

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
ALEGRIA

**Avaliação do Potencial de IG para
a Cerâmica da Alegria**

CEARÁ - BRASIL

© 2021. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATOS:

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SGAS Quadra 605, Conjunto A, Asa Sul
CEP.: 70.200-904, Brasília - DF.
Telefone: (61) 3348-7636
www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Gerente da Unidade de Inovação

Paulo Renato Macedo Cabral

Coordenação Nacional

Hulda Oliveira Giesbrecht

Raquel Beatriz Almeida de Minas

Entidade executora especializada em Indicação Geográfica

INOVATES CONSULT LTDA

1. INTRODUÇÃO

Percebe-se cada vez mais uma tendência dos consumidores em valorizar a origem dos produtos e serviços que consomem. Dentre as ferramentas de proteção e de promoção da origem, a Indicação Geográfica (IG) é amplamente utilizada mundialmente. A Indicação Geográfica é um nome que se refere a um local geográfico vinculado a um produto ou serviço particular. É usada para identificar produtos que têm qualidade e reputação específicas devido à sua origem geográfica. Os consumidores podem associar a qualidade do produto à sua origem, e como resultado, esse pode conseguir uma maior valorização em relação aos produtos concorrentes.

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização requerente da IG junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar a estrutura necessária para reconhecê-la e geri-la, os produtores precisam unir esforços e trabalhar em conjunto por um objetivo comum. Na realidade, o processo de reconhecimento da IG funciona como um incentivo poderoso para todos os produtores e empresas locais investirem coletivamente em melhoria da qualidade do produto e em estratégias de marketing e de comercialização para ampliar as suas vendas e gerar desenvolvimento local.

A IG pode ser aplicada como uma ferramenta de coordenação e estruturação de determinada região, podendo unir produtores, empresas, instituições e toda a população, visando alcançar o mesmo objetivo. Como consequência, o comércio e o turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de produtos/serviços típicos e diferenciados, vinculados a territórios específicos, deve ser preservada, valorizada e convertida em valor para os produtores e população local.

No Brasil, a proteção das Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por

atribuição, conforme a Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelecer as condições de registro das Indicações Geográficas no país.

O Sebrae atua na orientação e fomento aos pequenos negócios para protegerem e promoverem suas regiões vinculadas a produtos/serviços por meio das Indicações Geográficas, com vistas a acessar mercados, ampliar a competitividade e gerar desenvolvimento local.

O presente documento apresenta os resultados do diagnóstico técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica da Cerâmica da Alegria, município de Ipu, no estado do Ceará, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da Cerâmica da Alegria como Indicação Geográfica utilizou subsídios para análise as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região, a partir da metodologia desenvolvida pelo Sebrae, com base no Marco Legal de Indicações Geográficas.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Conforme o Art. 176 da Lei de Propriedade Industrial, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência ou a Denominação de Origem.

2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

Conforme o Art. 177 da Lei de Propriedade Industrial, “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.”

2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

Outrossim, conforme o Art. 178 da Lei de Propriedade Industrial, “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.”

3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA A CERÂMICA DA ALEGRIA

A obtenção do reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica, de acordo com a legislação brasileira, e a conseqüente proteção dessa, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos produtos típicos e diferenciados brasileiros.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária a realização de um diagnóstico para verificar se uma determinada região tem a real possibilidade de ser protegida pelo registro da Indicação Geográfica.

Foi elaborada pelo Sebrae em 2010, uma metodologia para avaliar o potencial de uma área geográfica vinculada a um produto/serviço para reconhecimento como Indicação Geográfica. Essa metodologia foi aprimorada a partir dos aprendizados decorrentes de sua aplicação nos últimos anos, conforme apresentado neste documento.

O resultado da aplicação dessa metodologia tem como objetivo apoiar as decisões sobre a pertinência da implementação de um processo de estruturação de uma Indicação Geográfica, tanto na modalidade de Indicação de Procedência quanto na modalidade de Denominação de Origem.

A metodologia compreende um questionário utilizado como roteiro de entrevista realizada por um especialista em IG junto aos produtores de uma região. A análise das respostas ao questionário junto com as informações coletadas em fontes secundárias, subsidiam aos especialistas para traçar um panorama da forma de produção de um produto específico na região em questão e, ao final, gerar indicadores qualitativos em relação aos requisitos para se proteger uma Indicação Geográfica.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIS. As questões críticas são fundamentais para a verificação do real potencial da região que é objeto do diagnóstico ser reconhecida ou não como uma Indicação Geográfica. As questões estruturais, por sua vez, têm como respostas um resumo das informações obtidas com as pessoas contatadas. Elas serão importantes para classificar o real potencial da implementação da Indicação Geográfica de acordo com uma série de indicadores que serão gerados.

