

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA
MARMELADA DE SANTA LUZIA

**Avaliação do Potencial de IG para
a Marmelada de Santa Luzia**

© 2020. 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

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS.....	4
2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA.....	4
2.2. DENOMINAÇÃO DE ORIGEM	4
3. APLICAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA A MARMELADA DE SANTA LUZIA.....	5
3.1. DADOS BÁSICOS	6
3.1.1. Dados do entrevistado	Erro! Indicador não definido.
3.1.2. Dados da potencial IG	6
3.2. QUESTÕES CRÍTICAS	6
3.2.1. Avaliação do potencial de IP	7
3.2.2. Avaliação do potencial de DO	7
3.3. QUESTÕES ESTRUTURAIS.....	8
3.3.1. Critério Produto	8
3.3.2. Critério Territorialidade.....	10
3.3.3. Critério Método de Produção/Cadeia Produtiva	11
3.3.4. Critério Governança	11
3.3.5. Critério Identidade e Senso de Pertencimento	13
3.3.6. Critério Desempenho Econômico	14
3.3.7. Critério Necessidade de Proteção.....	14
3.3.8. Critério Pesquisa Envolvida	14
3.3.9. Visão de Futuro.....	15
3.4. GRÁFICO DE RADAR DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA AVALIADA	16
4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA	17
4.1. CONFLITO DE SINAIS DISTINTIVOS – MARCAS	Erro! Indicador não definido.
4.2. DESAFIOS PARA A IG DE CAMPOS PARA O CHUVISCO	18
5. REFERÊNCIAS.....	21

1. INTRODUÇÃO

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

As IGs pertencem exclusivamente aos produtores de um determinado território, sendo gerenciada pela organização que os representa. Essa é uma das características importantes das IGs porque, para administrar toda a estrutura necessária para reconhecê-la e monitorá-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 investirem em qualidade, estratégias de marketing e comercialização.

A IG age 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, todo o comércio e turismo da região podem se beneficiar da iniciativa.

O presente documento apresenta os resultados do Diagnóstico Técnico para a Avaliação do Potencial de Indicação Geográfica da Marmelada de Santa Luzia, no estado de Goiás, Brasil.

A avaliação do potencial de reconhecimento da IG da Marmelada de Santa Luzia buscou como subsídios para análise, as bases históricas, técnico-científicas e a notoriedade desse produto na região. Realizamos a coleta de dados por meio de entrevistas aprofundadas, com base na metodologia desenvolvida pelo Sebrae e no Marco Legal de Indicações Geográficas.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Conforme o artigo 176 da Lei de Propriedade Industrial – LPI, Lei nº 9.279/96, constitui Indicação Geográfica a Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO).

2.1. INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA

Conforme o art. 177 da LPI, 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

Conforme o art. 178 da LPI, 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 MARMELADA DE SANTA LUZIA

A obtenção de um reconhecimento oficial de uma Indicação Geográfica de acordo com a legislação brasileira, e a consequente proteção desta, é uma estratégia importante para a preservação e valorização dos nossos produtos típicos e diferenciados.

Contudo, antes da busca desse reconhecimento oficial, é necessária uma avaliação diagnóstica para verificar se um determinado produto/serviço tem uma real possibilidade de ser protegido por uma Indicação Geográfica.

A proteção das Indicações Geográficas brasileiras é fundamental para a preservação da cultura nacional e para gerar desenvolvimento local. A tradicionalidade de nossos 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 às Indicações Geográficas se dá por meio do registro do nome geográfico junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que tem por atribuição, conforme Lei da Propriedade Industrial nº. 9.279/96, estabelece 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.

Nesse sentido, foi elaborado 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.

As respostas ao questionário pretendem dar um panorama da produção do produto na região em questão e, ao seu final, gerar indicadores qualitativos desta produção em vários de seus aspectos.

O questionário está dividido em 2 grupos de questões – questões CRÍTICAS e questões ESTRUTURAIS. As questões críticas são vitais para a verificação da real viabilidade do produto que é objeto do diagnóstico ser ou não 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: Santa Luzia / Quilombo Mesquita

Produto (incluindo produtos derivados): Marmelada

Municípios envolvidos: Cidade Ocidental e Luziânia.

Entidade coletiva: Não há. Existe a Associação Renovadora do Quilombola Mesquita, limitada ao território quilombola.

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?

Há inúmeras evidências históricas e de mercado que comprovam a existência do histórico do produto envolvido com os saberes locais, claramente identificando a Marmelada de Santa Luzia como tradição e cultura da região de Luziânia. Várias publicações em jornais, livros e revistas, além de trabalhos acadêmicos, fotos, vídeos, enfim, diversos documentos aptos a atestar a notoriedade da Marmelada de Santa Luzia.

