

A IMPORTÂNCIA DA IDENTIFICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL

LUCAS RUIZ BALCONI*

MARIANA PIOVEZANI MORETI**

Resumo: A Indicação Geográfica é um importante ativo de propriedade industrial usado para identificar a origem, a procedência e a qualidade de um determinado produto quando, por motivos específicos, a produção local tenha se tornado notória ou quando certa característica ou qualidade desse produto se deva à sua origem geográfica. Nesse sentido, o reconhecimento da indicação tem o condão de valorizar a cultura local, estimula o desenvolvimento econômico e aumenta a produção regional. Ainda, tal reconhecimento incentiva o investimento nas atividades envolvidas e amplia a inserção dos produtos no mercado interno e externo, passando a serem reconhecidos com qualidade diferenciada. Assim, este trabalho tem, como objetivo, demonstrar como a Indicação Geográfica é capaz de fomentar a economia local aumentando as transações comerciais além, é claro, de valorizar a comunidade e promover seu desenvolvimento. Para tanto, será utilizada a metodologia de análise e estudo de caso concreto.

Palavras-chave: inovação; propriedade intelectual; vantagem competitiva; desenvolvimento econômico.

Abstract: The Geographical Indication is an important industrial property asset used to identify the origin, provenance and quality of a given product when, for specific reasons, local production has become notorious or when a certain characteristic or quality of the product is due to its geographical origin. In this sense, the recognition of the indication has the power to value the local culture, stimulates economic development and increases regional production. Still, such recognition encourages investment in the activities involved and expands the insertion of products in the domestic and foreign markets, being recognised with differentiated quality. Thus, this work aims to demonstrate how the Geographical Indication is able to foster the local economy by increasing commercial transactions, besides, of course, valuing the community and promoting its development. To this end, the methodology of analysis and concrete case study will be used.

Keywords: innovation; intellectual property; competitive advantage; economic development.

INTRODUÇÃO

A geografia por muito tempo desempenhou um papel central na organização das cidades e da atividade econômica. É possível observar que, ao longo da história, diversas cidades são formadas, inicialmente, como centros de comércio de bens agrícolas e manufaturados ou como rota específica para o deslocamento dessas mercadorias. Muitas delas surgiram, assim, em locais de rotas comerciais que se cruzavam

* Professor Universitário. Coordenador da Pós-Graduação de Direito e Inovação. Pesquisador do Grupo de Estudos de Direito Autoral e Industrial (GEDAI-UFPR).

** Professora de Propriedade Intelectual. Pesquisadora do Grupo de Estudos de Direito Autoral e Industrial (GEDAI-UFPR).

ou onde a produção era mais abundante pelas qualidades específicas do local. Com o início da revolução industrial, as cidades tornaram-se centros de produção industrial em larga escala. Com o avanço da industrialização, algumas se expandiram para megacidades, enquanto outras viram suas forças produtivas diminuir.

Todavia, a geografia econômica continua importante, mas dentro de um novo contexto. No século XXI, a tecnologia tem facilitado novas formas de colaboração e a paisagem global emergente da inovação permite novos centros de excelência produtiva, capazes de serem identificados (e estimulados) geograficamente. Governos de todo o mundo se esforçam para promover um ambiente político propício à inovação e ao estímulo de produção complexa, sofisticada e especializada que gera, consequentemente, competitividade produtiva e crescimento econômico. Fazê-lo requer uma compreensão da dinâmica local dos ecossistemas de inovação. Fora isso, fazer o desenvolvimento através da disseminação da atividade inovadora dentro das economias geograficamente identificadas afeta cada vez mais a distribuição regional/local de renda. A compreensão das forças motrizes por detrás desta tendência, por sua vez, permite melhores respostas políticas e econômicas.

Nesta linha, é importante analisar que as dinâmicas territoriais e geográficas, especialmente quando se fala em vantagens regionais para a produtividade (solo, localização, clima, relevo, entre outras), enfrentam dilemas socioeconômicos para serem geridos e administrados, especialmente no Brasil¹. São importantes o estudo e a análise das aglomerações e das estruturas produtivas, sob uma perspectiva mais colaborativa e de cooperação, observando também a influência da cultura na vida econômica da região. A Identificação Geográfica² é justamente o instituto jurídico que foi desenvolvido com a finalidade de ajudar o desenvolvimento produtivo regional ao proteger e assegurar a qualidade daquilo que é produzido.

