

Isabele da Rocha Gomes¹, José Hamilton Maturano Cipolla², Waldemar Hazoff Jr³
^{1,2,3}Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Câmpus São Roque

Indicação geográfica da Alcachofra Roxa do município de São Roque, no interior do estado de São Paulo, Brasil: um estudo de caso

Geographical indication of the Purple Artichoke from the municipality of São Roque, in the interior of the state of São Paulo, Brazil: a case study.

Resumo. Esta pesquisa verificou a possibilidade de ser obtido o registro de indicação geográfica – IG, pelos produtores de alcachofra da cidade de São Roque. Especificando mais o produto é a Alcachofra Roxa de São Roque como é conhecida e classificada no mercado. O estudo vislumbrou as duas possibilidades, tanto a indicação de procedência – IP, ou a denominação de origem – DO. Realizou um estudo de caso sobre a produção de alcachofra na cidade de São Roque, interior do estado de São Paulo, utilizando de dados secundários. Apurou-se que há elementos para satisfazer os quesitos condicionantes para a obtenção do registro tanto de indicação de procedência, como o de denominação de origem. **Palavras-chave:** Indicação geográfica, Denominação de origem, Indicação de procedência, Gastronomia.

Abstract. This research verified the possibility of obtaining the registration of Geographical Indication - GI, by the artichoke producers in the city of São Roque. Further specifying the product is the São Roque Purple Artichoke as it is known and classified in the market. The study envisioned both possibilities, both the indication of origin - IO, or the denomination of origin - DO. Conducted a case study on the production of artichoke in the city of São Roque, in the interior of the state of São Paulo, using secondary data. It was found that there are elements to satisfy the conditioning requirements for obtaining the registration of both the indication of origin and the Denomination of Origin. **Keywords:** Geographical indication, Denomination of origin, Origin indication, Gastronomy.

Introdução

Este trabalho faz parte de um plano maior em termos de investigação científica, na cidade de São Roque, interior de São Paulo, conhecida como terra do vinho, associado ao um turismo gastronômico. A cidade também é conhecida pela alcachofra, especificamente a Alcachofra Roxa de São Roque, flor comestível, no período em que se encontra no estado de inflorescência, mais comumente chamado de botões. A associação dos produtores locais tem se esforçado para reconhecer a indicação geográfica desse produto. Desta maneira, este estudo de caso, por meio de dados secundários, confrontou os requisitos necessários que possibilitam a obtenção da indicação geográfica – IG, para a Alcachofra Roxa de São Roque. Revisa a literatura de indicação geográfica e os dois tipos: indicação de procedência – IP, bem como a denominação de origem – DO. E relata pesquisa dos dados que possam justificar tal reconhecimento.

Revisão da Literatura

Indicação geográfica (IG)

IG como sendo um nome geográfico que distingue um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, por que este apresenta características diferenciadas que podem ser

atribuídos à sua origem geográfica, configurando nestes o reflexo de fatores naturais e humanos (CERDAN et al., 2010).

A delimitação geográfica da área deve ser precisa, claramente justificada ou argumentada. Ela deverá ser realizada e respaldada por argumentos técnicos oficiais (como os resultados de estudos e pesquisas), constando em relatório os fatores naturais (clima, solo, relevo, vegetação, paisagem etc.). Os técnicos e pesquisadores podem contribuir significativamente nessa etapa (SILVA et al., 2010).

A IG, assim como as marcas, os nomes comerciais e os logos são sinais distintivos que possuem um objetivo comum: diferenciar os produtos e indicar a sua origem comercial. Diferenciar o produto significa indicar para o mercado, especialmente para o consumidor, que um produto é diferente do outro. A indicação da origem comercial prenuncia o produtor, garantindo sua procedência em termos comerciais. As IG, além de diferenciarem o produto e seu produtor, apontam para uma determinada origem geográfica e condições de produção (BRUCH et al., 2010).

Os limites da área geográfica podem ser os limites administrativos (distrito, município, região, Estado), uma ruptura na paisagem (montanha, morro), rios, riachos ou mesmo em alguns casos, uma linha imaginária entre dois pontos de referência (produtos do mar), ou os contornos de elementos geográficos (microbacias hidrográficas). A área delimitada de uma IG não é necessariamente contínua (SILVA et al., 2010).

Não existem limites, a priori, para a dimensão de uma área a ser delimitada desde que ela apresente características homogêneas e possua uma reputação. Entretanto, grandes áreas acarretam problemas logísticos e necessitam uma organização descentralizada de gestão e de controle (SILVA et al., 2010).

Por definição a titularidade da IG é coletiva, ou seja, é um direito extensivo a todos os produtores ou prestadores de serviço que estejam na área demarcada e que explorem o produto ou o serviço objeto da indicação. Isso é o que se depreende do estudo da IG de maneira geral (BRUCH et al., 2010).

