

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
RIO NEGRO

**Avaliação do Potencial de IG para
os Artesanatos Rio Negro**

AMAZONAS - BRASIL

© 2022. 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 dos Artesanatos do Rio Negro, no estado do Amazonas, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento dos Artesanatos do Rio Negro 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 OS ARTESANATOS DO RIO NEGRO

A obtenção do reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica, de acordo com a legislação brasileira, e a consequente 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 ESTRUTURAIIS. 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: *INDICAÇÃO GEOGRÁFICA ARTESANATOS DO RIO NEGRO*

Produto (incluindo produtos derivados): *cestarias; bancos de madeira; acessórios de decoração e moda (traçados de fibras, cerâmicas, madeiras, sementes e outros).*

Municípios envolvidos: *Barcelos; Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira.*

Entidade coletiva: *NACIB; ASSAI; COMUNIDADE DO AREAL; PRÓ AMAZÔNIA; WARIRÓ; PIAÇASSIUARA.*

CNPJ:

Data de Fundação:

3.2. QUESTÕES CRÍTICAS

As respostas das questões críticas (questões 1 e 2) vão indicar se existe potencial da área geográfica ser registrada como uma Indicação Geográfica.

Especificamente, a questão 1 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Indicação de Procedência (IP). Já a questão 2 pretende indicar se existe uma tendência da potencial Indicação Geográfica ser registrada como uma Denominação de Origem (DO).

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, existem evidências históricas, sendo exemplos: publicação na revista CASA CLAUDIA; publicação na revista CASA VOGUE; publicação feita pela FUNDAÇÃO VITÓRIA AMAZÔNICA; SELO TOP 100 (SEBRAE); publicação CERÂMICA BANIWA (FOIRN e ISA); NOVA CARTOGRAFIA (INPA); publicação ARTESANATO WARIRÓ

(FOIRN e ISA); relações de mercado com a empresa "BOMBONS FINOS DA AMAZÔNIA"; FESTIVAL DA PIAÇAVA DE SANTA ISABEL; FECAB (FESTIVAL DE CULTURA E ARTE DE BARCELOS); FESTIBAL (SÃO GABRIEL DA CACHOEIRA); LOJA BRASIL ORIGINAL; MARCA BRASIL ORIGINAL.

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?

Há uma percepção, nos grupos de produtores, quanto ao processo produtivo (que torna o produto diferenciado pelo saber-fazer). De igual forma, na percepção dos produtores, as fibras utilizadas em algumas peças possuem características únicas, influenciadas pelo meio natural de onde são extraídas. Todavia, até o momento não há registro formal de evidências concretas que sejam capazes de comprovar o vínculo das qualidades ou características dos produtos com o meio geográfico analisado.

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?

Design, manipulação das matérias-primas, identidade sociohistórica.

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

Não se aplica.

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?

Design, manipulação das matérias-primas, identidade sociohistórica.

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

Os produtos são decorrentes de um processo histórico de transmissão de

conhecimento a partir do saber-fazer característico dos povos indígenas, primeiros habitantes da região.

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

Ao conhecimento dos produtores, os produtos e processos produtivos estão em conformidade com as regulamentações legais.

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?

O mercado reconhece os produtos como oriundos do "Rio Negro", sendo que a área abrangida vai do município de Barcelos, passando pelo município de Santa Isabel do Rio Negro até o município de São Gabriel da Cachoeira.

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?

Todas as etapas do processo produtivo ocorrem dentro da área de abrangência, sendo a composição das etapas do processo o que define a reputação dos produtos no mercado.

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

Sim. Todos os produtores estão sediados dentro da área de abrangência.

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?

A extração, a manipulação das fibras e a confecção dos produtos e a comercialização direta estão dentro do território a ser protegido. A comercialização pelos logistas acontece fora da área de abrangência, principalmente em Manaus e Sul e Sudeste do Brasil.

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?

Sim, especialmente a manipulação (tratamento das fibras, sementes, madeira e outros insumos do processo produtivo) das fibras, o design conceitual dos produtos e o formato dos "trançados".

Existe uma ficha técnica que é utilizada pelos produtores de alguns grupos onde são registrados os produtos, suas características e seus respectivos processos de confecção.

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?

Sim, existe uma avaliação dos produtos que é feita pela direção das entidades representativas dos artesãos. Identificada a não conformidade do produto em relação à qualidade e características exigidas, tal produto não será comercializado.

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?

Há uma interlocução saudável entre os elos da cadeia, desde a extração das fibras, passando pelos artesãos até o mercado final.

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

Os produtores têm evidenciado que algumas instituições, a exemplo da SEDECTI/AM, têm buscado apoiar e valorizar essa cadeia produtiva, sendo ainda necessário um amadurecimento, principalmente em âmbito municipal, de políticas públicas voltadas a esse segmento produtivo.