Neste sentido, conforme instrução do Instituto Nacional da Propriedade Industrial³ – INPI, a Indicação Geográfica é um ativo de propriedade industrial que associa determinada prestação de serviço, a fabricação, produção ou a extração de um produto a um local reconhecido pela sua qualidade. Ainda, expõe que a finalidade da proteção concedida é a de preservar a cultura e as tradições locais, além de «melhorar o acesso ao mercado e

¹ «A região geográfica passou a ser objeto de estudo, pela utilização e ocupação do território. O reconhecimento de certos fatos — comportamento dos mercados, eventos políticos, crises econômicas — levou aos estudos sociais e econômicos com discussões sobre subdesenvolvimento, problemas econômicos, sociedades industriais e gênero de vida. A ideia de homem apenas como habitante é modificada pela visão de produtor-consumidor» (BARROS, 1993: 54).

² A título de conhecimento: «Portugal foi o primeiro país a criar uma área delimitada para produção rural: a Região Demarcada do Douro, em 1756. Na concepção do idealizador da criação, Marquês de Pombal, a região demarcada serviria para proteger a qualidade do que era produzido, surgindo, dessa forma, o primeiro conceito jurídico de uma região produtora demarcada. Além do Douro, a região do Porto também está ligada à produção tradicional de vinhos, mas tinha importância maior na comercialização. Enquanto a primeira foi uma grande produtora de vinhos, a segunda se tornou um grande entreposto para exportação» (FRONZAGLIA, 2015: 30).

³ INPI, 2019.

promover o desenvolvimento regional, gerando efeitos para produtores, prestadores de serviço e consumidores»⁴.

Assim, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI⁵ define Indicação Geográfica como um «ativo de propriedade industrial usado para identificar a origem de um determinado produto ou serviço, quando o local tenha se tornado conhecido, ou quando certa característica ou qualidade desse produto ou serviço se deva à sua origem geográfica». Nesse sentido, a legislação brasileira de propriedade industrial, Lei 9.279/96, confere proteção às indicações geográficas de duas formas: como indicação de procedência ou denominação de origem:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o 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.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos⁶.

As características especiais reconhecidas nos produtos ou serviços criam uma ligação com sua origem, seja ela decorrente de condições geográficas ou alguma tradição e cultura local que se tornou conhecida e reiteradamente explorada economicamente. Neste passo, é sabido que a Indicação Geográfica é capaz, portanto, de incentivar a economia local aumentando as transações comerciais além de valorizar a comunidade e promover o desenvolvimento, especialmente por dois motivos principais, quais sejam: (i) a diferenciação como vantagem competitiva que gera agregação de valor e (ii) atuando como parâmetro de qualidade do produto.

Portanto, a abordagem deste trabalho se justifica, uma vez que tem a finalidade de analisar, verificando um caso concreto, se de fato a Identificação Geográfica é capaz de trazer o desenvolvimento social e econômico a uma determinada região, mantendo e assegurando a cultura e a tradição locais ao incluir inovações organizacionais, institucionais e de mercado à cadeia produtiva (padronização, certificação, acesso a mercados, entre outras), «cuja evolução ocorre por meio da mudança nos estados do conhecimento compartilhado (“common knowledge”)»⁷.

⁴ INPI, 2019.

⁵ INPI, 2019.

⁶ BRASIL. Presidência da República. Casa Civil, 1996.

⁷ FRONZAGLIA, 2015: 36.

Assim, este trabalho tem o condão e o objetivo de demonstrar como a Identificação Geográfica (e seu estímulo) ajuda no reconhecimento da valorização da cultura local, estimula o desenvolvimento econômico e aumenta a produção regional.

Para o alcance do objetivo, a metodologia deste trabalho utiliza a descrição teórica do instituto da Identificação Geográfica e da teoria da competitividade produtiva, combinando a pesquisa bibliográfica com dados secundários, por meio do qual se define o quadro analítico dos domínios institucionais que sustentam o desempenho da IG. A análise empírica da pesquisa se baseia em estudos de casos práticos e busca identificar a evolução econômica e social da região produtiva, além de identificar os tipos de contribuição da IG para os fatores de sustentação da posição competitiva do produto desenvolvido.