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?

Não há estudos científicos para afirmar o vínculo, porém evidenciam que o diferencial da marmelada de Santa Luzia é o tipo de fruta utilizada, que é derivada do solo e do clima da região de Luziânia e região, uma vez que, notavelmente, o marmeleiro nem sempre produz um fruto que se torna apetitoso ao natural. Nos cinco tipos da planta predominantes no Brasil, sua constituição físico-química muda bastante de região para região, sendo que a característica mais importante do fruto de Luziânia é sua alta porcentagem de pectina, agente de emulsão que facilita a confecção do doce.

Assim, o fruto da região possui um gosto peculiar que mistura o doce, o ácido e o amargo, um conjunto de características notáveis para a elaboração do produto.

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?

Marmelada nutritiva, produto orgânico e artesanal, sem mistura química, usado para a cura da anemia.

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

Algumas propriedades fabricam também a rapadura, hibisco, licor e geleia de hibisco, farinha, polvilho, açafreão, goma de araruta e goiabada.

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?

A fabricação da Marmelada de Santa Luzia é sempre artesanal, com cada fazendeiro possuindo sua “fábrica”. As caixas nas quais o produto é inserido também devem seguir regras recomendadas de produção: são feitas de pino e possuem apenas dois tamanhos: 23 em x 13 cm para 400g e 35 cm x 20 cm para 800g, e obedecem ao seguinte processo de produção: As caixas são elaboradas na época da confecção do doce, normalmente no mês de janeiro. Utilizam-se dois tipos de madeiras da região: o Samanea saman (São José) e o Schefflera macrocarpa (mandiocão-do-cerrado). Esses tipos são escolhidos por não influenciarem o gosto do produto.

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

A cidade de Luziânia, surgiu do Arraial de Santa Luzia. Suas origens remontam ao ciclo do ouro no séc. XVII. Dessa forma, inicialmente, seus primeiros habitantes foram: fazendeiros, escravos, bandeirantes e garimpeiros. Naquela época, a sociedade era comandada por latifundiários, com viés produtivo voltado para a agropecuária, em especial a cana-de-açúcar. Segundo informações locais, mudas de marmelo foram trazidas por um Rei de Portugal que pertencia à Casa de Bragança, famosa pela predileção do doce produzido com a fruta. O primeiro pé de marmelo plantado em Luziânia remonta ao ano de 1770, na fazenda Engenho da Palma (MELO, 1992). Notou-se, logo de início, uma perfeita adaptação com as condições climáticas e do solo local. Tais condições originaram frutos com características notáveis, capazes de produzir o doce de marmelo, ou marmelada, com muita qualidade e sabor. Comenta-se que a Casa Real de Bragança tinha um gosto particular pela marmelada. Este doce, por muitos anos, foi o maior impulsionador do comércio local em Santa Luzia, região que posteriormente tornou-se o município de Luziânia. Neste ponto, é salutar observar que no livro Viagem no Interior do Brasil: empreendida nos anos de 1817 a 1821, o médico Johann Baptist Emanuel Pohl (1951) observou que “os moradores de Santa Luzia vivem em parte de suas plantações, um pouco da criação do gado e do comércio e, principalmente, de uma famosa marmelada que vai até a cidade do Rio de Janeiro.”

Embora a marmelada seja um doce de origem lusa, sua produção era feita pelos escravos destas fazendas; assim, tornou-se uma tradição das populações de origem

africana que trabalhavam nas fazendas e que, posteriormente, formaram os quilombos da região. A maioria dos grandes marmelais encontrou seu ocaso no século XX, perdendo espaço para a agropecuária e para a indústria. Outro motivo, observado pelos produtores, foi que o plantio da soja atraiu novas pragas que estão matando as árvores.

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

Processo artesanal. Há questionamentos em relação ao atendimento às adequações legais em relação ao uso do tacho de cobre.

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?

Sim. A região reconhecida de produção da Marmelada de Santa Luzia envolve os municípios de Luziânia e Cidade Ocidental, no estado de Goiás.

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?

Produção a campo do Marmelo, agroindustrialização artesanal da marmelada, embalagem e comercialização. Relatam que adquirem o marmelo de outra região (Marmelópolis), quando falta o produto local para a produção da marmelada.

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

Sim. São sediados nos municípios de Luziânia e Cidade Ocidental, no estado de Goiás.

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?

Produtores de marmelo e da marmelada.

