Boletim MarkEsalq Ano 12 Nº94 / Junho 2024
Fórum Estadual de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas
ISSN 2318-9819

markesalq
Grupo de Pesquisa e Extensão em Marketing e Gestão

Fórum Estadual de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas :

entregar valor aos produtores e consumidores de produtos com origem reconhecida.

* Francisco José Mitidieri

INTRODUÇÃO

Consumidores no mundo todo vem dando preferência para consumir produtos únicos, típicos em sua forma e sabor, que muitas vezes incorporam características do ambiente (clima, solo, umidade, temperatura) do local onde são elaborados. Além disso, são produzidos por pessoas que mantêm suas tradições, uma receita do saber-fazer que é passada de geração para geração (Mascarenhas & Wilkinson, 2014). O conjunto destes fatores também é conhecido como *Terroir*, palavra de origem francesa sem tradução no idioma Português, mas que pode ser entendida como "parcela", "território", "gosto da terra" e com um conceito de interação mais amplo.
Outro aspecto referente às mudanças na preferência do consumidor e que reforça os novos hábitos de consumo já era apontado no Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio -

> «Indicações geográficas (MAPA, 2014, p. 43)»:
>
> Ressaltam-se, também, novos comportamentos de consumidores, como a reivindicação regional, cultural ou política. Nesse sentido, o consumidor não é mais considerado como um agente passivo, mas um sujeito capaz de reagir e promover certos modelos de desenvolvimento. Alguns autores falam de "consum'ator", evidenciando o consumidor engajado, o consumidor consciente.

O reconhecimento de uma Indicação Geográfica-IG se dá pelo vínculo do lugar ou da região para a produção de determinado(s) bem(s), atribuindo proteção do uso do nome geográfico vinculado ao território de produção devido a sua tipicidade e notoriedade. Famosos exemplos são os café da Colômbia, como o caso do "Café del Huila" (Trujillo et al, 2021), e aqui no Brasil as IG de café da Região da Alta Mogiana, café da Região de Pinhal ou ainda café da Região de Garça, todas no Estado de São Paulo. Esta diferenciação pode ocorrer por meio do uso, ou não, de sinais, ou Signos Distintivos. Por outro lado, a tipicidade acarreta em fama. Ou seja, tal produto ficou famoso porque tem tipicidade. Este conjunto de características intrínsecas, sensoriais e extrínsecas ou intangíveis pode ser reconhecido legalmente por meio da Indicação Geográfica ou IG (MAPA, 2014; MAPA, 2024-a; SEBRAE, 2024).

Portanto, é um bem ou serviço decorrente da vinculação entre PRODUTO/SERVIÇO-PESSOAS-TERRITÓRIO.

O que são Indicações Geográficas?

Figura 1: exemplificando os eixos conceituais com produto, pessoas e território, neste caso café. Fonte: MAPA)

No Brasil, a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, conhecida como Lei de Propriedade Industrial (LPI), regulamentou a matéria, definindo IG em duas espécies, a indicação de procedência-IP e a denominação de origem-DO (BRASIL, 1996). O Instituto Nacional de Propriedade Industrial-INPI, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, é o órgão que concede o registro de reconhecimento e emite o certificado. (INPI, 2024)
A legislação garante uma proteção do uso do nome geográfico vinculado a produção de determinado produto ou serviço em nome da coletividade, via de regra uma associação de produtores ou fabricantes. O Ministério da Agricultura e Pecuária-MAPA é uma das instâncias de fomento das atividades e ações para Indicação Geográfica (IG) e Marcas Coletivas (MC) de produtos agropecuários (MAPA, 2024-a).
Por outro lado, faz-se aqui uma provocação: você leitor, sabe o que é indicação geográfica? Conhece ou consome produtos com selo de IG? Seus vizinhos e amigos já ofereceram queijo da Canastra, ou algumas goiabas de Carlópolis, ou então quando vai às feiras livres, pede pela uva niagara rosada de Jundiahy? Quando compra vinhos, verifica se são procedentes de IG reconhecidas, se tem algum selo ou olha apenas a safra e a uva que foram usadas na vinificação? Todos os cafés são iguais ou o café da região de Pinhal, da Alta Mogiana ou da Região de Garça tem algo que os diferencia? Pois bem, os exemplos acima são produtos/territórios que já possuem IG reconhecida. Basta procurar pelo selo da IG.
Um dos maiores desafios para o aumento do consumo de produtos que gozam do reconhecimento oficial como indicação geográfica é o conhecimento por parte do mercado consumidor sobre esse ativo de propriedade intelectual. Mais ainda, é procurar por produtos que tenham o selo estampado em suas embalagens e entender o que isso representa. E optar por adquiri-los em detrimento de um produto similar na mesma prateleira. Valores intrínsecos e valores intangíveis estão em evidência.

