



**PROFNIT**

Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual  
e Transferência de Tecnologia para a Inovação  
Universidade Federal de Alagoas



FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR

**O VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS COMO  
PROPOSTA DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: O FORTALECIMENTO DA  
CADEIA PRÓDUTIVA E DO COOPERATIVISMO**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**  
**Instituto de Química e Biotecnologia**  
**Campus A. C. Simões**  
**Cidade Universitária**  
**57072-970 – Maceió – AL**  
**[www.profnit.org.br](http://www.profnit.org.br)**

FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR

**O VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS COMO  
PROPOSTA DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: O FORTALECIMENTO DA  
CADEIA PRODUTIVA E DO COOPERATIVISMO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação do Instituto de Química e Biotecnologia da Universidade Federal de Alagoas, como requisito para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.

Orientador: Prof. Dr. José Edmundo Accioly de Souza

Coorientadora: Profa. Dra. Cenira Monteiro de Carvalho

MACEIÓ-AL  
2022

**Catlogação na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S237v Santos Júnior, Faustino Francisco dos.  
O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias como proposta de indicação geográfica : o fortalecimento da cadeia produtiva e do cooperativismo / Faustino Francisco dos Santos Júnior. – 2022.  
164 f. : il.

Orientador: José Edmundo Accioly de Souza.

Co-orientadora: Cenira Monteiro de Carvalho.

Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Química e Biotecnologia. Maceió, 2022.

Bibliografia: f. 99-106.

Apêndices: f. 107-163.

Anexos: f. 164.

1. Indicação geográfica (Propriedade industrial). 2. Agronegócio. 3. Jabuticaba. 4. Cooperativismo. 5. Cadeia produtiva. I. Título.

CDU: 631.145:347.77



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

INSTITUTO DE QUÍMICA E BIOTECNOLOGIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E  
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO



---

---

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR

**O VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS COMO  
PROPOSTA DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: O FORTALECIMENTO DA  
CADEIA PRODUTIVA E DO COOPERATIVISMO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

Dissertação aprovada em 21 de outubro de 2022.

**COMISSÃO JULGADORA:**

**Dr. FERNANDO MELO DA SILVA, PROFNIT/UEMG**  
Examinador Externo à Instituição

**Dra. JAILMA BARROS DOS SANTOS, UNIT (Área Profissional)**  
Examinadora Externa à Instituição

**Dra. CENIRA MONTEIRO DE CARVALHO, PROFNIT/UFAL**  
Examinadora Interna (Coorientador)

**Dr. JOSÉ EDMUNDO ACCIOLY DE SOUZA, PROFNIT/UFAL**  
Presidente (Orientador)

A Deus, por tudo que tem me concedido.  
Aos meus orientadores, por terem sido meus  
guias. Aos meus professores, pelos  
ensinamentos. À comunidade Serra das Pias,  
pela receptividade. Aos colegas de curso,  
pelo companheirismo.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, em quem sempre busquei força e perseverança para continuar nessa caminhada da vida.

A minha mãe, que sempre esteve ao meu lado em todos os momentos da vida, me incentivando e me apoiando.

A todos os professores do Profnit, em especial ao professor Dr. José Edmundo Accioly de Souza e a professora Dra. Cenira Monteiro de Carvalho, pela orientação, apoio e disponibilidade.

À comunidade Serra das Pias e aos representantes da Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas - COOPCAM, nas pessoas de seus representantes José Hélio Pereira da Silva, Salete Barbosa de Oliveira e Vera Lúcia Felix de Brito.

Aos meus colegas de curso pelo companheirismo, principalmente Elaine Ribeiro Bueno de Mendonça, Matheus Bittencourt Cardozo e Bruno Vicente Nunes de Oliveira pelo compartilhamento de experiências e colaboração nos desafios que foram postos.

Aos meus colegas de trabalho, que tanto me apoiaram e me incentivaram, e ao meu amigo Manoel Coelho da Cruz, pela contribuição a este trabalho.