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?

Saber fazer próprio, passado de gerações em gerações, envolvendo desde a produção a campa, quanto ao feitiço da marmelada de forma artesanal e com os devidos cuidados e experiência desde o início do processo até ao ponto ideal do doce.

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?

Não. Cada produtor segue sua forma artesanal e tradicional de fazer a marmelada.

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?

Entregam nos mercados de Luziânia, comércio local, feiras, eventos, e até mesmo entrega em casas. É exportado para Itália e no Brasil é muito demandado em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Não possui atravessadores. A fabricação das embalagens (caixas) também é realizada no local.

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

Afirmam que falta mais apoio, seja nas ações de crédito, legalização e mercados.

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?

Existem ao menos três associações de produtores de marmelo e/ou marmelada, quais sejam: Associação Renovadora do Quilombo Mesquita (AREQUIM), Associação dos Pequenos Produtores Rurais do Mesquita e Água Quente (APROMAC), e Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Xavier. Entretanto, nenhuma das citadas associações é específica para representação de produtores de marmelo e marmelada, e nenhuma representa toda a coletividade dos produtores. A Associação Quilombola está há 2 anos parada, não está funcionando. Estão fundando uma cooperativa para organizar melhor a cadeia produtiva, por necessidade dos produtores. Já estão construindo o estatuto.

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

Não há nenhuma associação que represente todos os produtores da região.

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

Não há nenhuma associação que represente todos os produtores da região.

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

A cooperativa que será criada ficará restrita ao Quilombo Mesquita.

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

Na reunião só havia representante do Quilombo Mesquita, mas ela afirmou que é possível uma interação entre os produtores individuais e os quilombolas. Santa Luzia é uma marca forte.

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?

Destacar a herança da cultura quilombola na fabricação da marmelada, fazendo com que o consumidor possa vivenciar a história dos antepassados e o valor da tradição no feitiço deste doce.

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

Têm um grande orgulho de serem descendentes de quilombolas e de pertencer ao território.

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

A região recebe muitos visitantes de Brasília e do próprio estado de Goiás. A população local também valoriza essa tradição.

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

O Hino do Município de Luziânia, instituído pela Lei Municipal no 1.959, de 18 de março de 1997, também atribui o produto à sua localidade e qualidade.

Matéria publicada no Diário da Câmara Legislativa, de autoria de Jesus Benedito Melo (1992), com o título A Tradição Marmeleira do Planalto, que ressalta os pontos relevantes da história da Marmelada de Santa Luzia, tais como: a) em 1872, a marmelada de Santa Luzia, recebeu o primeiro prêmio, categoria doces, na Exposição Universal de Philadelphia (EUA); b) D. Pedro II, Imperador do Brasil, a exigia à mesa; c) Nos anos 1950 e 1960, detratores de Brasília aproveitavam-se da real tradição marmeleira da região para sugerirem uma grossa “marmelada”, injusta insinuação de corrupção ao Governo JK.

Comemora-se a festa do marmelo no segundo domingo do mês de janeiro no Quilombo Mesquita.

3.3.6. Critério Desempenho Econômico

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

Segundo informações dos participantes, aproximadamente 9 produtores no Quilombo Mesquita e 3 fora do quilombo.

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 há dados mensuráveis.

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

Não há dados mensuráveis.

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 há evidências.

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

Sim, fortemente.

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?

Não há estudos científicos para afirmar o vínculo, porém evidenciam que o diferencial da marmelada de Santa Luzia é o tipo de fruta utilizada, que é derivada do solo e do clima da região de Luziânia e região, uma vez que, notavelmente, o marmeleiro nem sempre produz um fruto que se torna apetitoso ao natural.

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. Existe um saber fazer característico da região da produção tradicional da Marmelada de Santa Luzia que é passado de geração em geração.

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?

Não há.

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?

Embrapa, Mapa e Universidades de Goiás.

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?

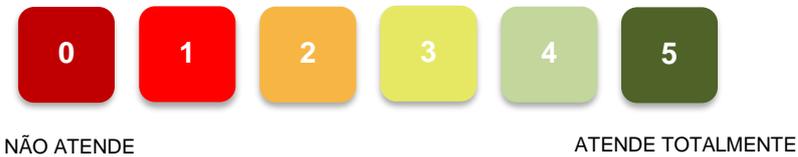
Aumentar a venda local dos produtores e aumentar o alcance de mercado. A procura é grande, mas precisa variar os produtos, como por exemplo, uma versão diet.