DESENVOLVIMENTO

Os Fóruns Estaduais de Indicações Geográficas (IGs) e Marcas Coletivas (MCs) são instâncias de construção da governança no tema, e reúnem pessoas de diferentes representatividades, como órgãos governamentais, instituições de ensino e pesquisa, sindicatos, associações e cooperativas de produtores, e demais especialistas colaboradores interessados. (MAPA, 2024-c)

Esses fóruns têm por objetivo constituir uma rede de referência para a ação pública no tocante às IGs e MCs enquanto bens de propriedade intelectual e instrumentos de desenvolvimento territorial e trazem em sua implantação as particularidades locais de cada região do país. Atualmente existem 9 Fóruns Estaduais formalizados em todo país. (MAPA, 2024-c)

Os Fóruns Estaduais também se propõem a dar mais visibilidade aos produtos com IG e endereçar a questão da comunicação e acesso aos mercados, numa abordagem mais ampla de como os conceitos e estratégias de Marketing poderão contribuir. Por meio de suas ações poderá colaborar com o "marketing mix", ou seja ajustando o produto, preço, ponto de venda e promoção.

Figura 2: Fórum formalizados no Brasil, Fonte MAPA) l link :https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/foruns-estaduais-ig-marcas-coletivas

O MAPA tem por escopo o fomento de produtos agroalimentares, que somam 80% das IG nacionais atualmente reconhecidas no Brasil (MAPA-b). Já para os produtos e serviços manufaturados como por exemplo calçados, cerâmica, bordados, etc. o desenvolvimento e fomento das IGs pode ser realizado por Secretarias Estaduais de Desenvolvimento Econômico e Ministérios afim. No caso dos fóruns estaduais todos os produtos passíveis de reconhecimento pelo selo de IG ou uma MC são objeto de atuação, sejam eles agroalimentares, sejam manufaturados.

ESTUDO DE CASOS

1. O Fórum de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado de São Paulo

O Fórum Paulista de IG e MC, como é mais conhecido, foi instituído pela Portaria nº 638, em 19 de janeiro de 2023 no âmbito da Superintendência Federal de Agricultura no Estado de São Paulo/MAPA, apesar de já estar ativo e realizando suas reuniões e entregas desde 2020, e de forma virtual durante pandemia da Covid 19. Possui 20 membros efetivos e diversos colaboradores Ad Hoc. A Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiróz"-ESALQ/USP é membro efetivo do Fórum Paulista.

Conforme prevê em seu Regimento Interno, tem a missão de promover a Indicação Geográfica (IG) e as Marcas Coletivas (MC) visando estimular a diferenciação por meio da tipicidade, a inovação, a criação de valor, promover a competitividade, a cooperação e o desenvolvimento regional de forma sustentável.

Foi definido como sua Visão a agregação de competências técnicas dos seus atores, ser referência pela discussão, elaboração e orientação de políticas públicas e iniciativas privadas e ações relacionadas ao desenvolvimento de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas do Estado de São Paulo.

Como objetivos do colegiado e desafios para a comunicação com o seu público, o Fórum Paulista de IG e MC tem por finalidade planejar, articular, discutir os desafios e propor soluções, coordenar e orientar a participação dos diferentes órgãos parceiros públicos e privados nas ações necessárias ao desenvolvimento, implantação, defesa e promoção das Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, tendo por base a integração entre os diversos agentes do setor público e privado atuantes em áreas afins ao tema. (MAPA, 2023)

Os membros do Fórum Paulista de IG e MC têm se reunido 3 vezes ao ano, em assembleia geral ordinária-AGO e reuniões de Grupos de Trabalho conforme a demanda por soluções do setor, à exemplo do GT de Marketing.

Figura 3: reunião da AGO do Fórum paulista.

Entre as entregas que o Fórum Paulista já realizou nestes 4 anos pode-se listar:

a) O planejamento estratégico para as ações do fórum para o período 2021-2022 e para o período 2023-2024, no qual foram estabelecidas as ações de interesse dos produtores e fabricantes de IG e MC objeto do fórum;

b) O mapeamento das indicações geográficas e marcas coletivas do Estado de São Paulo. Estas foram agrupadas em 3 categorias utilizando a metodologia de trabalho do MAPA, que por sua vez se baseia na metodologia da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura-FAO. As IG já reconhecidas e portanto em fase de "fortalecimento"; as IG ou MC em fase de "sensibilização" e as IG e MC potenciais ou em fase de "prospecção". Por meio deste levantamento identificou-se que o estado de São Paulo conta atualmente com 50 produtos e respectivos territórios, sendo 7 deles com selo de IG reconhecidas, 17 que estão em andamento e 26 potenciais;