Vale lembrar que uma IG não substitui a marca de um produto ou serviço abrangido por esta, ao contrário, complementa-a, informando ao consumidor características diferenciadoras dos demais produtos afins encontrados no mercado (BRUCH et al., 2010).

Todo e qualquer pedido de reconhecimento de uma indicação geográfica, segundo o Artigo 5º da Resolução nº 075/2000 do INPI, deverá ser apresentado por um sindicato, uma associação, um instituto ou qualquer outra pessoa jurídica de representatividade coletiva, com legítimo interesse e estabelecida no respectivo território (VELLOSO et al., 2010).

As indicações geográficas se caracterizam por ser um bem coletivo, todos os “produtores” ou “prestadores de serviço” estabelecidos na área delimitada pela IG terão direito ao uso da indicação geográfica. Uma indicação geográfica precisa, portanto, em primeiro lugar, que o grupo requerente (a entidade representativa) seja o legítimo representante dos produtores locais, interessados na consolidação de uma IG (VELLOSO et al., 2010).

Marcas Coletivas e IG

A marca coletiva identifica produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade. Este tipo de marca também tem uma função diferenciadora. Ela pode ser utilizada por Associações ou Cooperativas, por exemplo, cujos associados ou cooperados elaboram produtos que são disponibilizados no mercado com uma mesma marca. Isso pode garantir uma maior visibilidade e força à marca, o que não aconteceria se cada um dos associados ou cooperados utilizasse uma marca própria (BRUCH et al., 2010).

A marca coletiva se diferencia da IG, principalmente, pela titularidade, que é da entidade que representa seus componentes, e pela não vinculação ao espaço geográfico determinado. No caso da IG, a entidade é uma representante legal da coletividade e não a titular da IG. É claro que a IG e a marca coletiva traduzem o direito de uso coletivo sobre o mesmo sinal, já que a coletividade utilizará o sinal. Sucede que, na marca coletiva somente os integrantes da entidade poderão usar livremente o sinal quando respeitadas as regras estabelecidas por eles mesmos no Regulamento desta Marca Coletiva. Este regulamento poderá dispor acerca de padronização, mas, não tem nenhuma obrigatoriedade de controle (BRUCH et al., 2010).

Na IG, o produtor localizado na região, faça ele parte da entidade representativa ou não, somente poderá usar o sinal quando atender aos requisitos do Regulamento de Uso da IG. O atendimento aos requisitos deverá ser verificado mediante a atuação de um órgão de controle, que é obrigatório neste caso. Em resumo, a IG aponta obrigatoriamente para determinada região, notória por determinado produto ou serviço (IP) e com características ou qualidades que se devam a este lugar (DO). Para a marca coletiva isso não é um requisito (BRUCH et al., 2010).

Os produtores, no caso da IG, se encontram ligados ao meio geográfico, ao terroir, que engloba fatores naturais e humanos. Logo, existe um mínimo de características naquele produto ou serviço que os tornarão únicos em face da sua procedência. Nas marcas coletivas, basta participar da entidade coletiva e respeitar seus regulamentos para poder utilizar o sinal (BRUCH et al., 2010).

Antecedentes históricos da IG

As primeiras noções de indicação geográfica (IG) surgiram quando os indivíduos passaram a perceber que determinadas características de um produto estavam associadas ao seu local de origem, tornando-os diferenciados, de modo que nasceram os signos ou sinais distintivos, voltados para a diferenciação de um produto seja ela no âmbito geográfico ou pessoal (CERDAN et al., 2010).

A primeira intervenção estatal na proteção de uma IG ocorreu em 1756, quando os produtores do Vinho do Porto, em Portugal, procuraram o então Primeiro-Ministro do Reino, Marquês de Pombal, em virtude da queda nas exportações do produto para a Inglaterra. O Vinho

do Porto havia adquirido uma grande notoriedade, o que fez com que outros vinhos passassem a se utilizar da denominação “do Porto”, ocasionando redução no preço dos negócios dos produtores portugueses. O Marquês de Pombal agrupou os produtores na Companhia dos Vinhos do Porto, delimitou a área de produção, mandou estudar, definir e fixar as características do Vinho do Porto e suas regras de produção e registrou legalmente, por decreto, o nome Porto para vinhos, criou-se assim a primeira denominação de origem protegida (CERDAN et al., 2010).

Os acordos multilaterais originais foram a Convenção União de Paris para a proteção da propriedade industrial (CUP), firmado em 1883, o Brasil foi um dos países que originalmente assinou a este tratado (CERDAN et al., 2010). Posteriormente o Acordo de Madri de 1891 (BRUCH et al., 2010).

O objetivo era coibir a falsa indicação de procedência, porém permitia, por exemplo, o uso de “Champagne” da Califórnia. Portanto, esta forma de proteção não se mostra suficiente para países como a França, que buscaram então um tratado adicional para obter uma proteção mais consistente contra o uso da falsa indicação de procedência (CERDAN et al., 2010).