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

O produto dá visibilidade a região e isso pode impulsionar o turismo. A IG pode mostrar ainda mais o valor deste produto no mercado e perpetuar a cultura local de produzir marmelo e fabricar a Marmelada de Santa Luzia.

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.



MARMELADA DE SANTA LUZIA



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

4. CONCLUSÃO – ANÁLISE TÉCNICA DA CONSULTORIA

O nome geográfico Santa Luzia para o produto Marmelada aponta relevante potencial de reconhecimento como Indicação Geográfica, inerente à análise das informações apuradas durante o diagnóstico e evidências coletadas. Evidenciamos a viabilidade do reconhecimento de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência (IP), para a Marmelada produzida em Santa Luzia, no estado de Goiás.

Considerando as pesquisas e as informações relatadas acima, a área geográfica de produção da potencial IG Santa Luzia para a Marmelada compreende, preliminarmente, o território dos municípios de Luziânia e Cidade Continental, que possui a notoriedade na produção do produto analisado.

O registro de Indicação de Procedência exige um aprofundamento na realização de levantamento de fontes de notoriedade, especificamente em reportagens, fotos datadas, documentos históricos, matérias jornalísticas e televisivas e demais fontes comprobatórias que possam compor o Dossiê Histórico-cultural, possibilitando, a comprovação da fama da região.

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 todo seu estudo e certificação envolvidos tornam-se um meio de coordenação e estruturação 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 do comércio e 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 construção de uma série de documentos que farão parte do processo de estruturação a ser depositado para análise.

A Indicação de Procedência Santa Luzia para a Marmelada reconhecerá a reputação, qualidade e características deste produto e comunicará ao mundo que a região se especializou e tem capacidade de produzir produtos diferenciados, de excelência e com garantia de origem.

4.1. DESAFIOS PARA A IG

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 grupo gestor para orientar os passos seguintes relativos 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 esta cadeia produtiva e fomentar o trabalho de forma otimizada e coletiva.
- b) Criar e fortalecer uma estrutura de organização que congregue os produtores de Marmelada de Santa Luzia. Esta organização será a 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.
- c) É fundamental que se tenha convergência e adesão dos elos da cadeia para fomentar e incentivar o projeto de estruturação desta IG, logo, **não recomendamos que se inicie um processo de estruturação antes que a governança esteja convergindo**, leia-se, o envolvimento dos produtores sejam do Quilombo Mesquita e dos demais do território, estejam diretamente envolvidos e comprometidos com a futura Indicação Geográfica.
- d) Há a necessidade de evoluir em conjunto nos padrões de qualidade da Marmelada deste território, que requer ampliar os trabalhos de conscientização das boas práticas na produção a Marmelada, para alcançar novos mercados nacionais e internacionais, e dar impulso na melhoria da rentabilidade e principalmente na proteção da Marmelada de Santa Luzia.
- e) Será necessário o levantamento de comprovações das notoriedades observadas nesse diagnóstico realização estudos técnicos científicos mais aprofundados para a delimitação de área de Santa Luzia, para o produto Marmelada.
- f) Baseados em todo o conjunto de evidências, será necessário o levantamento de comprovações das notoriedades observadas nesse diagnóstico para ser juntado ao processo de Indicação de Procedência.
- 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 para controlar, auditar e disponibilizar 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.

Importante destacar o potencial do trabalho realizado pela Associação Renovadora do Quilombo Mesquita (AREQUIM) em relação à gama de produtos artesanais e tradicionais produzidos por esta coletividade com um grande apelo da tradição quilombola. Tais elementos tornam viável um processo de Marca Coletiva AREQUIM para a produção deste coletivo. Nesta situação, para a Marmelada de Santa Luzia produzida pelos quilombolas, esta poderia ostentar a IG e ainda a MC do Quilombo Mesquita. Orientamos para que esta MC carregue a força dos quilombolas usando um apelo de tradição histórica para os produtos desta coletividade como a rapadura, hibisco, licor e geléia de hibisco, farinha, polvilho, açafraão, goma de araruta e goiabada, além da famosa Marmelada de Santa Luzia

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 da Marmelada desta área geográfica, bem como a orientação necessária para o pedido de reconhecimento formal de IP junto ao INPI, se baseiam em estudos e pesquisas cujos resultados sugerem que a Marmelada produzida nesta região atende 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 da Marmelada 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 Santa Luzia para a Marmelada.

Portanto, tendo como base os requisitos legais e o questionário aplicado, conclui-se que Santa Luzia 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 de Santa Luzia para Indicação Geográfica.

5. REFERÊNCIAS

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

BRASIL. Lei Nº 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 Nº 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.