## RESUMO

A Indicação Geográfica (IG) é o reconhecimento do meio geográfico que produz/presta um serviço de forma notória ou que contenha qualidades/características diferenciadas por sua relação com o ambiente e o saber-fazer. O meio geográfico que produz ou presta serviço passível de receber sinal de IG pode ser beneficiado com a agregação de valor ao produto e incrementar a economia local gerando mais emprego e renda. Além da valorização do produto e produtor, toda a cadeia produtiva é beneficiada. O levantamento dos registros de Indicação Geográfica, no Brasil, constatou que os produtos do agronegócio lideram os registros de Indicação Geográfica. A jabuticaba, fruto nativo do Brasil, passou a despertar maior interesse da indústria e dos centros de pesquisa no desenvolvimento de produtos. O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias em Palmeira dos Índios, produzido pelo sistema cooperativo, é um produto com características típicas de IG que precisa ser investigado. O objetivo geral é realizar um estudo prospectivo de Indicação Geográfica na modalidade Indicação de Procedência do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, município de Palmeira dos Índios-AL. O estudo caracteriza-se como descritivo e exploratório, de concepção aplicada; tipo bibliográfico, levantamento e documental. Como resultados, revelou-se o contexto produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba, no que concerne a carência de infraestrutura produtiva; análise do rótulo para fins de registro de marca; identificação da sua cadeia produtiva; forças, fraquezas, oportunidades e ameaças ao pleito de Indicação Geográfica revelados na análise SWOT; registro de marca coletiva Coopcam; constatação de ausência de registro do produto e do estabelecimento produtor nos órgãos de controle para comercialização em larga escala; principais países depositantes de patentes tendo a jabuticaba como matéria-prima; principais códigos IPC encontrados na base de patentes Espacenet.

**Palavras-chave:** indicação geográfica; agronegócio; jabuticaba; cooperativismo; cadeia produtiva.

## ABSTRACT

The Geographical Indication (GI) is the recognition of the geographical environment that produces/provides a service in a notorious way or that contains differentiated qualities/characteristics due to its relationship with the environment and know-how. The geographic environment that produces or provides a service that can receive a GI signal can benefit from adding value to the product and increasing the local economy, generating more employment and income. In addition to valuing the product and producer, the entire production chain is benefited. The survey of Geographical Indication records in Brazil found that agribusiness products lead the Geographical Indication records. Jabuticaba, a native fruit of Brazil, began to arouse greater interest in the industry and in research centers in product development. The (fermented) jabuticaba wine from Serra das Pias in Palmeira dos Índios, produced by the cooperative system, is a product with typical GI characteristics that needs to be investigated. The general objective is to carry out a prospective study of Geographical Indication in the modality Indication of Origin of the (fermented) wine of jabuticaba produced in Serra das Pias, municipality of Palmeira dos Índios-AL. The study is characterized as descriptive and exploratory, with an applied conception; bibliographic, survey and documentary type. As a result, the productive context of the (fermented) wine of jabuticaba was revealed, regarding the lack of productive infrastructure; label analysis for trademark registration purposes; identification of its production chain; strengths, weaknesses, opportunities and threats to the Geographical Indication claim revealed in the SWOT analysis; Coopcam collective trademark registration; verification of lack of registration of the product and the producer establishment in the control bodies for large-scale commercialization; main patent applicant countries using jabuticaba as a raw material; main IPC codes found in the Espacenet patent base.