Somente em 1958 novo avanço se deu em termos de regulação das IG em níveis internacionais. A CUP se reuniu novamente e os países tradicionalmente produtores buscaram uma nova forma de avançar na proteção das IG. Tanto a CUP quanto a alteração no Acordo de Madri não avançaram suficientemente para a proteção das IG. Assim, firmou-se o Acordo de Lisboa relativo à proteção das denominações de origem (Acordo de Lisboa). Este prevê uma proteção positiva para as IG, na forma de denominações de origem. É a primeira vez que se define a DO como sendo uma denominação geográfica de um país, uma região ou uma localidade, que serve para designar um produto dele originário, cujas qualidades ou características são devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e os fatores humanos. Todavia, poucos países aderiram a este acordo, o qual acabou por ter uma aplicação muito reduzida. O Brasil tão pouco o assinou (CERDAN et al., 2010).

Todos estes acordos a partir de 1967 passam a ser administrados pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI). Os países poderiam participar da OMPI fazendo parte de um ou mais tratados, mas não sendo obrigados a assinarem a todos. Um dos problemas da OMPI é que esta não possuía um sistema que permitisse que um país fosse punido pelo descumprimento de um acordo (CERDAN et al., 2010).

O papel do GATT e da OMC

Em 1947, também é firmado outro tratado relacionado ao comércio. O Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio, também conhecido como GATT, evoluiu em um período de grande prosperidade econômica, conhecida como anos de ouro, que seguiu até o final da década de 1970 (CERDAN et al., 2010).

Neste contexto os países começam a discutir a inclusão no GATT da discussão da proteção da propriedade intelectual (e das IG). Isso se concretiza com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1994. No âmbito desta organização, além de tratados relacionados com tarifas e comércio, negocia-se e aprova-se o Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio (TRIPS ou ADIPC). Este, obrigatório para todos os membros da OMC abarca o previsto pela CUP e estabelece, dentre outros, a proteção obrigatória das IG. Deve ficar claro que o TRIPS é um acordo que prevê um mínimo, ou seja, o que os seus membros minimamente devem proteger ou garantir, podendo cada um estabelecer formas mais efetivas de proteção. (CERDAN et al., 2010).

A IG é definida, em seu artigo 22, “indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica” (CERDAN et al., 2010).

Além de regular a proteção das marcas, o TRIPS também regula, especificamente as IG em seus artigos 22 a 24. Por este acordo, as IG são aquelas que identificam um produto como originário do território de um Estado Membro, ou região, ou localidade naquele território, onde uma determinada qualidade, reputação, ou outra característica deste produto, é essencialmente atribuída a sua origem geográfica (BRUCH et al., 2010).

O TRIPS determina que os Estados Membros devem recusar o registro de uma marca, ou invalidá-lo, quando consista em uma falsa IG suscetível de induzir o consumidor a erro. Este seria o exemplo de uma marca que se denomine “Castanha do Pará”, sem contudo, indicar um produto originário do Pará (BRUCH et al., 2010).

Este acordo dispõe que inexistente obrigação de proteger indicações que não estejam protegidas no país de origem do produto, bem como aquelas que tenham caído em desuso ou tenham se transformado em IG genéricas (BRUCH et al., 2010).

No que se refere aos vinhos e destilados, o TRIPS estabelece uma proteção diferenciada, consistente na proibição de se utilizar uma IG para estes produtos quando originários de uma região diversa da indicada pela IG, ainda que a verdadeira origem esteja descrita no produto (BRUCH et al., 2010).

Normatização no Brasil

Com a adesão à OMC e ao TRIPS conseqüentemente, por meio do Decreto nº 1.355 de 30 de dezembro de 1994, as disposições previstas neste acordo passam a vigorar no Brasil. Para colocar em prática esta adesão o Brasil promulga a Lei 9.279 de 14 de maio de 1996. Esta define como se dá a proteção dos direitos de propriedade industrial, e, especialmente em seus artigos 176 a 182, regulamenta as IG no Brasil. Não que não houvesse proteção à IG no Brasil

anteriormente a 1996, todavia esta proteção de dava conforme previsto na CUP e no Acordo de Madri, combatendo as falsas indicações de procedência. A partir de 1996 têm-se uma proteção positiva destes direitos (CERDAN et al., 2010).

TRIPS apenas estabelece patamares mínimos, cada país, ao internalizá-lo, defini seus critérios - mais restritivos ou mais abrangentes (BRUCH et al., 2010). E a Lei brasileira aprofundou e promoveu adequações, portanto a Lei nº 9.279/1996, em seus artigos 176 a 182 é produto da harmonização da legislação brasileira com o TRIPS (BRUCH et al., 2010).

A Lei em referência, a nº 9.279, de 14 de maio de 1996 regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, regulamenta a IG no Brasil, como segue:

“Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem. 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. 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 humanos” (BRASIL, 1996).