3.1. DADOS BÁSICOS

3.1.1. Dados da potencial IG

Nome Geográfico: *Alegria*

Produto (incluindo produtos derivados): *Cerâmica*

Municípios envolvidos: *Ipu - CE*

Entidade coletiva: *Associação dos Artesãos de Alegria (ADADA)*

CNPJ: *08.000.596/0001-31*

Data de Fundação: *05/05/2006*

3.2.1. Avaliação do potencial de IP

QUESTÃO 1 - Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto? Quais?

Sim. Os artesãos participam dos encontros e eventos do Estado. Já vendem as cerâmicas da Alegria há bastante tempo. Há um galpão onde produzem e comercializam as cerâmicas na Comunidade da Alegria, desde 1997.

As artesãs, também chamadas de louceiras, fabricam peças com um tipo de argila típica da região que suporta altas temperaturas. As panelas de barro são as mais procuradas pelos visitantes. Elas resistem ao fogo, propiciando o preparo do baião-de-dois, da feijoada e da panelada com uma qualidade superior às feitas na panela de alumínio.

A cidade de Ipu é conhecida pelo romance de José de Alencar que mitificou a índia tabajara Iracema e pela bica de 130 metros que desce a encosta da Serra Grande. A técnica de produção das peças de cerâmica ainda é remanescente da tradição indígena: as mulheres levantam as peças usando o cordel, que neste caso é a mais rudimentar de todas. Aos homens é destinada a tarefa de ir colher o barro nas minas de argila e de fazer a queima no forno.

3.2.2. Avaliação do potencial de DO

QUESTÃO 2 - Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto com o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores? Quais?

Utilizam o barro vermelho da comunidade que resiste até 1000 graus, misturam com a areia do riacho para que o produto adquira resistência. Existem comprovações científicas que comprovam as suas características físicas e mecânicas.

3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS

As respostas das questões estruturais (questões 3 a 35) vão gerar subsídios para o aprofundamento da análise do potencial de estruturação e reconhecimento da Indicação Geográfica, de acordo com 9 critérios:

1. Produto;
2. Territorialidade;
3. Método de produção/Cadeia produtiva;
4. Governança;
5. Identidade e senso de pertencimento;
6. Desempenho econômico;
7. Necessidade de proteção;
8. Pesquisa envolvida;
9. Visão de futuro.

3.3.1. Critério Produto

QUESTÃO 3 - Quais são as características/qualidades do produto vinculado à área geográfica indicada?

Resistente, totalmente artesanal, tem tradição, feito de barro vermelho e roxo misturado com a areia do riacho.

QUESTÃO 4 - Existem derivados do produto produzidos na área geográfica indicada? Se sim, quais são?

Jarros, panelas, potes, cuscuzeira, cumbuca, caldeira, travessa caracol, chaminés para fogão a lenha, fogareiro, luminárias, cofre, copo, louças decorativas.

QUESTÃO 5 - O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?

Durabilidade, tradição, diversidade de produtos, processo manual e possibilidade de ir ao forno.

QUESTÃO 6 - Desde quando o produto é produzido na área geográfica?

Há mais de 200 anos.

QUESTÃO 7 - O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?

Ainda não há exigências ambientais para a extração do barro.

3.3.2. Critério Territorialidade

QUESTÃO 8 - Existe uma área geográfica específica que é reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?

Comunidade de Alegria, conhecida como somente "Alegria".

QUESTÃO 9 - Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agro-industrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada? Quais dessas etapas definem a reputação, as características ou qualidades do produto da IG pelo mercado?

Todo o processo produtivo ocorre na Comunidade. Pessoas de fora do município vem comprar o produto. Algumas pessoas levam para fora do estado, são utilizados em novelas de época para produções no Rio de Janeiro. São comercializados na CEART.

QUESTÃO 10 - Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?

Sim.

3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva

QUESTÃO 11 - Quais elos da cadeia do processo produtivo são envolvidas com o produto a ser protegido da produção primária à distribuição?

Extrator de barro, artesãs, atravessadores.

QUESTÃO 12 - Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?

Pedem uma pessoa da comunidade para extrair o barro e levam até as artesãs com o auxílio de carrinho de mão. O modo de fazer é tradicional e passado em gerações.

QUESTÃO 13 - Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?

Cada artesã produz os seus produtos específicos. Quando recebem encomendas grandes elas dividem entre si. A CEART propõe designs para as cerâmicas.