**Key-words:** geographical indication; agribusiness; jabuticaba; cooperatives; productive chain.



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>AAGRA</b>	Associação de Agricultores Alternativos
<b>CNPJ</b>	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
<b>CONAB</b>	Companhia Nacional de Abastecimento
<b>COOPCAM</b>	Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas
<b>EMBRAPA</b>	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
<b>EXPOAGRO</b>	Exposição Agropecuária de Produtos e Derivados de Alagoas
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>IDH</b>	Índice de Desenvolvimento Humano
<b>IG</b>	Indicação Geográfica
<b>IN</b>	Instrução Normativa
<b>INPI</b>	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
<b>IPC</b>	Classificação Internacional de Patentes
<b>MAPA</b>	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
<b>MPA</b>	Movimento dos Pequenos Agricultores
<b>PAPL</b>	Programa de Mobilização para o Desenvolvimento dos Arranjos e Territórios Produtivos Locais do Estado de Alagoas
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PIBIC</b>	Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica
<b>PROFNIT</b>	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação
<b>PRONAF</b>	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SECULT</b>	Secretaria de Cultura
<b>SEDETUR</b>	Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo
<b>UFAL</b>	Universidade Federal de Alagoas

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Representação gráfica de constituição de IG .....	17
<b>Figura 2</b> - Selos brasileiros de Indicação Geográfica na versão colorida .....	19
<b>Figura 3</b> - A publicidade do vinho (fermentado) de jabuticaba em congresso, redes sociais, homepage e imprensa .....	23
<b>Figura 4</b> - Mídias que têm promovido o vinho (fermentado) de jabuticaba .....	24
<b>Figura 5</b> - Chamada do 1º Circuito da Jabuticaba .....	25
<b>Figura 6</b> - Símbolo da IG Manguezais de Alagoas .....	25
<b>Figura 7</b> - Símbolo da IG Região das Lagoas Mundaú-Manguaba.....	26
<b>Figura 8</b> - Registro de IG de bebidas alcoólicas no Brasil .....	28
<b>Figura 9</b> - Registro de IG de bebidas alcoólicas por regiões brasileiras .....	29
<b>Figura 10</b> - Mapa de Alagoas com localização do município de Palmeira dos Índios.....	35
<b>Figura 11</b> - Antigo local de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba.....	36
<b>Figura 12</b> - Local atual da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba, doces e compotas.....	37
<b>Figura 13</b> - Fluxograma do processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	38
<b>Figura 14</b> - Seleção inicial das jabuticabas .....	39
<b>Figura 15</b> - Retirada de impurezas .....	39
<b>Figura 16</b> - Lavagem e sanificação .....	40
<b>Figura 17</b> - Maceração.....	40
<b>Figura 18</b> - Separação da casca e sementes do líquido .....	41
<b>Figura 19</b> - Rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	43
<b>Figura 20</b> - Novo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	46
<b>Figura 21</b> - Exposição do vinho (fermentado) de jabuticaba na Expoagro 2020 .....	47
<b>Figura 22</b> - Marca coletiva Coopcam .....	52
<b>Figura 23</b> - Planta baixa para produção de vinho tinto .....	53
<b>Figura 24</b> - Planta baixa atual da cooperativa Coopcam .....	54
<b>Figura 25</b> - Proposta da nova estrutura física da agroindústria produtora do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	55
<b>Figura 26</b> - Oficina profissional realizada na sede da cooperativa Coopcam .....	56
<b>Figura 27</b> - Cadeia produtiva agroindustrial, segundo Souza (2006) .....	63
<b>Figura 28</b> - Indicação Geográfica por setor no Brasil .....	65
<b>Figura 29</b> - Somatório de patentes por ano de publicação .....	75
<b>Figura 30</b> - Principais países depositantes de patentes relacionadas à chave de busca aplicada .....	76
<b>Figura 31</b> - Principais códigos IPC encontrados .....	76
<b>Figura 32</b> - Produção de vinho (fermentado) de jabuticaba em litros por ano .....	79
<b>Figura 33</b> - Produtos produzidos e comercializados pela Coopcam e seus cooperados ....	87
<b>Figura 34</b> - Modelo do ciclo de vida organizacional .....	88
<b>Figura 35</b> - Estrutura atual da cadeia produtiva principal do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	92