Cabe salientar que o legislador brasileiro não internalizou de forma literal a definição de IG contida no TRIPS. Por um lado, restringiu-a em determinados aspectos, como no caso do uso de um nome geográfico, tendo em vista que o TRIPS permite o uso de qualquer nome, desde que este lembre uma localização geográfica. Por outro lado, expandiu o TRIPS, ao estender a proteção de uma IG também para os serviços, algo incomum, especialmente na Europa (BRUCH et al., 2010).

Portanto, no Brasil é considerado que IG ocorre quando se têm: IP ou DO. E, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI é o órgão federal ao qual foi atribuído pela Lei para estabelecer as condições de registro das IG no Brasil (CERDAN et al., 2010).

Indicação de procedência

É o tipo de IG dada quando o que se quer proteger é o nome geográfico do país, cidade, região ou localidade do território que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de serviço, de acordo com o art. 177 da Lei nº9279 (BRASIL, 1996). Portanto, ter um selo IP confere notoriedade qualitativa que se atingiu no desenvolvimento de determinado produto ou serviço relacionado a especificidades dos recursos naturais (clima, solo, geografia, qualidade da de água, bioma) ou humanos como a cultura da população local (LAGES; LAGARES; BRAGA, 2005).

A filosofia da IP é de proteger um nome geográfico, pois se baseia na notoriedade – ou seja, é preciso demonstrar que a região ou localidade se tornou conhecida pelo produto ou serviço ali prestado ou elaborado, considerando sua história e qualidades (SILVA et al., 2010).

O INPI, órgão federal que certifica as IP, determina em Instrução Normativa nº 95/2018 que “para fins de IP, considera-se que o nome geográfico se tornou conhecido quando expressamente mencionado, por diferentes fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou prestação de serviço assinalado (BRASIL, 2018).

A dimensão territorial de uma IP, deve observar uma série de critérios, como os saberes locais, a importância econômica e histórica do produto, a priori, é menos exigente em termos de estudos para a demonstração da ligação do produto com a origem (SILVA et al., 2010).

A primeira concessão de IP no Brasil foi a IP Vale dos Vinhedos na serra gaúcha, Rio Grande do Sul, para vinhos tintos, brancos e espumantes, em 19 de novembro de 2002 (ABDALA, 2017).

Denominação de origem

O INPI, órgão que concede o selo de DO, por intermédio da instrução normativa nº 095/2018, considera-se DO, as seguintes propriedades:

I. Fatores naturais são os elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, como solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam as qualidades ou características do produto ou serviço;

II. Fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias;

III. Qualidades são os atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços;

IV. Características são traços ou propriedades inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços” (BRASIL, 2018).

Constata-se que a DO é um tipo de IG a ser aplicada em produtos que se originam em uma região, lugar ou país específico, que possuam qualidades e características essencialmente ou exclusivamente atreladas a determinada área geográfica, incluídos fatores naturais e humanos. Dessa forma, as características geográficas (solo, subsolo, vegetação), meteorológicas (mesoclima) e humanas (cultivo, tratamento, saber-fazer, tradição, cultura) que permeiam todo o processo de produção são determinantes na caracterização e na diferenciação do produto (VALENTE et al., 2012).

A razão de ser, é de proteger, através de um nome geográfico, um produto único e não reproduzível em outra região. Temos que demonstrar, neste caso, que o produto ou o serviço

possui relação com a origem geográfica, a qual é responsável essencial ou exclusivamente por esta característica ou qualidade únicas (SILVA et al., 2010).

A determinação do espaço geográfico para uma DO, compreende área de produção onde o produto apresenta características específicas, determinadas por um conjunto de fatores naturais e humanos - efeito terroir. Nesse caso, são necessários mapas edafoclimáticos (solo, clima, vegetação etc.), sem, no entanto, excluir os saberes locais (savoir-faire), os modos de organização da produção, da transformação e as práticas dos agentes do território (SILVA et al., 2010).

Velloso et al. (2010) consideram que há fatores físicos do meio – como clima, relevo, vegetação e solo – que afetam significativamente a qualidade do produto, mas estes não são os únicos fatores a intervir na sua qualidade, é preciso que seja revelado através das técnicas precisas de produção. Tais práticas técnicas, tais modos de elaboração criados pelo homem ao longo do tempo irão influenciar a produção e intervir em diferentes níveis nas características finais do produto.

Vantagens das IGS

A proteção de uma IG pode imprimir inúmeras vantagens para o produtor, para o consumidor e para a economia da região e do país. O primeiro efeito esperado é uma agregação de valor ao produto ou um aumento de renda ao produtor (CERDAN et al., 2010).

É conferindo ao produto ou ao serviço uma identidade própria, visto que o nome geográfico utilizado junto ao produto ou ao serviço, conseqüentemente, cria-se um fator diferenciador em relação aos de outros mercados (SANTOS NETO, 2011).