Por fim, a discussão busca identificar os níveis institucionais e os fatores de desempenho como a Indicação Geográfica gera o processo de diferenciação produtiva e permite a criação de vantagens competitivas baseadas na qualidade e na reputação. Nesta linha, a IG é uma estratégia coletiva e colaborativa que visa o uso da proteção da propriedade intelectual para conferir elementos de qualidade, diferenciação e exclusividade, o que auxilia na defesa da concorrência e na instituição de um quadro regulatório (e de certificação) que confere aos produtores uma vantagem competitiva.

1. INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO VANTAGEM COMPETITIVA

Michael Porter, renomado estudioso de teoria organizacional da indústria — ramo da economia que se dedica ao estudo da estrutura de mercados e das formas de concorrência — e, posteriormente, de estratégias para o desenvolvimento, considera a concorrência como o aspecto fundamental para o crescimento de uma empresa e, também, de uma nação. Em seus principais e mais reconhecidos livros, *Competitive Strategy*, *Competitive Advantage* e *The Competitive Advantage of Nations*, Porter considera essencialmente três estratégias competitivas: a liderança no custo total, a estratégia da diferenciação e do enfoque⁸.

A primeira consiste em atingir, como o próprio nome já diz, um custo total na produção ou no serviço mais baixo que os demais concorrentes. Assim, é necessário criar um grande enfoque de estratégias gerenciais, administrativas e operacionais, através de um conjunto de políticas da empresa, que sejam orientadas para esse objetivo. Tal procedimento pode ser realizado, também, com melhores técnicas de produção ou otimização da cadeia produtiva por uma máquina, entre outras. É sabido que uma posição de baixo custo produz para a empresa retornos acima da média em seu ramo de negócios e, por conta disso, pode obter lucro depois que seus concorrentes tenham consumido seus lucros na concorrência⁹.

⁸ PORTER, 1980: 35.

⁹ PORTER, 1980: 35-37.

De outro modo, Porter expõe que a segunda estratégia genérica é a de criar algo capaz de ser percebido pelos consumidores como único, algo especial que se diferencie dos demais expostos no mercado ainda que do mesmo ramo. Tal possibilidade se dá, obviamente, pela criação de um serviço ou produto realmente novo ou pela construção de estratégias que consigam agregar valor e mostrar a diferente qualidade do produto/serviço.

Por fim, mas não menos importante, Porter estabelece que a terceira estratégia (genérica) possível para o desenvolvimento empresarial, o enfoque, consiste em concentrar as forças produtivas da empresa num determinado segmento de consumidores e dedicar-se a atender esse mercado melhor do que seus concorrentes. Podendo ser um segmento de linha específica de produto, uma definição de mercado geográfico ou o enfoque em um público qualificado e restrito. Todavia, neste caso, ainda que seja uma estratégia diferente, ela acaba utilizando ou concretizando uma das outras ou as duas. Isso porque o resultado de focar e ter eficiência em produzir um determinado produto ou atender um específico público-alvo ou região, a empresa acaba diferenciando seu produto por entender melhor as necessidades do seu público ou consegue abaixar o custo de produção para servir apenas este «target»¹⁰.

É neste condão que deve ser ressaltada a importância da Identificação Geográfica. Primeiro porque ela é uma estratégia capaz de adquirir diferenciação competitiva e agregar valor no produto vendido. A utilização IG como certificação ou marca de procedência é, sem dúvida, uma maneira importante para os produtores adicionarem valor e, principalmente, credibilidade a um determinado produto ou serviço, visto que «isso confere um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem. Uma vez reconhecida, a IG só poderá ser utilizada pelos membros daquela localidade que produzem ou prestam serviço de maneira homogênea»¹¹.

Ademais, em *Competitive Advantage*, o autor expõe que em qualquer setor produtivo, seja de produtos ou serviços, as regras da concorrência são incorporadas em cinco forças produtivas: na (possibilidade de) entrada de novos concorrentes, na ameaça de substitutos (do produto ou serviço), no poder de barganha dos compradores, no poder de barganha dos fornecedores e na rivalidade entre os concorrentes já existentes¹².

Neste passo, de um modo resumido, pode-se afirmar que as indicações geográficas têm o condão de ganhar força concorrencial, como será demonstrado, visto que: (i) por sua diferenciação em qualidade e certificação, a IG aumenta a barreira de entrada e diminui a possibilidade de substituição (pelo padrão produtivo e, em regra, pelas vantagens geográficas, naturais e/ou culturais de determinado local); (ii) pela geração de valor a IG também

¹⁰ PORTER, 1980: 38-39.