<b>Figura 36</b> - Ambiente institucional e corporativo da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	93
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Repercussões na área geográfica e no mercado geradas por uma IG .....	19
<b>Quadro 2</b> - Dados técnicos da IG Manguezais de Alagoas.....	26
<b>Quadro 3</b> - Dados técnicos da IG Região das Lagoas Mundaú-Manguaba .....	27
<b>Quadro 4</b> - Espécies, tamanhos e cores de <i>Myrciaria</i> da América do Sul .....	31
<b>Quadro 5</b> - Unidades de jabuticabeiras na região das serras de Palmeira dos Índios .....	32
<b>Quadro 6</b> - Composição nutricional por 100g de fruto da jabuticaba .....	32
<b>Quadro 7</b> - Principais bebidas fermentadas .....	42
<b>Quadro 8</b> - Limites e classificação para o fermentado de jabuticaba descrito na IN n° 34/2012 .....	43
<b>Quadro 9</b> - Consolidação das denominações possíveis para fermentados .....	44
<b>Quadro 10</b> - Etapas importantes na estruturação das cadeias de suprimentos .....	61
<b>Quadro 11</b> - Maiores produtores de grãos (arroz, cevada, milho, soja, trigo) do mundo (síntese do período de 2000 a 2020) – 2020 (estimativa) .....	64
<b>Quadro 12</b> - Chaves de busca e resultados de documentos em bases de patentes .....	72
<b>Quadro 13</b> - Composto de marketing do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	81
<b>Quadro 14</b> - Análise SWOT do vinho (fermentado) de jabuticaba na perspectiva de Indicação Geográfica.....	82
<b>Quadro 15</b> - Comparativo da Indicação Geográfica Microrregião de Abaíra e a perspectiva de Indicação Geográfica Serra das Pias .....	85
<b>Quadro 16</b> - Exigência do MAPA para registro de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de bebidas e de derivados da uva e do vinho .....	89
<b>Quadro 17</b> - Registros e licenças para criação e funcionamento das cooperativas .....	89

## LISTA DE TABELA

<b>Tabela 1</b> - Valor adicionado bruto .....	35
------------------------------------------------	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2 OBJETIVOS .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Objetivo geral .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>16</b>
<b>3 REVISÃO DA LITERATURA .....</b>	<b>17</b>
<b>3.1 Indicação geográfica .....</b>	<b>17</b>
3.1.1 Indicação geográfica de bebidas alcoólicas no Brasil.....	28
<b>3.2 Jabuticaba .....</b>	<b>29</b>
<b>3.3 Vinho (fermentado) de jabuticaba Serra das Pias .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Cooperativismo.....</b>	<b>47</b>
<b>3.5 Cadeia produtiva .....</b>	<b>59</b>
<b>3.6 Agronegócio .....</b>	<b>63</b>
<b>4 METODOLOGIA .....</b>	<b>69</b>
<b>4.1 Classificação de pesquisa .....</b>	<b>69</b>
<b>4.2 Coleta de dados.....</b>	<b>70</b>
<b>4.3 Pesquisa de prospecção tecnológica.....</b>	<b>71</b>
<b>4.4 Tratamento e análise dos dados pesquisados.....</b>	<b>72</b>
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>74</b>
<b>5.1 A descoberta da versatilidade da jabuticaba no Brasil e no mundo .....</b>	<b>74</b>
<b>5.2 O vinho (fermentado) de jabuticaba e sua relação com IG.....</b>	<b>79</b>
<b>5.3 A condição atual da pessoa jurídica Coopcam .....</b>	<b>86</b>
<b>5.4 A estrutura da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba .....</b>	<b>90</b>
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>94</b>
<b>7 PERSPECTIVAS FUTURAS .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>99</b>
<b>APÊNDICE A - RELATÓRIO TÉCNICO.....</b>	<b>106</b>
<b>APÊNDICE B - REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DE MARCA COLETIVA COOPCAM.....</b>	<b>151</b>
<b>APÊNDICE C - PROCESSO DE REGISTRO DE MARCA COLETIVA COOPCAM .....</b>	<b>160</b>
<b>ANEXO A - FLUXO DO PEDIDO DE REGISTRO DE IG NO INPI .....</b>	<b>163</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A sobrevivência das organizações no mercado exige cada vez mais dos seus gestores a capacitação continuada, profissionalismo, conhecimento do mercado, busca por oportunidade de negócios, cumprimento das legislações, sintonia com as tendências nacionais e internacionais no que tange ao meio ambiente e aos novos hábitos de consumo, assim como a diferenciação do produto ou serviço ofertado ao mercado com certificação e inovação que agregam valor. “A dinâmica atual do mercado exige das empresas, independentemente do seu porte, um posicionamento estratégico para atender os requisitos dos consumidores” (VIEIRA et al., 2019, p. 227).