Destacam-se os benefícios econômicos (acesso a novos mercados internos e exportação), os benefícios sociais e culturais (inserção de produtores ou regiões desfavorecidas), benefícios ambientais (preservação da biodiversidade e dos recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente). Apesar dessa apresentação dos diferentes benefícios possíveis, recomendamos considerá-los com cuidado: o registro de uma IG, por si só, não garante a priori um sucesso comercial determinado (CERDAN et al., 2010).

Agregar Valor

Para os produtores de leite franceses, o ganho das produções de queijo com IG valoriza mais o litro de leite: enquanto o leite vendido pelos produtores é pago em média nacional 0,30 euros o litro, o leite para a fabricação de queijo AOP Beaufort é vendido a 0,57 euros. O litro de óleo de oliva italiano “Toscano” é vendido 20% mais caro desde o registro de IG em 1998. O molho vietnamita IG “Nuoc Mam de Phu Quoc” é outro exemplo, com a proteção de IG, em

2001, o valor triplicou, passando de 0,5 euros o litro, em 2000, a 1,5 euros o litro em 2003. Na China, o reconhecimento do álcool de arroz amarelo de Shaoxing, como IG, teve aumento de preços em 20%, e as exportações para o Japão aumentaram em 14%. De modo geral, sobre preço observado nas IG europeias (AOP e IGP) variam entre 10 e 15%. (CERDAN et al., 2010)

A presença de regras coletivas, visando fixar os preços e estabelecer contratos entre os processadores e os produtores, melhora a competitividade da cadeia produtiva. A IG favorece uma distribuição equilibrada da mais-valia em toda a cadeia produtiva e neutraliza mais eficazmente os comportamentos oportunistas na cadeia produtiva. No Brasil, a implantação da indicação de procedência (IP) Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional se baseia em um controle preciso da procedência dos animais. Assim, se o consumidor desejar, ele pode, a partir do código de barra, verificar no site da associação de qual animal vem o corte de carne que ele acaba de comprar, conhecer a fazenda de produção e sua localização (CERDAN et al., 2010).

Oportunidades para regiões menos favorecidas

As 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 (savoir-faire). É o caso da Champagne (França) que era uma região pobre, uma desfavorável zona climática para produção de uvas, com solos ácidos. O método Champenoise de vinificação, adaptado às dificuldades dessa matéria-prima, permitiu o sucesso econômico. O mesmo ocorre com a maioria das DO de queijos, na França, em regiões de montanha e ou de acesso difícil (CERDAN et al., 2010).

Preservação do ecossistema

No caso da IG, a qualidade não se reduz apenas ao produto, pois define regras de preservação e valorização do meio ambiente, do homem com sua organização, história e cultura. Registre-se o interesse da ONG Internacional "BirdLife" de associar os produtores da APROPAMPA nas suas ações de conservação do bioma Pampa se inscreve dentro dessa perspectiva (CERDAN et al., 2010).

Notoriedade

Notório é o certo e verdadeiro, o que não precisa ser provado porque é sabido ou conhecido pelo público, a notoriedade é a fama que um produto ou serviço tem em função de suas qualidades reconhecidas pelos consumidores, que pode estar ligada, a uma região, no caso das IG, (VELLOSO et al., 2010).

História de uma IG

A história desempenha um papel fundamental na construção da notoriedade de um produto que, inicialmente, pode ser o resultado de tentativas e erros, de experimentações, de sucessivas aproximações, adaptações, até então chegar ao seu resultado, reconhecido por muitas pessoas. É importante que todo produto ligado ao território possua a sua história para contar e que possua notoriedade. Quanto maior a anterioridade (o tempo) da notoriedade, melhor e mais chances de ser reconhecida a IP (VELLOSO et al., 2010).

Desta forma, o levantamento histórico da região é uma etapa fundamental do processo que permite a comprovação da notoriedade e sua legitimidade, além de identificar e contextualizar elementos que podem servir para comprovar a reputação ou a ligação à origem (SILVA et al., 2010).

A realidade econômica histórica procura a localização dos primeiros produtores que deram origem à reputação da região. Os produtos seguem os homens, podem ocorrer variações, com frequência, causadas pelos homens e ligadas à trajetória de desenvolvimento das regiões: novas atividades econômicas, migrações, movimentos de população, evolução da cadeia produtiva (SILVA et al., 2010).

Desta maneira (SILVA et al., 2010) explica uma redução ou um aumento da região produtiva:

- A fabricação de um produto típico começou numa região e, ao longo do tempo, se espalhou.

- Ou, então, a fabricação de um determinado produto era muito comum numa grande região, entretanto, apenas uma comunidade se especializou ou continuou produzindo aquele produto, enquanto os vizinhos deixaram de produzir.

Material e Métodos

A pesquisa em administração pode ser definida como um questionamento ou investigação científica organizada, sistematizada, baseada em dados, crítica e objetiva sobre um problema específico, com o objetivo de encontrar respostas ou soluções para este (SEKARAN, 2003).

