08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS: a ambiguidade glocal

HELLEN VITÓRIA SILVA
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA (UEPG)

MIRNA DE LIMA MEDEIROS
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA (UEPG)

Agradecimento à orgão de fomento:
À Fundação Araucária e ao CNPq pelo apoio financeiro, e às entidades representativas das indicações geográficas brasileiras participantes da pesquisa.

08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS: a ambiguidade glocal

Introdução

Indicações geográficas (IGs) traduzem a origem de produtos/serviços com notoriedade ou particularidades (Brasil, 1996), organizando e diferenciando produtores e localidades (Medeiros & Passador, 2022). Ao apropriar-se da glocalização, as IGs podem levar ao desenvolvimento territorial e servir de ativo público (Dallabrida et al., 2004). Porém, a venda no comércio glocal pode prejudicar o vínculo e a informação dos autóctones quanto aos bens fabricados em sua área.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Teoricamente as indicações geográficas (IGs) ensejam sinergia entre os atores locais da área delimitada, mas na prática parece haver preferência pelo comércio glocal no exterior, esquecendo-se dos compradores do entorno. Logo, indaga-se o efeito da globalização sobre a venda dos bens locais reconhecidos, razão pela qual buscou-se analisar o entrelace entre o fenômeno da glocalização e o signo distintivo das indicações geográficas no âmbito brasileiro, questionando-se as entidades coletivas acerca dos efeitos econômicos e comerciais do registro.

Fundamentação Teórica

Embora recentes, as indicações geográficas brasileiras popularizaram-se mundialmente com as demandas por aspectos socioculturais, sustentáveis e territoriais (Vieira & Soares, 2019). Reguladas pela Lei 9.279/1996, distinguem-se em indicações de procedência e denominações de origem, respectivamente baseadas em notoriedade e terroir (Brasil, 1996). Visando seus atributos de localidade, as IGs competem no mercado glocal dotando-se de suas exclusividades para atrair consumidores, tendo aspectos de sua imaterialidade explorados pelo capitalismo, enquanto são padronizadas (Dallabrida et.al, 2004).

Metodologia

A pesquisa é um estudo de caso exploratório, de natureza quanti-qualitativa. Estruturou-se com base na revisão bibliográfica e aplicação de questionário online semiestruturado, enviado às 78 indicações geográficas nacionais registradas até 4 de maio de 2021. Obteve-se a participação de 58 territórios reconhecidos (74,4% do Universo investigado), enquanto 15 não se manifestaram e 5 afirmaram não serem capazes de responder por não utilizarem o signo distintivo. As perguntas trataram das consequências do registro e da paralisação ocasionada pelo novo coronavírus.

Análise dos Resultados

Das 78 IGs existentes até 4/5/2021, as 58 respondentes observaram favorecimento e inovação comercial - estratégias de marketing, diversificação da oferta, novos canais de distribuição, etc. Ademais, houve semelhança de vendas externas e regionais durante a pandemia da Covid-19. Logo, a glocalização das indicações geográficas pode beneficiar as zonas produtoras sem afastar a população. Mas, se essa relação for intensificada, os autóctones podem boicotar o produto/serviço reconhecido por preços elevados, oferta de similares, baixa disponibilidade nos mercados e pouca compreensão da temática.

Conclusão

As indicações geográficas brasileiras fomentam novidade, geração de emprego/renda, estruturação e disseminação do território. Com a ambiguidade da glocalização, a venda dos bens/serviços locais adquire um novo patamar no mercado, todavia, na área delimitada pode não haver a participação da comunidade na produção e consumo dos itens reconhecidos. Ademais, em alguns casos, parece

haver predileção por clientes estrangeiros - atentos e valorizadores das IGs – em detrimento do maior trabalho para envolver os autóctones ao signo distintivo e distribuir suas vantagens.

Referências Bibliográficas

Brasil(1996). Lei da Propriedade Industrial 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da União. Brasília. Dallabrida, V. R. et. al(2004). Desenvolvimento a Partir da Perspectiva Territorial. Desenvolvimento em Questão, 2 (4), 33-62. Medeiros, M. L.; Passador, J. L.(2022). Examining the development attributed to geographical indications. JWIP, 25, 86- 105. Vieira, L. V. L.; Soares, R. N. G.(2019). Turismo e geografia: perspectivas da Indicação Geográfica (IG) no planejamento territorial.Caderno Virtual de Turismo, 19 (3), 1-14.