¹¹ FRONZAGLIA, 2015: 36.

¹² PORTER, 1998: 4. No original: «In any industry, whether it domestic or international or produces a product or a service, the rules of competition are embodied in five competitive forces: the entry of new competitors, the threat of substitutes, the bargaining power of buyers, the bargaining power of suppliers, and the rivalry among the existing competitors».

diminui, via de regra, o poder de barganha dos compradores¹³; (iii) bem como diminui o poder de barganha dos fornecedores e a rivalidade entre os concorrentes, pelo valor criado na cadeia produtiva e poder de compra dos produtores gerado pelo associativismo (associativismo é a regra para o exercício do direito ao uso exclusivo do nome geográfico na sua atividade econômica).

Vale destacar, seguindo essa linha de raciocínio, os casos e estudos sobre o reconhecimento da Indicação de Procedência e Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos¹⁴, que foi capaz de revalorizar a viticultura local e aumentar a produção das vinícolas, o que consequentemente estimulou os produtores a investirem mais na atividade e ampliou a inserção dos vinhos no mercado interno e externo, passando a serem reconhecidos com qualidade diferenciada, inclusive na União Europeia. Tal fato se deu por dois motivos concretos: (i) pelo ganho de competitividade na diferenciação e qualidade do produto (certificada) e, consequentemente, (ii) pelo aumento das forças concorrenciais.

Esse movimento refletiu diretamente na economia local através da construção civil e do turismo, gerando empregos, aumentando as rendas, trazendo vantagem competitiva no mercado e oportunidades na região. Por fim, mas não menos importante, a comunidade da região passou a conservar e valorizar o patrimônio cultural local¹⁵.

O mesmo efeito foi identificado quando do reconhecimento da Indicação de Procedência das panelas produzidas no bairro de Goiabeiras Velha, situado em Vitória, estado do Espírito Santo, Brasil. Trata-se de um método herdado de índios e afrodescendentes para produção de panelas que emprega técnicas tradicionais e matéria-prima proveniente do meio natural. O reconhecimento da indicação de procedência deu notoriedade ao trabalho ali desenvolvido, garantindo o sustento da população local, especialmente as mulheres que fazem as panelas, e ainda:

o reconhecimento de Goiabeiras como Indicação de Procedência para panelas de barro recompensa não apenas a criatividade humana, a qual movimenta a economia daquela localidade, mas também o produto resultante das tradições de diferentes povos, o qual deve necessariamente ser valorizado por, acima de tudo, ter valor cultural, que unido à economia pode vir a engrandecer o país por meio do capital gerado e do desenvolvimento garantido. Portanto, a proteção jurídica da Indicação Geográfica Goiabeiras para panelas de barro assegura um fruto da criatividade humana, estimula a inventividade e permite que o desenvolvimento social esteja diretamente ligado ao crescimento econômico¹⁶.

¹³ Sobre tal fato, importante a análise da percepção dos compradores a respeito do selo de Identificação Geográfica (gráfico 7) e valor da Indicação de Procedência (gráfico 8) do trabalho de NUNES, MELLO, 2013.

¹⁴ Para saber mais sobre o Vale dos Vinhedos, visitar <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php>>. [Consult. 13 mar. 2020].

¹⁵ MARINS, CABRA, 2015.

¹⁶ LIMA *et al.* 2015.

Os exemplos apontam que as regiões que investem no reconhecimento de uma Indicação Geográfica se desenvolvem econômica e socialmente, motivo pelo qual outras regiões brasileiras com características próprias, seja decorrente do ambiente geográfico ou de alguma tradição, são estudadas como possíveis ambientes de investimento nesse sentido. No estado do Maranhão, o queijo produzido no município de São Bento, localizado na microrregião da Baixada Maranhense, é um produto característico da cidade, produzido há mais de 100 anos:

O processo de registro e certificação do queijo de São Bento e as discussões em torno do selo de Identificação Geográfica para este produto devem ser entendidos dentro do amplo processo de mudança pela qual vem passando a economia mundial. As IGs resguardam os mercados de produtos específicos de determinadas regiões, possibilitando a manutenção de margens de lucros diferenciadas a partir de elementos externos a produção, como também abrem possibilidades para inserção de novos produtos e regiões no espaço da economia globalizada a partir do conceito de diferenciação, qualidade e identidade territorial. Desta forma, a IG para o queijo de São Bento se apresenta como uma possibilidade de estratégia diferenciada de inserção da região no processo de globalização, pois só através deste mecanismo o produto poderá concorrer no mercado com um produto singular e não incorrendo na mesma concorrência dos outros¹⁷.