Quanto à tipologia, de acordo com Newman (2014), as pesquisas podem ser: exploratórias, descritivas ou explanatórias. A exploratória objetiva aprender e entender mais sobre um determinado tópico, formular questões que possam ser respondidas por pesquisas futuras. A pesquisa descritiva relata com detalhes específicos determinada situação, ocorrências sociais ou relações. Normalmente a pesquisa exploratória focaliza na questão “o que”, a descritiva nas questões “como” e “quem” e a explanatória tem como ponto focal o “por que”.

Sob o ponto de vista de sua realização, Creswell (2014) apresenta três tipos de pesquisas: qualitativa, quantitativa e modelo misto. A qualitativa procura explorar e entender os meios pelos quais indivíduos ou grupos descrevem determinados problemas humanos ou sociais.

Normalmente os dados são coletados por meio de entrevistas, seguidas da análise e da interpretação dos dados obtidos pelos pesquisadores, possibilitando que se parta de temas mais restritos (particulares) para temas mais gerais. A pesquisa quantitativa é utilizada para testar objetivos e ou teorias mediante o exame da relação entre variáveis, que normalmente se traduzem em dados numéricos e que são analisados por meio de técnicas estatísticas. O modelo misto utiliza-se da combinação dos dois tipos apresentados acima, podendo ser em forma sequencial ou paralela. Newman (2014) argumenta que as pesquisas qualitativas e quantitativas diferem em muitos aspectos, mas que também se complementam.

Yin (2001) apresenta várias formas de se realizar pesquisas em ciências sociais, entre eles o estudo de caso. Estudos de caso representam a estratégia preferida, quando são colocadas questões do tipo 'como' e 'por que', na situação em que o pesquisador tem pouco controle sobre eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real.

O estudo de caso pode ser classificado como exploratório, quando existe ainda pouca compreensão sobre o fenômeno estudado, e explanatório, quando lida com relações operacionais que precisam ser traçadas ao longo do tempo, mais do que com frequências ou incidências (YIN, 2001).

Esta pesquisa realizou um estudo de caso exploratório sobre o produto Alcachofra Roxa de São Roque, na cidade de São Roque, interior do Estado de São Paulo, para verificar se o registro de indicação geográfica proporcionado pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) possa significar avanços em termos de vantagem competitiva para os produtores locais.

Para tanto fez uso de dados secundários obtidos através do levantamento de estudos já realizados a este respeito. De acordo com Mattar (2001) a pesquisa de dados secundários tem como vantagens a economia de tempo, dinheiro e esforços, sendo que as fontes tradicionais deste tipo de dado são: a própria empresa, publicações, governos, instituições não governamentais e serviços padronizados de informações de marketing (MATTAR, 2001).

Resultados e Discussão

A alcachofra é de origem Mediterrânea (Norte da África e Sul da Europa), classificada como *Cynara scolymus* L., pertencente à família das margaridas e dos girassóis e está presente nos pratos mais requintados da gastronomia internacional. A alcachofra é comestível no período em que se encontra no estado de inflorescência, comumente chamado de botões. Da flor são consumidas as partes mais carnudas da pétala, o miolo comumente chamado de fundo e a parte interna dos talos (COBELLO, 2012).



Figura 1 – Alcachofra em estado de inflorescência (botão). Fonte: Sandro Marcelo Cobello – arquivo pessoal.

Alcachofra e São Roque

São Roque recebeu ao longo da sua história imigrantes europeus, inicialmente os portugueses, e depois os italianos (RODRIGUES, 2017). Por volta de 1890, vieram principalmente para trabalhar na Indústria Têxtil Brasital, sendo de origem camponesa, foram responsáveis pela introdução de técnicas agrícolas e pelo aperfeiçoamento do plantio de uvas e da alcachofra. O clima serrano do município aliado a diversos fatores como estações do ano bem definidas, com invernos não tão rigorosos e verões amenos, altitude média da cidade em torno de 700 metros, favoreceu a cultura destes produtos (COBELLO, 2012).

Processos específicos em um território específico e fatores naturais

Pelo clima serrano, os italianos, puderam diversificar suas atividades no município, e conforme bem-sucedidos, faziam aumentar a colônia italiana ao trazerem mais trabalhadores, e assim, a influência da sua cultura e gastronomia. O plantio da uva, produção de vinho, já praticada pelos imigrantes portugueses que os antecederam, a religião como fator de identificação na nova terra, a aceitação dos imigrantes por parte das instituições oficiais, e assim, pela sociedade como um todo, foi determinante para sua integração e permanência no município (RODRIGUES, 2017).

De acordo com Ana Lídia, produtora de alcachofra local:

“A planta exige clima ameno (não tolera frio intenso e úmido), prefere solo em declives, não suporta encharcamento, mas necessita de irrigação quase que diariamente” (RURAL, 2008).