c) Um repositório com a consolidação de bibliografia sobre o tema;

d) Capacitação dos membros sobre os mecanismos legais para mitigação de falsas indicações de procedência por meio de palestra de especialista em legislação em propriedade intelectual;

e) Busca e apresentação de alternativas para aporte de recursos financeiros para as associações de produtores que têm a governança do selo de IG de modo a poderem cumprir seus compromissos;

f) Envolvimento da academia para condução de trabalhos de pesquisa de mestrado e doutorado em temas de interesse, como por exemplo o Instituto Federal de Educação e Ciências-IFSP, a Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiróz", as quais são membros efetivos do Fórum Paulista e a Escola Superior de Propaganda e Marketing-ESPM, convidada Ad Hoc;

g) A formação do Grupo de Trabalho de Marketing que busca soluções para a comunicação das atividades do Fórum com seus clientes internos e externos. Entre elas, a construção dos canais de comunicação em mídias sociais e sítio próprio na rede mundial de computadores

h) Identificação de eventos técnicos, feiras e oportunidades no estado de São Paulo para a participação conjunta do Fórum e dos produtores/fabricantes de produtos com IG;

i) A participação e articulação do Fórum enquanto ambiente de discussão na representatividade dos produtores e colaboradores do tema na solução dos desafios.

2. O Fórum de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado do Espírito Santo

Em 2010, a partir da articulação iniciada pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa) e o Sebrae/ES, foi instituído o Fórum Origem Capixaba pela Portaria MAPA/SFA-ES em 22/02/2011 com a missão de promover a Indicação Geográfica (IG) e as Marcas Coletivas (MC) visando estimular a inovação, promover a competitividade e favorecer o desenvolvimento tecnológico, econômico e social. Cerca de 20 instituições passaram a fazer parte e foram realizadas reuniões do colegiado, além de eventos específicos, como seminários, capacitações para produtores e instituições, visitas técnicas, encontros do setor com degustação e demonstração de produtos etc..

Recentemente o Fórum foi reafirmado pelo Decreto Estadual (ES) nº 4.808-R/2021. (MAPA, 2024-c).

Importante destacar que o fórum vem promovendo a sinergia das instituições, servindo de espaço para a discussão de demandas do setor e consequente proposição de soluções. Proporciona a ampliação do entendimento dos conceitos e da política pública para além dos atores diretamente relacionados. Isso reflete no número de regiões registradas como indicação geográfica no estado, que atualmente somam 10 IG para os seguintes produtos: cafés, inhame, cacau, SOCOL, pimenta rosa, pimenta do reino, panelas de barro e mármores. Além desses existem 2 outros processos em tramitação para beiju e granito. Ações de prospecção de novas regiões e fortalecimento dos registros já concedidos também estão em andamento e a rede institucional estabelecida contribui para ações colaborativas e multidisciplinares em cada um desses projetos. (Junqueira, 2024).

Exemplo da sinergia que o fórum proporciona é o caso específico do "socol", embutido de carne suína produzido por descendentes de colonização italiana em Venda Nova dos Imigrantes/ES, que ao longo do processo de registro recebeu exigências por parte do INPI. Para o cumprimento destas, foi necessário lançar mão das expertises de pelo menos 4 instituições. Esses órgãos já faziam parte do fórum e possuíam corpo técnico experiente nas temáticas de IG em virtude dessa participação. Esse cenário permitiu que se criasse um grupo de trabalho específico que se reuniu para discutir, com participação dos produtores, o regulamento técnico de identidade e qualidade do produto "socol", assim como o reconhecimento oficial da denominação "socol" como produto, ambos publicados em normas estaduais. Esses procedimentos foram suficientes para sanar as exigências para o registro da IG num período de tempo razoável e que impactou no aprimoramento de procedimentos técnicos locais e das ações de fiscalização dos órgãos sanitários. Algum tempo depois, todo esse trabalho foi essencial para proporcionar a concessão adicional do SELO ARTE para o socol, que atualmente pode ser comercializado em todo país em virtude do atendimento ao regramento da certificação de produto artesanal concedido pelo Mapa. (Junqueira, 2024),

SUMARIZANDO

Cada vez mais os consumidores estão atentos aos produtos que consomem. Pesquisas de opinião têm demonstrado que querem saber e entender onde é produzido e em que condições, como é feito, quem o fez, qual a história das pessoas e o saber-fazer que determinam o aspecto, a cor, o sabor e a textura dos produtos que consomem. O reconhecimento por lei para proteção e promoção deste ativo de propriedade intelectual-PI por meio da Indicação Geográfica, ou em até certa extensão de uma Marca Coletiva, significa o vínculo entre as pessoas, os produtos e o território. Um dos maiores desafios para o aumento do consumo de produtos que gozam do reconhecimento oficial como indicação geográfica é o conhecimento dos consumidores sobre o que representam as IGs para os produtores/fabricantes e para o próprio mercado consumidor. Para os primeiros, a manutenção do saber-fazer e sua proteção contra falsas indicações de procedência; para o segundo, a segurança de consumir produtos com origem, típicos, únicos e com qualidade.