Portanto, considerando que as Indicações Geográficas agregam valor ao produto ou serviço protegido na certificação, dando-lhe notoriedade, vantagem competitiva no mercado, além de contribuírem para o enriquecimento da região e o fortalecimento das tradições, se tornam ativo intangível estratégico para o crescimento e desenvolvimento regional¹⁸.

Neste ponto, importante frisar que, como reforça Locatelli¹⁹, as Indicações Geográficas, além de preservarem o saber-fazer tradicional e assegurarem o patrimônio cultural das regiões, consistem em um instrumento de desenvolvimento do sistema econômico regional capaz de gerar valor agregado aos produtos, realizando, assim, uma melhor inserção dos produtos no mercado interno e externo e gerando incremento de renda dos produtores da comunidade local. Isso, conseqüentemente, causa uma maior circulação e distribuição de moeda, gera mais empregos formais e estimula o desenvolvimento da população na zona rural.

Assim, como pode ser observado, a Identificação Geográfica deve ser considerada como uma estratégia empresarial para ganho de competitividade, sob a óptica da busca de eficácia alocativa de recursos e pela capacidade de agregar valor ao produto,

¹⁷ ALMEIDA *et al.*, 2015.

¹⁸ Veja-se também DOSSIN *et al.*, 2019: 132-154.

¹⁹ LOCATELLI, 2007.

ganhando diferenciação no mercado consumidor, como uma estratégia de desenvolvimento empresarial e (macro)econômico regional, pois é capaz de melhorar e aumentar a cadeia produtiva da região, uma vez que valoriza a singularidade da localidade e a tradição de um determinado modo de produção, com foco na proteção da cultura e de atores locais²⁰.

2. ANÁLISE DE CASO: O DESENVOLVIMENTO GERADO PELA IG

O presente trabalho selecionou a Indicação de Procedência denominada de «goiaba de mesa de Carlópolis», cidade situada no estado do Paraná, por ter sido o território que obteve a mais rápida concessão de Indicação Geográfica do Brasil (sete meses). A história da goiaba inicia-se em 1976, ano em que foram feitos os primeiros plantios de goiaba na região, com o apoio do Instituto Agrônomo do Paraná (Iapar). Nessa época, Iwao Yamamoto, um dos pioneiros no cultivo da goiaba, foi o responsável por trazer frutos da Central de Abastecimento de São Paulo (Ceasa-SP) para fazer experiências, que acabaram resultando na cultivar²¹ batizada com seu nome, «Iwao». A partir de então, Roberto Tanaka, Tadashi Uto e Ioneko Endo, entre outros, começaram a trabalhar com a goiaba Iwao e outras variedades, construindo um polo e referência deste cultivo. Hoje, a goiaba de Carlópolis é reconhecida nacionalmente pela sua excepcional qualidade, resultado da combinação das condições climáticas favoráveis, solos férteis e o saber-fazer²².

Carlópolis possui, aproximadamente, 390 hectares usados para o cultivo de goiaba com o potencial de produção de 23 mil toneladas por ano, em condições normais de clima, segundo a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater) local. Segundo os dados do Sebrae:

As goiabas de Carlópolis apresentam as características de cultivares bem definidas, são inteiras, limpas e estão dentro da classificação adequada, relacionada à coloração da casca da goiaba e às características varietais de coloração da polpa (vermelha ou branca), obedecendo ao limite de defeitos.

A goiaba da região é obtida por sistema de poda total, dividido por talhões, por meio do qual é possível produzir o ano todo. Outra técnica importante para a qualidade do produto é a forma de ensacamento dos frutos, quando estes atingem de 2 a 3 cm de diâmetro. Essa prática elimina grande parte do uso de pesticidas e evita o surgimento de insetos e pragas²³.

²⁰ Belletti e Marescotti adicionam, também, que a Identificação Geográfica é capaz de exercer influência positiva em outros aspectos do desenvolvimento, além do sistema econômico local, como: meio ambiente, paisagem, biodiversidade, cultura, identidade regional, entre outros. BELLETTI, MARESCOTTI, 2011.