QUESTÃO 14 - Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?

Comercializado na própria comunidade, nas feiras da região. Existem atravessadores que compram e revendem para municípios vizinhos. Além da comercialização na CEART e de pessoas que fazem encomendas.

80% são vendidos para atravessadores e 20% compra direta.

10% da peça é para manter o galpão funcionando.

QUESTÃO 15 – As instituições públicas reconhecem e implementam políticas públicas de valorização e apoio à cadeia produtiva do produto analisado?

O galpão foi feito pelo Governo do Estado. Ajudam mais na questão estrutural. Foi instituída a Lei Aldir Blanc.

A Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020) define ações emergenciais destinadas ao setor cultural durante o estado de calamidade, em função da Covid-19. Ela prevê o repasse de R\$3 bilhões a estados, municípios e ao Distrito Federal para medidas de apoio e auxílio aos trabalhadores da cultura atingidos pela pandemia.

3.3.4. Critério Governança

QUESTÃO 16 - Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?

Sim. Associação de artesãos da alegria (ADADA) – 50 associados - Existência de uma relação harmoniosa e de cooperação entre eles

QUESTÃO 17 - Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?

A ADADA representa efetivamente os artesãos e articulam para buscar apoio aos artesãos da Cerâmica da Comunidade de Alegria.

QUESTÃO 18 - Essa entidade dispõe de saúde financeira e/ou capacidade de articulação para a busca por recursos?

Tem articulação para buscar apoio para participação dos eventos. 10% do que vendem vai para custos com o galpão.

QUESTÃO 19 - Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?

Não.

QUESTÃO 20 - Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?

Possuem boa relação, apesar de nem todas as artesãs estarem associadas.

3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento

QUESTÃO 21 - Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?

É um prazer e um dom ser louceira. A produção é passada de geração em geração e a tradição é passada de mãe para filhas. O artesanato significa tudo para a vida das artesãs e com a venda sustentam toda a família.

QUESTÃO 22 - Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?

Sim.

QUESTÃO 23 – Na percepção dos produtores, a população local reconhece o produto como parte da identidade do território?

Sim, pessoas de dentro e de fora do território.

QUESTÃO 24 – Há o reconhecimento público ou de mercado do produto ou do saber-fazer (IPHAN, *SlowFood*, chefs, restaurantes, festivais, entre outros)?

A Dona Branca (Maria Alves de Paiva) ganhou em 2003 o reconhecimento como Mestre da Cultura Tradicional Popular do Estado do Ceará e Ipu está na Rota Mirantes de Ibiapaba

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

QUESTÃO 25 - Qual a quantidade de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?

Mais de 30 famílias trabalham com o artesanato com cerâmicas.

QUESTÃO 26 - Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção na área geográfica em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?

Aproximadamente 50 peças por semana por artesã. Aproximadamente 1000 peças por mês.

Devido a diversidade de produtos e grau de dificuldade não se sabe ao certo.

QUESTÃO 27 - Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?

A demanda é bastante sazonal. Devido a variedade de peças, é difícil de mensurar. Varia de 2 reais (o pratinho de barro) a 130 reais (conjunto de panela).

3.3.7. Critério Necessidade de Proteção

QUESTÃO 28 - Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?

Não.

QUESTÃO 29 - Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?

Sim. Na CEART identificam quem é a produtora. Dá pra identificar a diferença pelo barro.

3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida

QUESTÃO 30 - Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?

Sim.

QUESTÃO 31 - Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?

Sim.

QUESTÃO 32 - Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são? Se não, quais estudos seriam necessários para comprovar as características e qualidades do produto vinculadas ao meio geográfico?

Sim. Johnw ficou responsável por repassar essas informações.

QUESTÃO 33 - Quais ICTs estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?

Universidade Federal do Ceará, NUTEC - Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará. Instituto Federal do Ceará.

3.3.9. Visão de Futuro

QUESTÃO 34 - Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?

Maior reconhecimento do mercado, financeiramente e cultural. O trabalho das louceiras é muito valorizado fora da região, portanto esperam ser reconhecidos no mercado local, ter maior valorização do produto.

QUESTÃO 35 - Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

Estão preocupados com a sucessão familiar, visto que a artesã mais nova possui 38 anos e os mais novos não são atraídos para a atividade.