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?

*NACIB; ASSAI; AAICA; PRÓ AMAZÔNIA; WARIRÓ; PIAÇASSIUARA.
São instituições devidamente formalizadas.*

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

As entidades (cada uma na sua localidade de atuação) estão ativas e atuantes, sendo que os produtores reconhecem e valorizam a representatividade dessas organizações.

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

As entidades estão minimamente organizadas e regularizadas, portanto, aptas a buscar parcerias, inclusive no que tange à captação de recursos.

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

Não. Especificamente para a representatividade /substituto processual da IG se deverá fazer um trabalho de verificação junto às associações representativas dos grupos.

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

A relação entre os grupos de produtores é harmoniosa e colaborativa.

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?

Sustentabilidade do processo produtivo; preocupação dos produtores com a "pegada ambiental" dos produtos; o respeito ao design característico dos produtos.

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, os produtores se orgulham de seus produtos e das características do território de abrangência, compreendendo que a produção do artesanato do Rio Negro colabora efetivamente para o desenvolvimento socioeconômico da área geográfica.

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

Sim, os produtores entendem que os produtos compõem um rol de elementos distintivos do território.

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

Esse reconhecimento se materializa em publicações diversas, feiras, festivais e relações com o mercado estabelecidas.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

QUESTÃO 25 - Quais as quantidades de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?

Os produtores e as entidades representativas ainda estão trabalhando para identificar de forma mais assertiva esses quantitativos. Há que se fazer um trabalho específico nesse sentido.

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?

Não existem dados consolidados acerca do volume de produção na área geográfica, sendo importante dizer que não se pode fazer comparativos entre volumes de produção a nível estadual ou nacional, já que os produtos de artesanato do Rio Negro são únicos e feitos manualmente um a um.

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

Produtores, entidades representativas e instituições ainda precisam buscar e consolidar essas informações. Não obstante, o Núcleo de Arte e Cultura Indígena de Barcelos - NACIB, estima que a produção anual de seus associados gire em torno de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

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?

Até o momento os produtores ainda não identificaram essas evidências.

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

Sim, as empresas têm exigido referências sobre os produtores, de forma a evidenciar que os produtos têm origem na área geográfica.

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?

Na percepção dos produtores, as fibras utilizadas em algumas peças possuem características únicas, influenciadas pelo meio natural de onde são extraídas.

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?

Há uma percepção, nos grupos de produtores, quanto ao processo produtivo (que torna o produto diferenciado pelo saber-fazer) além da tradição indígena.

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?

Os produtores ainda não têm conhecimento desses estudos, sendo necessário, por exemplo, pesquisas relacionadas à biologia das fibras e à geologia da argila utilizada para confecção de peças de cerâmica.

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?

INPA, CBA, UFAM, UEA, SFB/MAPA, EMBRAPA, dentre outras.

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?

Ampliar o volume de produção para atender o mercado nacional e internacional, desenvolver site de vendas dos produtos (e-commerce) e outras plataformas de vendas.

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

Gerar empregos sustentáveis capazes de colaborar para o desenvolvimento socioeconômico da região; Promover geração de renda socialmente justa e economicamente viável, valorizando os saberes, tradições e cultura dos povos do Rio Negro. Agregar valor à produção por meio do legítimo reconhecimento da identidade territorial de seus produtos.

3.4. AVALIAÇÃO DE POTENCIAL

A partir dos registros e informações coletadas no decurso do processo de aplicação do questionário de avaliação de potencial indicação geográfica para os Artesanatos do Rio Negro, restou demonstrado que os produtos relacionados apresentam íntima ligação com o território e seus habitantes, carregando uma identidade única que nasce do saber-fazer específico daquela área geográfica onde são produzidos. Tais produtos, como se pode notar, diferenciam-se de congêneres disponíveis no mercado, entre outros fatores, por exaltar a região geográfica em que são confeccionados. A aceitação que lhes é dada pelo público consumidor reconhece a indissociabilidade entre eles e o meio em que são produzidos.

Ademais, pareceu evidente que a “arte de fazer” é propriedade intelectual dos artesãos do Rio Negro, que ao longo de um rico processo sociohistórico desenvolveram, apromimoraram e transmitiram a seus descendentes esta arte.

Assim, concordam os avaliadores responsáveis por este trabalho que os produtos de Artesanato do Rio Negro apresentam um complexo conjunto de características e peculiaridades que os tornam únicos, havendo uma natural e inquestionável relação entre estes produtos e a área geográfica em que são construídos, restando demonstrado, portanto, o grande potencial desta produção para vir a ser reconhecida como Indicação Geográfica, merecedora dos esforços necessários à garantia de sua proteção.

5. REFERÊNCIAS

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

BRASIL. Lei N^o 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^o 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.