²¹ Cultivar é uma espécie que foi melhorada devido à alteração ou introdução, pelo homem, de uma característica que antes não possuía. Para saber mais, visitar <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/insumos-agropecuarios/insumos-agricolas/protacao-de-cultivar>>.

²² SEBRAE, 2018.

²³ SEBRAE, 2018.

Em 2010, o Sebrae iniciou o trabalho denominado de «Cidades Cooperativas», que resultou na orientação aos produtores de goiaba para a obtenção do registro da IP Carlópolis junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). A certificação foi conquistada e concedida em 2016 em reconhecimento à qualidade da fruta produzida na região, tal fato somente foi possível pelo conjunto de fatores da localidade. Primeiro, pelo microclima da região e pela criação da «Represa de Chavantes que favorece o plantio do fruto e possibilita o largo uso da irrigação em suas margens». Assim, «condições edafoclimáticas locais somadas ao know-how da colonização japonesa disseminaram a cultura e a qualidade da goiaba da região»²⁴. A qualidade é garantida pela certificação que assegura a excelência do produto com características de cultivo, colheita, limpeza, armazenamento, coloração, entre outras qualidades bem definidas. Conforme destaca o relatório do Sebrae anteriormente analisado.

Assim, de modo cabal, a certificação não tardou em estimular o desenvolvimento produtivo, econômico e social da região. De acordo com o Departamento de Economia Rural (Deral), a cidade foi a maior produtora do fruto e foi responsável por 78% da produção de goiaba no Paraná, que teve a produção estadual, em 2018, de 33 mil toneladas, chegando a um Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) de 58 milhões de reais. Como exposto, o município de Carlópolis, deste total, produziu 25,6 mil toneladas, que gerou um importante faturamento (bruto) para a região de 45,6 milhões de reais. Para se ter uma ideia, o VBP da goiaba corresponde a 20% do VBP de todo o município²⁵.

Desta feita, a comercialização da fruta no mercado interno vai muito bem, sendo enviada para diversas localidades, com uma rentabilidade bem acima dos custos de produção, garantindo um lucro importante para os produtores. «Atualmente o custo de produção da goiaba em Carlópolis está avaliada em R\$ 1,70 o quilo e os produtores estão vendendo a fruta entre R\$ 2,00 e R\$ 3,00 o quilo, o que permite uma boa margem»²⁶.

É fato, deste modo, que a certificação gerada pela IG foi capaz de consolidar a produção de goiaba e atrair cada vez mais produtores interessados no negócio. Ademais, interessante notar, também, que o aumento do plantio da goiaba permite o desenvolvimento de outras culturas, como o café, tendo em vista que a produção da fruta pode ser realizada de modo permanente, assegurando renda para o produtor e diminuindo os riscos das safras sazonais. Neste sentido, de acordo com o produtor Noriaki, «o casamento é perfeito tendo o café como cultura anual e a goiaba que garante uma produção o ano inteiro, dependendo das podas feitas nas plantas. Outra vantagem é que a goiaba se adapta a pequenos espaços»²⁷. Ainda, pouco tempo após a certificação, o reconhecimento

²⁴ SEBRAE, 2018.

²⁵ AEN, 2019.

²⁶ AEN, 2019.

²⁷ AEN, 2019.

internacional foi conquistado e, atualmente, a fruta já é exportada para Portugal e Suíça, bem como está sendo negociada em outros países²⁸.

A importância da produção da fruta para a região, e também para o país, é tanta que a cidade de Carlópolis recebeu menção cívica honrosa e se tornou a Capital Nacional da Goiaba de Mesa. Titulação conquistada no dia 18 de dezembro de 2019, após a divulgação da aprovação do projeto de lei do deputado Diego Garcia (Pode-PR)²⁹.

Desta feita, com a certificação há o aumento da rentabilidade e a redução do uso indevido do nome das «goiabas de Carlópolis» por aqueles que não passam pelo controle de qualidade e não estão na região. Para os agricultores, a certificação não agrega apenas valor à fruta, mas ajuda também na gestão e manejo, de forma que a propriedade se torna mais eficiente e produtiva³⁰.

Deste modo, não há dúvidas de que a Indicação Geográfica, seja ela uma indicação de procedência ou uma denominação de origem, contribui para o desenvolvimento social e econômico da região. Na medida em que os produtores ou prestadores de serviço de determinado local têm suas características reconhecidas, cria-se um ambiente propício ao crescimento. Trata-se de um ciclo constante entre investimento coletivo e conservação da tradição local, que reflete na economia ao gerar empregos, aumentar rendas, trazer reconhecimento e notoriedade.