Os Fóruns Estaduais de IG e MC têm papel de destaque na potencialização dos benefícios e externalidades que as IG e MC podem proporcionar aos seus produtores/fabricantes e os consumidores. E podem atuar como mais um ambiente para dar visibilidade aos produtos de IG colaborando com o seu "marketing mix", ou seja, ajustando o produto, o preço, o ponto de venda e a promoção. Espera-se obter o desenvolvimento territorial com **sustentabilidade:** no eixo **social**, na medida em que valoriza as pessoas, suas famílias e seus descendentes, no aspecto **ambiental**, na medida em que promove as boas práticas de produção/fabricação e a sustentabilidade **econômica** por agregar valor aos produtos e serviços e melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Por fim, conclui-se que os benefícios mercadológicos são inúmeros (valor do produto, acesso a mercado e visibilidade, por exemplo) e que a atuação do fórum pode alavancar ainda mais este imenso potencial das IGs para que as implementações ocorram de forma rápida e sustentável. Espera-se também contar com o trabalho de inúmeros profissionais e colaboradores nessa temática. As indicações geográficas podem contribuir para o crescimento e o fortalecimento ainda maior do agronegócio brasileiro e principalmente de produtores e fabricantes de pequena escala.

★ É Auditor Fiscal Federal Agropecuário do Ministério da Agricultura e Pecuária -MAPA e Coordenador-Geral do Fórum de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado de São Paulo. Graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Lavras (1985), mestrado em Ciência Animal e Pastagens pela ESALQ/USP (1995) e MBA em Gestão de Agronegócios pela Universidade de Brasília-UnB (2008). Possui treinamento em Indicações Geográficas-EAD-UFSC (2014), em Propriedade Intelectual-EAD-WIPO (2016) e no "Better Training for Safer Food"/Estônia/UE (2017) em Indicações Geográficas. Desde 2013 atua com Indicações Geográficas-IG e Marcas Coletivas-MC na SFA-SP/MAPA.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Brasil. (1996). Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.
INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. (2020). Indicação Geográfica no Brasil. Recuperado de: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas. Acesso em: 13 mar. 2024
Junqueira, Beatriz de A. Superintendência Federal de Agricultura e Pecuária no Estado do Espírito Santo-SFA-ES. Histórico do Fórum de Indicação Geográfica e Marca Coletiva do Estado do Espírito Santo. Informação pessoal, março, 2024.
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2014). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio. FUNJAB.
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2023). Secretaria-Executiva. Superintendência Federal de Agricultura no Estado de São Paulo. Portaria nº638, de 19 de janeiro de 2023. DOU em: 23/01/2023 | Edição: 16 | Seção: 1 | Página: 2
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2024a). Indicações Geográficas – o que é. Recuperado de: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica. Acesso em: 13 mar. 2024.
MAPA - Ministério da Agricultura e Pecuária. (2024b). Lista de IGs Nacionais e Internacionais Registradas. Recuperado de: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/listaigs. Acesso em: 13 mar. 2024.
MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. (2024c). Indicações Geográficas (2024). Recuperado de: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/foruns-estaduais-ig-marcas-coletivas. Acesso em: 13 mar. 2024.
Mascarenhas, G., Wilkinson, J. (2014). Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. Revista de Política Agrícola, 23(2), 103-115. https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/918
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2019). Indicações geográficas brasileiras: café. 6. Ed. Brasília: Sebrae, INPI, 2019. 276 p.
SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2024). Entenda o conceito de indicação geográfica. Recuperado de: https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/. Acesso em: 13 mar. 2024.
Trujillo, H.A., Mitidieri, F.J., Hashimoto, E.M.. Denomination of origin 'Café del Huila' and dynamics of coffee growing in Colombia. Coffee Science, 16:e161827, 2021

O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do Grupo de Pesquisa e Extensão em Marketing e Gestão, o MarkEsalq, que foi criado em 2011 na ESALQ/USP, e que tem como missão gerar e disseminar conhecimento sobre marketing e gestão a seus membros e a sociedade como um todo. O Boletim MarkEsalq coordenado pela acadêmica Jeniffer de Souza França, supervisionado pelos coordenadores do grupo o Prof. Eduardo Eugenio Spers e o Prof. Hermes Moretti Ribeiro da Silva , tendo como jornalista responsável Mariana Vizoto . A edição e editoração é realizada pela empresa Moretti Design.