Figura 2 – Irrigação. Fonte: Alcachofras Rolim.

A história de São Roque com a alcachofra tem relação direta com o solo e o clima, fresco e chuvoso, propícios ao cultivo, inicialmente, de maneira experimental pelos italianos; atualmente, porém, a produção alcança 700 mil unidades ano, sendo que os produtores locais chegaram a desenvolver uma espécie regional, uma variedade mais produtiva e adaptada ao clima da região, a Alcachofra Roxa de São Roque, sua cor natural é verde, mas o novo tipo chama mais a atenção do consumidor, que passou a associar a cor à qualidade e ao sabor (RODRIGUES, 2017).

Um manejo importante e diferenciador da Alcachofra Roxa de São Roque é a prática de ensacar o botão na plantação, o que protege as flores de chuvas, doenças e da aplicação de agrotóxicos, conforme informa o produtor Dario Antônio de Moraes:

“A medida valoriza os botões, que são embalá-los individualmente com sacos de papel, servindo para protegê-los do sol direto e impossibilita que a flor mude de cor. O sabor não muda, mas quanto mais roxo for o produto, maior o seu valor de venda” (RURAL, 2008).



Figura 3 – Plantação com alcachofras ensacadas. Fonte: Alcachofras Rolim.

A prática de ensacar consiste em envolver o botão com sacos de papel, para a proteção de predadores, do sol, de modo que peculiarmente em São Roque as alcachofras passaram a ser de cor roxa e não com a cor verde.

Qualidade, reputação e linearidade do produto

São quatro as variedades mais encontradas no mercado brasileiro: Roxa Comprida, Roxa Romana e Verde Redonda, sendo que a mais consumida e a mais plantada é a Roxa de São Roque (RURAL, 2008).

O plantio em São Roque inicialmente, foi feito de maneira experimental pelos italianos; sendo que os produtores locais chegaram a desenvolver uma espécie regional, uma variedade mais produtiva e adaptada ao clima da região, a Alcachofra Roxa de São Roque (RODRIGUES, 2017).

A produtora Ana Lídia evoca a origem e a adaptação em São Roque, a partir do início da colonização italiana:

“[. . .] todo mundo acha que ela veio de lá há uns 150 anos, mais ou menos, quando os italianos começaram a vir para cá, o que se acha é que ela aqui foi se adaptando, que ela sofreu uma mutação, porque ela é diferente das de lá. [. . .] até o modelo dela, e o sabor

[...] eu fui há dois anos atrás para a Europa para [...] estudar mais sobre a alcachofra, e eu queria alguma máquina, que pudesse ajudar, porque é tudo manual, é difícil o trabalho com a alcachofra, acaba com a gente, muito cansativo. Mas na Europa não achei nada, eles fazem tudo com máquina, mas é aquela alcachofrinha deles, pequenininha, ela é mais macia, mais tenra que a nossa, a nossa é muito mais fibrosa e ela não tem um formato certo, a nossa cada uma é de um jeitinho, e a deles, não, a deles é mais certa, e aí eu fui lá ver a máquina, mas não servia” (RODRIGUES, 2017).

Fatores humanos

Os tratamentos culturais necessários são irrigações semanais, que podem ser aumentadas em épocas de estiagem. As adubações de cobertura devem ser feitas a cada 30 dias, além de controle fitossanitário adequado para caramujos, percevejos, lesmas e outros insetos da terra. Como é uma planta rústica, não apresenta muitos problemas com doenças (RODRIGUES, 2017).

Como comprova a produtora Ana Lídia: “a cultura da alcachofra é muito delicada, muito suscetível às pragas e doenças (RURAL, 2008).

“[...] não existe ainda um produto específico para a alcachofra, você compra aquele insumo que é para o milho, para o feijão, para isto, para aquilo, para a alcachofra não existe nada, então tem que ir fazendo as experiências e ver o que acontece” (RODRIGUES, 2017).

Características

O traço marcante da alcachofra de São Roque está no próprio nome, Alcachofra Roxa de São Roque, característica reconhecida, resultado do ensacamento, conforme relata o produtor Dario Antônio de Moraes:

“A medida valoriza os botões, que são embalados individualmente com sacos de papel, servindo para protegê-los do sol direto e impossibilita que a flor mude de cor. O sabor não muda, mas quanto mais roxo for o produto, maior o seu valor de venda” (RURAL, 2008).

Conclusão

Esta pesquisa levantou, identificou e exemplificou possibilidades e dificuldades enfrentadas por aqueles que buscam registro de indicação geográfica (IG). A partir deste esforço é possível recomendar tal empreitada aos produtores de alcachofra de São Roque, pois estes têm elementos históricos e diferenciais de produto que reunidos devidamente e documentados poderiam consagrar este processo, revertendo em benefícios econômicos e sociais para os produtores da região.