3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA

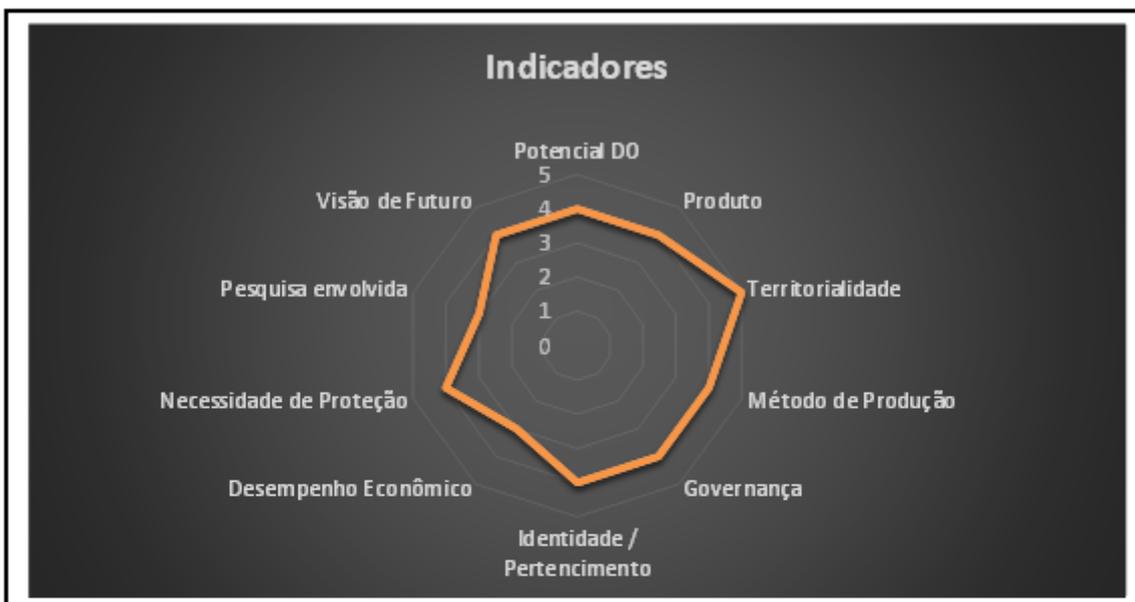
O gráfico abaixo apresenta o resultado a respeito do atendimento aos critérios avaliados da potencial IG, considerando que a escala vai de 0 a 5, sendo que 0 (zero) não atende ao critério e 5 (cinco) atende totalmente ao critério.



NÃO ATENDE

ATENDE TOTALMENTE

CERÂMICA DA ALEGRIA



	CRITÉRIOS	NOTA
1	Potencial DO	4
2	Produto	4
3	Territorialidade	5
4	Método de Produção	4
5	Governança	4
6	Identidade / Pertencimento	4
7	Desempenho Econômico	3
8	Necessidade de Proteção	4
9	Pesquisa envolvida	3
10	Visão de Futuro	4

4. CONCLUSÃO - ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

O nome geográfico ALEGRIA aponta relevante potencial de reconhecimento como Indicação Geográfica, inerente à análise das informações apuradas durante o diagnóstico e evidências coletadas. Desta forma, evidenciamos a possibilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, na espécie Denominação de Origem (DO).

para a cerâmica produzida na Comunidade de Alegria, no município de Ipu, no estado do Ceará.

Embora preliminarmente trazido ao diagnóstico o nome geográfico “Comunidade de Alegria”, nota-se que, na realidade, as cerâmicas são conhecidas por Cerâmicas da Alegria, assim como as artesãs daquela região. Desta forma, concluiu-se que há notoriedade sobre o nome geográfico “Alegria”, o qual deverá ser trabalhado em sede de estruturação da Indicação Geográfica.

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção da potencial IG Alegria para a Cerâmica compreende, preliminarmente, o território da Comunidade de Alegria, no município de Ipu, Estado do Ceará, que em sua totalidade, possui as características geomorfológicas que propiciam a produção de cerâmicas feitas do barro e com o saber-fazer característico desta região.

A busca do registro de Denominação de Origem exige um aprofundamento na realização de estudos técnicos-científicos que atestam a qualidade e características peculiares das cerâmicas dessa região, de modo a comprovar que essas são devidas, exclusivamente, aos fatores naturais e humanos do meio geográfico.

A principal função desta potencial IG será a de agregar valor ao produto final e principalmente proteger a região produtora, possuindo um papel fundamental na proteção histórica e cultural local.

A IG e o processo de organização envolvidos tornam-se um meio de coordenação e estruturação da governança de uma determinada região, reunindo produtores, empresas, entidades e instituições de pesquisa, além de toda comunidade envolvida. A principal consequência desse processo é a possibilidade dos produtores, do comércio e do turismo de uma região se beneficiarem da iniciativa, trazendo consumidores e turistas nacionais e internacionais, em busca de um produto tradicional.