Neste contexto, o registro de Indicação Geográfica como um dos elementos da propriedade industrial revela-se como uma importante ferramenta de valorização e reconhecimento do saber-fazer local, agregação de valor ao produto ou serviço, proteção ao conhecimento e tecnologias empregadas ao processo produtivo, dentre outros benefícios. “As Indicações Geográficas são sinais distintivos utilizados para identificar e diferenciar produtos e serviços cujas características se relacionam à sua origem” (CAPORAL et al., 2020, p.12).

A tendência do mercado consumidor relaciona-se com a saúde, bem-estar humano e animal, equilíbrio ambiental e produtos diferenciados que possam ser rastreados na sua cadeia produtiva. Estas cadeias são importantes porque diminuem custos e riscos, compartilham conhecimento, aumentam o poder de barganha e melhoram a logística, entre outros benefícios. Controle sanitário, rastreabilidade e produtos com qualidade diferenciada passam a ser atributos cada vez mais valorizados no mercado internacional, onde encontra um mercado ávido por produtos artesanais, biológicos, orgânicos; em oposição a grande indústria agroalimentar (LAGARES; LAGES; BRAGA, 2005).

Grandes e pequenos produtores estão se adaptando a essa nova realidade, os quais buscam cada vez mais conhecimento e parcerias com instituições de apoio e fomento para o fortalecimento produtivo. O sistema cooperativo é um mecanismo que possibilita a convergência de interesses na concretização de objetivos que passam a ser comuns, compartilhando bônus e ônus em prol de um coletivo que:

Está centrado no reconhecimento, igualdade e valorização das pessoas. Assim como o desenvolvimento sustentável e solidário, incorpora especialmente as dimensões social, econômica, cultural e ecológica, buscando um ambiente

socialmente justo e sustentável, tendo as pessoas como protagonistas (PREZOTTO, 2016, p.19).

O Brasil é um dos países do mundo com vasta extensão territorial e com a maior biodiversidade do planeta, produzindo principalmente *commodities* agrícolas tradicionais como o açúcar, café, suco de laranja etc, mas com grande potencial de beneficiamento e exploração de outros frutos de sua biodiversidade, entre eles está a jabuticaba (*Myrciaria Cauliflora* ou *Plinia peruviana*). Nativa do Brasil, encontrada de norte a sul, vem ganhando espaço no desenvolvimento de produtos, principalmente o alimentício, onde o fruto é mais empregado. De fato, essa espécie genuinamente nacional merece todo o cuidado e apreço do mundo (PEREIRA, 2019).

Objetiva o presente estudo investigar o contexto produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, no município de Palmeira dos Índios-AL, com prospecto de registro de Indicação Geográfica na modalidade Indicação de Procedência. Para isso, realizou-se a divisão em seções, que abordam as temáticas de Indicação Geográfica, jabuticaba, vinho (fermentado) de jabuticaba Serra das Pias, cooperativismo, cadeia produtiva e agronegócio.



## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral:**

Investigar o contexto produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias no município de Palmeira dos Índios-AL, e a viabilidade de registro de Indicação Geográfica.

### **2.2 Objetivos Específicos:**

- a) Analisar o processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias;
- b) Confrontar as características do vinho (fermentado) de jabuticaba e os parâmetros legais para registro de Indicação Geográfica;
- c) Protocolar registro da marca coletiva Coopcam;
- d) Elaborar estudos iniciais para registro de marca do vinho (fermentado) de jabuticaba;
- e) Pesquisar as tendências tecnológicas na utilização da jabuticaba.

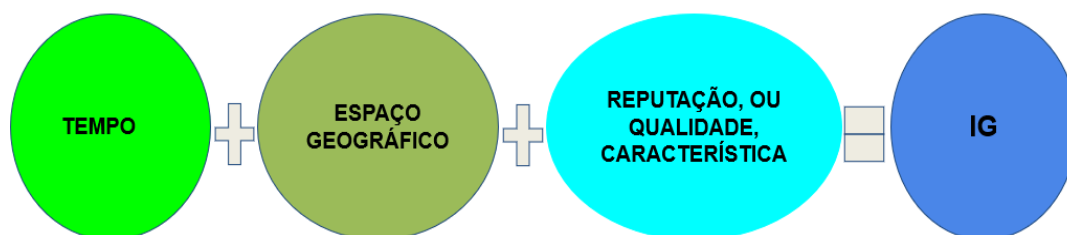
### 3 REVISÃO DA LITERATURA

#### 3.1 Indicação geográfica

A Indicação Geográfica está contemplada no Brasil através da Lei de Propriedade Industrial 9.279, de 14 de maio de 1996. De acordo com a Lei supracitada, as IGs dividem-se em Indicação de Procedência e Denominação de Origem. Para a Portaria/INPI/PR nº 04/2022, de 12 de janeiro de 2022, 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 e, para 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.

Os elementos fundamentais para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica têm relação com o tempo, espaço geográfico, a reputação, qualidade e característica do produto ou serviço. A Figura 1 de Palomino e Barbosa (2021) resume o processo de constituição de uma IG.

**Figura 1** - Representação gráfica de constituição de IG.



Fonte: PALOMINO, M. E. P; BARBOSA, P. M., 2021.

O processo de reconhecimento de uma IG leva em consideração a situação posta, ou seja, é preciso que através do tempo o espaço geográfico tenha se tornado conhecido por produzir ou prestar determinado serviço, ou que imponha um diferencial a produtos/serviços, considerando os fatores naturais e humanos.

Pode-se considerar que as IGs são instrumentos de indução de um processo de valorização do produto/serviço, com conseqüente desenvolvimento regional e local onde

situa-se. Além do produto/serviço reconhecido, outras demandas podem ser agregadas à cadeia produtiva, a exemplo do turismo. “As IG se constituem em dinâmicas coletivas de criação e captura de valor de bens territoriais por meio da inovação institucional, organizacional e de mercado, as quais estão embebidas na matriz institucional” (VIEIRA et al., 2019, p. 22).

O Brasil possuía, em 29 de setembro de 2022, o quantitativo de 70 registros de Indicação de Procedência, e 32 registros de Denominação de Origem (23 nacionais e 09 estrangeiras), totalizando 93 Indicações Geográficas brasileiras e 09 estrangeiras.

Apenas o Estado francês, onde a política pública de apoio a IG surgiu das pressões dos produtores de vinhos e dos negociantes da região da Borgogne, o quantitativo de registros somam 593 (466 para vinhos e destilados e 127 para outros produtos), os quais representam um valor de 19 bilhões de euros em comércio (16 bilhões para vinhos e destilados e 3 bilhões para outros produtos), apoiando 138.000 propriedades agrícolas (CERDAN et al., 2010).

