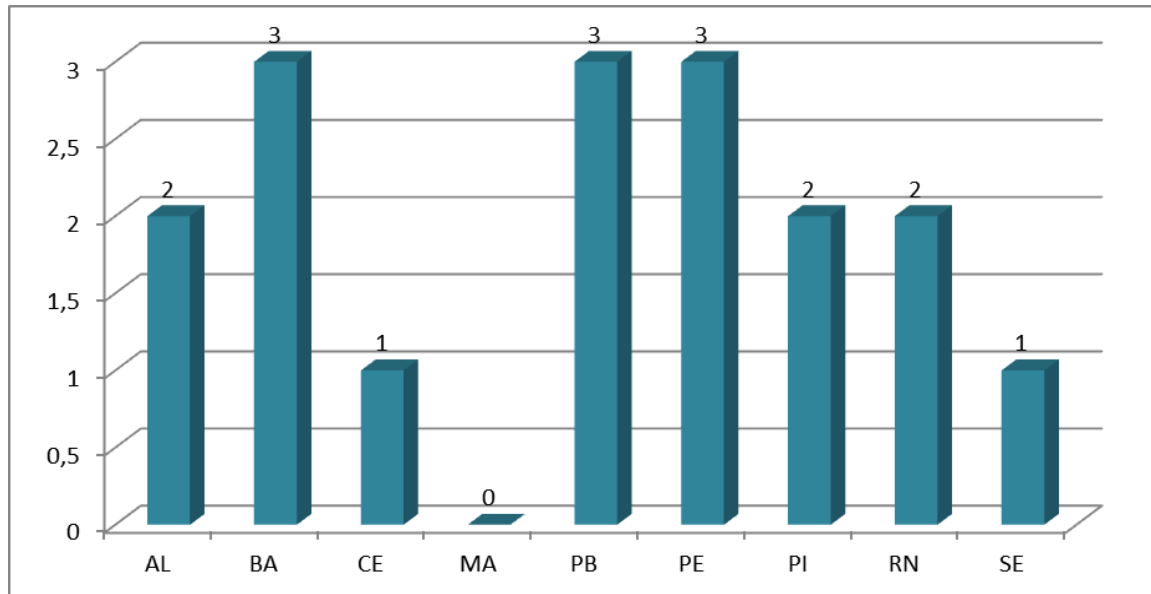
Figura 1: Gráfico do total de depósitos de Indicação Geográfica no Brasil de 2000 a 2016



Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Os dados mostrados no gráfico da figura 1 indicam que as regiões sul e sudeste lideram o ranque de depósitos de pedidos de Indicação Geográfica, sendo liderado pela região Sul, seguida pelo Sudeste e depois pela região Nordeste. As regiões Norte e Centro Oeste do Brasil têm ficado bem abaixo das outras três regiões em relação ao número de pedidos e concessões de Indicações Geográficas.

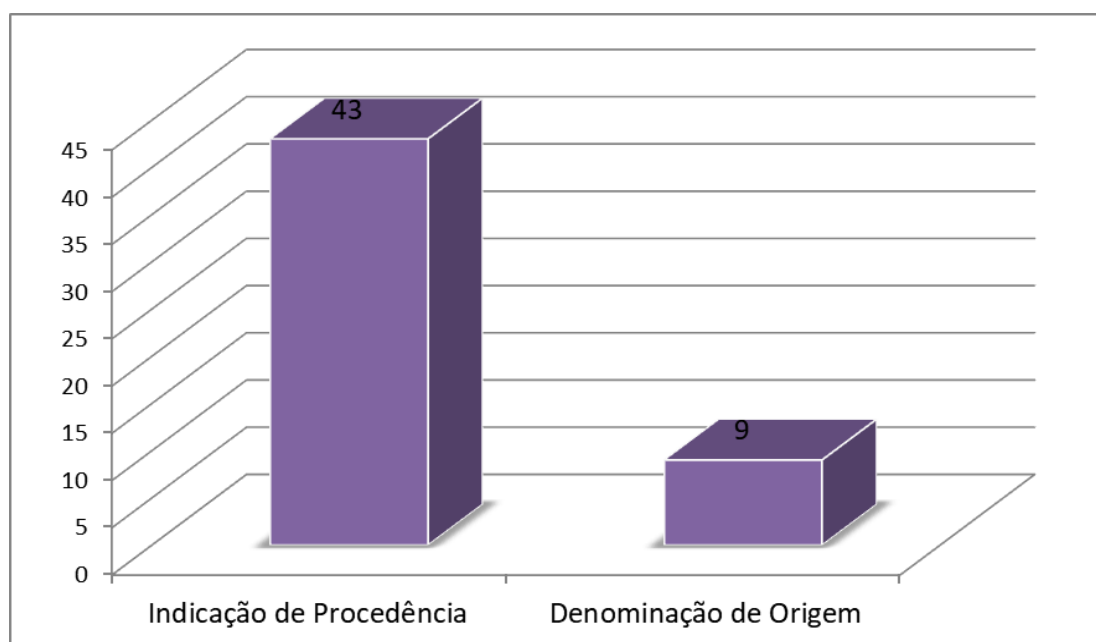
Figura 2: Gráfico do total de depósitos de Indicação Geográfica por Estado - Região Nordeste Brasil - 2000 a 2016



Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Conforme o gráfico da figura 2, na região Nordeste, os estados da Bahia, Paraíba e Pernambuco seguem à frente dos depósitos de pedidos de indicação Geográfica, seguidos do perto pelos estados de Alagoas, Piauí e Rio Grande do Norte, depois vem Ceará e Sergipe, sendo o estado do Maranhão o único que ainda não tem pedido de depósito de IG.

Figura 3: Gráfico dos tipos de Indicações Geográficas Concedidas no Brasil - 2000 a 2016



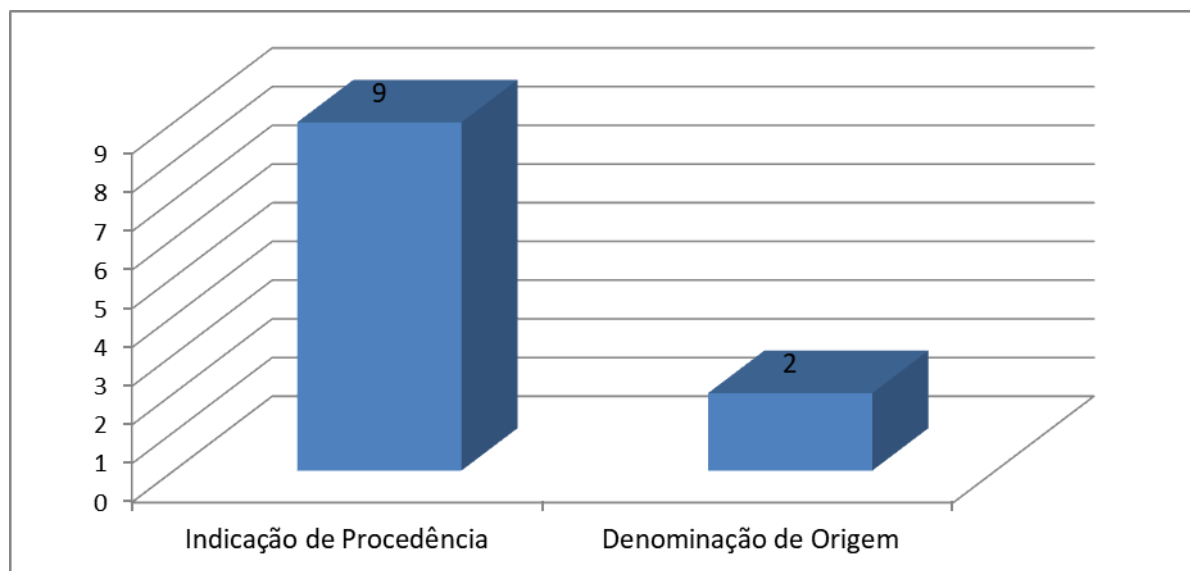
Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Em relação ao tipo de Indicação Geográfica concedida no Brasil, os dados do gráfico na figura 3 mostram que a Indicação de Procedência (IP) apresenta um percentual muito maior do que a Denominação de Origem (DO). Cerca de 83 % das IGs são de IP e apenas 17 % são DO.

Sobre a diferença no menor número de DO concedidas, uma das razões pode ser a intensa ligação com o meio natural, como coloca Fabris et al (2012, p. 390), relacionando a IG com o meio geográfico, pois ele marca e personaliza o produto; sendo indispensável a marcação da zona de produção, havendo um limite de produção por hectare, podendo existir mais de um tipo de produto, mesmo assim eles estão ligados por certa homogeneidade de características. Há exigências específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos, que também devem conservar um mínimo de qualidade e constância nas suas características.

Esses elementos podem representar dificuldades na hora de solicitar ou comprovar as características de um produto que aspira uma certificação de IG, já que as características peculiares da região devem, necessariamente, afetar o resultado final do produto, de forma identificável e mensurável.

Figura 4: Gráfico dos tipos de Indicações Geográfica Concedidas no Nordeste do Brasil - 2000 a 2016



Fonte: INPI - Assessoria de Assuntos Econômicos, Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.