Para que esta Indicação Geográfica seja depositada no INPI, torna-se necessário a elaboração de uma série de documentos, que farão parte do processo de comprovação das evidências, a serem depositados para análise.

4.1. DESAFIOS PARA A IG DA ALEGRIA PARA A CERÂMICA

Em função dos primeiros resultados obtidos para o estudo da potencial IG, observamos a alguns desafios a serem superados, principalmente:

- a)** como primeiro passo recomendamos a criação de um comitê gestor para orientar as ações seguintes relativas a esta IG. Este grupo deverá buscar conhecimento sobre conceitos de Indicações Geográficas, buscar parceiros que possam auxiliar em um processo de estruturação, envolver os atores que pertencem a esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva;
- b)** capacitar os integrantes do Comitê Gestor, tendo em vista a necessidade de nivelar os conhecimentos acerca da Indicação geográfica, especialmente no que diz respeito à importância, uso e execução dessa ferramenta, trabalhando e disseminando o conceito para a sociedade da maneira correta;
- c)** adequar e fortalecer a Associação dos Artesãos da Alegria (ADADA), estrutura de organização que congrega os produtores da região. Essa organização poderá vir a ser o substituto processual para o requerimento do reconhecimento formal de indicação geográfica junto ao INPI e apoiará a estrutura de governança da IG a ser consolidada;
- d)** há a necessidade de evoluir em conjunto nos padrões de qualidade das cerâmicas deste território, que requer ampliar os trabalhos de conscientização das boas práticas na produção de cerâmica, para alcançar novos mercados nacionais e internacionais, e dar impulso na melhoria da rentabilidade e principalmente na proteção da Cerâmica da Comunidade de Alegria;
- e)** nota-se que a região possui valiosos estudos técnicos-científicos que atestam o nexo causal do diferencial da região no artesanato das cerâmicas, todavia, para a delimitação de área da Denominação de Origem da Alegria para a Cerâmica, faz-se necessário a realização de estudos mais aprofundados, de modo a comprovar essas evidências e orientar a delimitação da área geográfica, caso os produtores optem pela DO;
- f)** baseados em todo o conjunto de evidências, realizar levantamento/elaboração de estudos científicos que vinculem o produto ao

meio geográfico, requisito necessário ao pedido de reconhecimento formal como Denominação de Origem, especialmente na comprovação de que os barros presentes na região é o que torna a cerâmica um produto único;

- g)** é importante que os métodos de controles de produtores e associações tenham convergência no sentido de facilitar a unificação desses dados para que seja viável controlar, auditar e disponibilizar o produto ao mercado. Visto isso, recomendamos que sejam criados mecanismos de controles e sejam realizadas capacitações de produtores e executivos das associações para uso de tais ferramentas.

Uma Indicação Geográfica também é um modelo de melhoria contínua do processo de produção. Mesmo mantendo-se características de originalidade, existem inúmeros ganhos que os produtores podem ter com a implementação de uma Indicação Geográfica, que vão desde a gestão do negócio, inovação e otimização dos processos, até a externalização do produto e a relação com os consumidores. O incentivo à organização dos segmentos relacionados com dinâmica produtiva das cerâmicas desta área geográfica, bem como a orientação necessária para o pedido de reconhecimento formal de DO junto ao INPI, se baseiam em estudos e pesquisas cujos resultados sugerem que as cerâmicas produzidas nesta região atendem aos indicadores de qualidade e sustentabilidade, garantindo uma notoriedade ao produto e a conquista de um mercado diferenciado.

A construção do processo da Indicação Geográfica deverá avançar no sentido de identificar as práticas produtivas para a produção de cerâmica desta região, que são compartilhadas entre os produtores, técnicos e pesquisadores e que deverão ser insumo para a formatação de todo o sistema de gestão da produção e do sistema de autogestão e controle da Indicação Geográfica da Alegria para a cerâmica.

Portanto, tendo como base os requisitos legais e o questionário aplicado, conclui-se que Alegria poderá ser reconhecida como uma Indicação Geográfica pelo INPI, todavia devendo ser trabalhados os desafios a serem superados. Desta forma, as análises realizadas atestam a potencialidade da Alegria para Indicação Geográfica.

5. REFERÊNCIAS

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA BRASILEIRA. INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, SEBRAE. Brasília, 2010.

BRASIL. Lei N° 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 02 abr. 2020.

INPI. Instrução Normativa N° 095/2018, de 28 de dezembro de 2018. **Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.** <<http://www.inpi.gov.br/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf>>. Acesso em: 06 abr. 2020.