Além disso, uma vez registrada, a indicação de procedência torna-se uma fonte de referência que ajuda a manter a qualidade e preservação das características do produto ou serviço em prol da sua continuidade, traz vantagem competitiva e evita a atividade parasita de terceiros.

Uma das evidências desse resultado positivo é que a partir da concessão da Indicação Geográfica chamou-se atenção para a região, bem como incentivou outros produtores a investirem na qualidade dos seus produtos. No ano de 2022, dez propriedades da cidade de Carlópolis receberam a certificação Global G.A.P.³¹, além da Coac (Cooperativa Agroindustrial de Carlópolis). Em razão dessas certificações, os produtores estudam a ampliação do mercado para atender comunidades europeias. «No ano passado, a Cooperativa exportou 50.340 kg de goiaba»³².

Para um país com características agrícolas extremamente fortes, buscar a diferenciação competitiva por mecanismos de proteção intelectual é uma saída relevante para o desenvolvimento econômico e competitividade internacional.

²⁸ AEN, 2019.

²⁹ BRASIL. Senado Federal, 2019.

³⁰ *Goiaba do Norte Pioneiro conquista selo de Procedência*, 2016.

³¹ «O Global G.A.P. é um manual de boas práticas agrícolas, que estabelece um conjunto de normas técnicas para diferenciar os produtos e beneficiar produtores e organizações preocupados com o impacto ambiental das atividades. Os princípios da certificação baseiam-se nos conceitos de segurança alimentar; proteção do meio ambiente; condições de saúde, higiene e segurança dos trabalhadores; e bem-estar animal, quando aplicável» (PORTAL DA CIDADE DE JACAREZINHO, 2022).

³² PORTAL DA CIDADE DE JACAREZINHO, 2022.

CONCLUSÃO

Como salientado, a presente pesquisa teve como objetivo principal descrever a importância da Identificação Geográfica para a proteção do saber tradicional e cultural dos atores produtivos de determinada região, estimulando a participação colaborativa dos agentes locais para o desenvolvimento social e econômico, com a finalidade de criar um produto singularizado capaz de agregar valor o suficiente para ganhar competitividade e alcançar os mercados nacionais e internacionais, sendo percebido de forma diferente e positiva pelos consumidores.

Para tanto, foi realizada uma breve revisão bibliográfica e teórica, que serviu de base importante para destacar a influência das IG como estratégia competitiva tanto no plano da empresa como também como estratégia de desenvolvimento do sistema econômico e produtivo. Ressalta-se, neste aspecto, o estímulo da cadeia produtiva das empresas e do associativismo, como motor da certificação e padronização, bem como das estruturas de gestão necessárias para a produtividade que se constituem para se conseguir uma Identificação Geográfica, com a observação de alguns exemplos práticos como a identificação de procedência do Vale dos Vinhedos e as panelas produzidas no bairro de Goiabeiras Velha, situado em Vitória, estado do Espírito Santo.

Os resultados indicam que a IG foi uma ação resultante da organização dos atores sociais do território, o que resultou em ganhos que vão além da esfera econômica, como a estratégia de diferenciação proporciona. Os resultados estão também no desenvolvimento regional, considerando a valorização do território e do estímulo da cadeia produtiva, as ações coletivas e a coordenação dos agentes. Tal resultado é importante considerando que, ao analisar diferentes estudos de impactos das IG, é possível afirmar que elas estimulam principalmente fatores socioeconômicos, garantindo as vantagens competitivas locais e a cultura produtiva da região.

Assim, a intenção foi mostrar que a obtenção e manutenção de uma IG no Brasil é capaz de gerar vantagens comerciais, mas tal fato consegue, pelas questões levantadas, estimular o desenvolvimento socioeconômico. Com isso, o trabalho traz informações mais relevantes para se demonstrar a ideia de que é necessário um maior estímulo a este instituto.

É altamente relevante para o desenvolvimento nacional uma política pública capaz de interligar, de uma forma mais eficiente, a cadeia produtiva das vantagens geográficas do país. A IG deve ser observada sob o enfoque de aparato legal e governamental, comparado com as demais políticas públicas de fomento regional e econômico, visto que o Estado, nesse caso, deve ter um papel mais ativo, na medida que regula as atividades desenvolvidas para alcançar e manter a concessão do uso do registro de IG, na ligação e na coordenação entre os portadores culturais e tradicionais do «saber-fazer», os atores produtivos e detentores dos meios de produção local, fazendo com que a região ganhe competitividade.