Os percentuais em relação ao tipo de Indicação Geográfica concedida no Nordeste do Brasil refletem a mesma configuração nacional, sendo que a Indicação de Procedência (IP) representa 82 % das IGs concedidas, também muito maior do que a Denominação de Origem (DO), com

apenas 18 %, como demonstra o gráfico na figura 4.

Nos dois casos as IGs promovem a valorização e proteção de produtos tradicionais ou conhecidos, que tem vínculos com uma determinada localidade, trazendo, ao mesmo tempo, contribuições positivas para a economia local. As IGs podem estimular o desenvolvimento regional, proteger o patrimônio cultural, incrementar o turismo na região e este pode vir a fortalecer o reconhecimento das IGs e gerar outros benefícios ao território. (RUSSO et al. 2011.p 80)

3. Considerações Finais

Fabris et al (2012, p. 394) coloca que no Brasil já existem várias IGs, mas o número ainda é pequeno diante do tamanho continental do país, que possui um grande potencial para o surgimento de novas IGs, ainda mais, levando em consideração que os produtos de uma IG tem penetração maior no mercado.

Reconhecidamente as Indicações Geográficas valorizam produtos, tradições, costumes, meio ambiente, saberes, práticas, questões relacionadas a uma identidade local. No contra ponto de uma cultura de globalização, produção em massa, pasteurização de produtos e mercados, a proteção de produtos regionais, com produção relativamente pequena e limitada, vem promovendo uma valorização e desenvolvimento local. Uma IG atribui vantagem competitiva a produtos de qualidade, mas que dificilmente chegariam ao consumidor final sem o selo de garantia.

Diante do exposto, percebe-se que as IGs podem estimular o desenvolvimento regional, proteger o patrimônio cultural, incrementar o Turismo, que a sua vez podem fortalecer o reconhecimento das IGs e gerar outros benefícios ao território. Porém faz se necessário um estudo mais aprofundado dos impactos que uma IG efetivamente gera em um ambiente, considerando que não somente os elementos tangíveis que compõem um produto e podem ser mensurados serão beneficiados, mas que também existem os elementos intangíveis e estes nem sempre são fáceis de serem mensurados, mas os dois, tangíveis e intangíveis, são atores do composto da gestão territorial e podem assumir combinações diversas em novos processos de gestão.

Referências

BIANCHINI, I.M.E., CASTRO, M.J., CARNEIRO NETO, J.A., DOMINGUES, M.A., LIMA, J.B.S., SANTOS, J.A.B., Turismo e indicação geográfica: possibilidades para o incremento do turismo. In: **International Symposium on Technological Innovation - ISTI/SIMTEC** –

Aracaju/SE –2016. Vol. 3/n.1/ p.547-554 547 ISSN:2318-3403 D.O.I.: 10.7198/S2318-3403201600030064

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Portal da Legislação**, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

CERDAN, Claire Marie Thuillier et al. Indicações Geográficas de produtos agropecuários: Importância histórica e atual: Uma breve história sobre os sinais distintivos e as Indicações Geográficas (IG). In: PIMENTEL, Luiz Otávio et al. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo III Indicação Geográfica**. 4ª ed. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014. cap. 1, p. 32-58. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2018.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2007.

FABRIS, Jonas; MACHADO, Glaucio José Couri; GOMES, Iracema Machado de Aragão. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologias**, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 387-395, out. 2012. ISSN 2237-0722. Disponível em: <<http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/72/137>>. Acesso em: 07 fev. 2018. doi: <https://doi.org/10.7198/geintec.v2i4.72>.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas>. Acesso em: 02 fev. 2018.

JUNGMANN, D. de M.; BONETTI, E. A. A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual. **Guia para o empresário**. Brasília: IEL, 2010.

KAKUTA, S. M. SOUZA, A. L.L. da *et. al.* **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

KOTLER, Philip e ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2015.

LOCATELLI, Liliana. **Indicações Geográficas: A proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá Editora. 2007.

MAIORKI, Giovane José; DALLABRIDA, Valdir Roque. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações (Campo Grande)**, [S.l.], set. 2015. ISSN 1984-042X. Disponível em: <<http://www.interacoes.ucdb.br/article/view/46>>. Acesso em: 07 fev. 2018. doi: <http://dx.doi.org/10.20435/151870122015101>.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC**, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012

RUSSO, S. L., SILVA, G. F. D., SERAFINI, M. R., PAIXÃO, A. E., NUNES, M. A. S. N., & SILVA, S. C. **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristóvão, p. 77-117, 2011.