Quanto ao IP, depreende-se do material pesquisado e analisado que através deste conseguir-se-ia proteger o nome geográfico da Alcachofra Rocha de São Roque, cidade que ficou conhecida como produtora, conforme os dados levantados, relacionados aos recursos naturais e recursos humanos. Observa-se que o clima serrano, temperaturas moderadas, com condições hídricas favoráveis, fatores humanos, com cultivo iniciado pela imigração italiana, há mais de um século e que foi se aperfeiçoando, até chegar numa espécie diferenciada, de cor roxa, possivelmente pela técnica local desenvolvida, o ensacamento dos brotos, para proteger do sol e de pragas, reduzindo a necessidade de inseticidas.

Já a DO além de contemplar os fatores naturais e humanos, apresenta duas outras exigências, quanto a qualidade bem como quanto a características. Ao considerar a dimensão qualidade, apurou-se que há atributos na Alcachofra Roxa de São Roque que a caracterizam como espécie mais plantada e consumida, onde a cor roxa a identifica e a valoriza em função de sua intensidade sendo essa uma característica deste produto reconhecida pelos consumidores que de certa forma incorporam.

A despeito das limitações desta pesquisa que se baseou em dados secundários, são observados indícios de que é possível no caso da alcachofra de São Roque satisfazer os requisitos condicionantes para a obtenção do registro tanto de indicação de procedência, como o de denominação de origem. Recomenda-se a coleção de dados históricos que serão necessários para compor processo neste sentido. Para estudos futuros, pretende-se acompanhar o processo de obtenção, na ótica das teorias da administração, em termos de marca regional e vantagem competitiva para os produtores locais, realizando entrevistas com pessoas de destaque deste setor da economia de São Roque, bem como presidentes de associações comerciais e de produtores, empresários, compradores etc.

Referências bibliográficas

- ABDALA, V. *Brasil tem 53 produtos com certificação de indicação de procedência, diz IBGE*. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-09/brasil-tem-53-produtos-com-certificacao-de-indicacao-de-procedencia-diz>>. Acesso em: 1 fev. 2021.
- BRASIL. Código de Propriedade Industrial - Lei 9279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Presidência da República*. Casa Civil.
- BRASIL. Instrução Normativa nº 095 de 28 de dezembro de 2018. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. *Ministério da indústria, comércio exterior e serviços*. INPI.
- BRUCH, K. L. et al. Indicação Geográfica e outros sinais distintivos: aspectos legais. In: *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: módulo II indicação geográfica*. 2. ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. p. 56–90.
- CERDAN, C. et al. Indicação Geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: módulo II indicação geográfica*. 2. ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. p. 26–55.
- COBELLO, S. M. *Alcachofra roxa de São Roque: turismo no meio rural e gastronomia em São Roque – SP*. Disponível em: <<https://culturaeturismocet.blogspot.com/2012/03/alcachofra-roxa-de-sao-roque-turismo-no.html>>. Acesso em: 20 abr. 2020.
- CRESWELL, J. W. *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approach*. 4a ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc., 2014.
- LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. L. *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2005.
- MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. 3a. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

NEWMAN, W. *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Harlow: Pearson Education Limited, 2014.

RODRIGUES, A. V. *Alcachofra: da origem à transformação em bem cultural e turístico no município de São Roque/SP*. [s.l.] UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 2017.

RURAL, R. Alcachofras: as européias de São Roque. *Revista Rural*, out. 2008.

SEKARAN, U. *Research methods for business: a skill-building approach*. 4a ed. New York City: John Wiley & Sons, 2003.

SILVA, A. L. DA et al. Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. In: *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: módulo II indicação geográfica*. 2. ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. p. 128–156.

VALENTE, M. E. R. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. *Ciência Rural*, v. 42, n. 3, p. 551–558, 2012.

VELLOSO, C. Q. et al. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In: *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: módulo II indicação geográfica*. 2. ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. p. 92–126.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2a ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

¹Isabele da Rocha Gomes. Graduanda do Bacharelado de Administração, Bolsista PIBIFSP. isabele.rocha@aluno.ifsp.edu.br;

²José Hamilton Maturano Cipolla. Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico. hamiltoncipolla@ifso.edu.br;

³Waldemar Hazoff Jr. Professor do Ensino Básico Técnico e Tecnológico. waldemar.hazoff@ifsp.edu.br.

^{1,2,3}Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Câmpus São Roque, Rodovia Prefeito Quintino de Lima, 2100 – Paisagem Colonial – São Roque – SP.

Este artigo:
Recebido em: 12/2020
Aceito em: 02/2021

Como citar este artigo:

GOMES, Isabele da Rocha; CIPOLLA, José Hamilton Maturano; HAZOFF JR, Waldemar. Indicação geográfica da Alcachofra Roxa do município de São Roque, no interior do estado de São Paulo, Brasil: um estudo de caso. *Scientia Vitae*, v.11, n.32, ano 8, p. 22-38, jan./fev./mar. 2021.