BIBLIOGRAFIA

- AEN: AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ (2019). *Goiaba de Carlópolis será exportada para a Europa*. [Consult. 4 fev. 2020]. Disponível em <<https://www.aen.pr.gov.br/Noticia/Goiaba-de-Caropolis-sera-exportada-para-Europa>>.
- ALMEIDA, Viramy Marques de et al. (2015). *Indicação Geográfica para o queijo de São Bento como Estratégia de Desenvolvimento Territorial para a Microrregião da Baixada Maranhense*. «Cadernos de Prospecção». 8:4, 808-816.
- BARROS, Nilson Cortez de (1993). *Geografia Humana: uma introdução às suas ideias*. Recife: Editora UFPE.
- BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea (2011). *Origin products, geographical indications and rural development*. In BARHAM, Elizabeth; SYLVANDER, Bertil, eds. *Labels of origin for food: local development, global recognition*. Londres: CAB International, pp. 75-91.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil (1996). *Lei Nº. 9.279, de 14 de maio de 1996*. «Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil». Brasília, DF (1996-05-15). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. [Consult. 6 jan. 2021]. Disponível em <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>.
- BRASIL. Senado Federal (2019). *Projeto de lei n.º 6573, de 2019*. Confere ao Município de Carlópolis, no Estado do Paraná, o título de Capital Nacional da Goiaba de Mesa. [Consult. 5 fev. 2020]. Disponível em <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8059080&ts=1578659852451&disposition=inline>>.
- DOSSIN, Adriana et al. (2019). *A Influência da Denominação de Origem na Percepção de Consumidores de Café: Um Estudo com Brasileiros e Franceses*. «Revista Eletrônica de Ciência Administrativa». 18. 132-154. [Consult. 2 fev. 2020]. Disponível em <<http://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/2490>>.
- FRONZAGLIA, Thomaz (2015). *O papel da pesquisa agropecuária pública nas inovações organizacionais na agricultura: o caso das indicações geográficas*. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências. Tese de doutorado.
- GOIABA DO NORTE PIONEIRO conquista selo de Procedência. «Folha de Londrina». (24 maio 2016). [Consult. 26 jun. 2020]. Disponível em <<https://www.folhadelondrina.com.br/norte-pioneiro/goiaba-do-norte-pioneiro-conquista-selo-de-procedencia-946673.html>>.
- INPI: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (2019). *Guia básico de indicação geográfica*. [Consult. 24 jun. 2020]. Disponível em <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/guia-basico>>.
- LIMA, Thaisi Leal Mesquita de et al. (2015). *A indicação geográfica como alternativa para o desenvolvimento regional: o caso das panelas de barro de goiabeiras*. «Cadernos de Prospecção». 8:1, 169-173.
- LOCATELLI, Liliana (2007). *Indicações Geográficas: a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico*. Curitiba: Juruá.
- MARINS, Máira Freixinho; CABRA, Daniele Hervé Quarante (2015). *O papel da indicação geográfica como propulsor na inovação e do desenvolvimento local: caso Vale dos Vinhedos*. «Cadernos de Prospecção». 8:2, 406-414.
- NUNES, Karine da Silva; MELLO, Raul Carlos (2013). *Um Estudo de Caso sobre a Indicação Geográfica como Estratégia para Comercialização do Queijo Minas Artesanal do Serro*. «Santa Luzia – REAC». 2:1, 1-20. [Consult. 13 jan. 2020]. Disponível em <http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170724174142.pdf>.
- PORTAL DA CIDADE DE JACAREZINHO (2022). *Turismo e fruticultura do Norte Pioneiro se destacam no Brasil*. [Consult. 6 jun. 2022]. Disponível em <<https://jacarezinho.portaldacidade.com/noticias/turismo/turismo-e-fruticultura-do-norte-pioneiro-se-destacam-no-brasil-1055>>.

- PORTER, Michael E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Nova Iorque: The Free Press.
- PORTER, Michael E. (1998). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Nova Iorque: The Free Press.
- SEBRAE, 2018. *Indicações geográficas brasileiras – Carlópolis*. [Consult. 26 jun. 2019]. Disponível em <<https://datasebrae.com.br/ig-carlopolis/>>.