Silva (2021) corrobora dizendo que a França é historicamente o país que mais se destaca no tocante à legislação de Indicação Geográfica, principalmente para proteção dos produtos lácteos e vinhos. Nesse ínterim, vê-se que o Brasil, com sua diversidade de regiões, culturas e da sua biodiversidade, possui um amplo campo de oportunidades a ser explorado. “Fatores como a diversidade cultural brasileira, seu vasto território e suas particularidades são indicadores de que há inúmeros produtos nacionais com potencial de obter uma IG” (GLASS; CASTRO, 2009 apud SANTOS, 2020, p. 29).

O termo Indicação Geográfica não é de uso comum, e por isso é desconhecido da maior parte da população brasileira, e conseqüentemente pelos potenciais consumidores dos produtos e serviços das Indicações Geográficas, o que remete à necessidade de estudos e políticas públicas na adoção de ações que traduzam o significado da Indicação Geográfica e o que ela representa para os produtores, localidade onde está inserida, e para o reconhecimento do saber-fazer e história de um povo. A escassez de informações referentes à Indicação Geográfica no Brasil pode desestimular o surgimento de candidatos ao registro, inibindo a descoberta e a potencialidade de regiões quanto ao pleito de concessão de IG (SILVA, 2021).

Nesta perspectiva, o INPI publicou a Portaria nº 046, de 14 de outubro de 2021, instituindo os selos brasileiros de Indicações Geográficas e dispendo sobre a sua finalidade,

direito de uso e formas de utilização. Sua finalidade, segundo o art. 2º da referida Portaria, é “contribuir para a identificação das Indicações Geográficas pelos consumidores e pelo público em geral, bem como promover as regiões reconhecidas como Indicações Geográficas e valorizar seus respectivos produtos e serviços”. A versão colorida do selo está representada na Figura 2.

**Figura 2** - Selos brasileiros de Indicação Geográfica na versão colorida.



Fonte: INPI, 2022.

Diferentemente dos países europeus que iniciaram o processo de registro de Indicações Geográficas, os países em desenvolvimento começam a despertar para a importância e os impactos econômicos e sociais que as IGs podem causar. Seus produtos/serviços possuem significados, cultura e diferenciação, se compararmos aos produtos industrializados e sem referência. Para Cerdan et al. (2010), a proteção de uma IG pode trazer inúmeros benefícios para o produto, para a região e para o país.

Em se tratando de agregação de valor, Gollo e Castro (2008, apud PELLIN, 2019), apresenta possíveis repercussões na área geográfica e no contexto mercadológico geradas a partir do reconhecimento da IG, relatados no Quadro 1:

**Quadro 1** - Repercussões na área geográfica e no mercado geradas por uma IG.

Repercussões na área geográfica	Repercussões de caráter mercadológico
<p>Traz satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados com a IG que corresponde a seu local de trabalho, valorizando sua propriedade.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimula investimentos na própria zona de produção – melhorias tecnológicas nos processos produtivos etc.</li> <li>• Aumenta a participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico.</li> <li>• Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que estes são submetidos a controles de produção e de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumenta o valor agregado dos produtos e/ou gera maior facilidade de colocação no mercado.</li> <li>• Os produtos ficam menos sujeitos à concorrência com outros produtos de preço e qualidades inferiores.</li> <li>• Melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da IG, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais.</li> <li>• Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto dentre outros, inclusive de preços inferiores.</li> </ul>

<p>elaboração.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Contribui para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região/país.</li> <li>•Possibilita desenvolver atividades paralelas à produção reconhecida com IG, como por exemplo, o turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Oportuniza mecanismos legais contra fraudes e usurpações, facilitando a ação contra o uso indevido da IG.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Pellin, 2019.

Ademais, além dos direitos garantidos pela proteção das Indicações Geográficas, seus produtores/prestadores precisam se adequar à normatização do processo produtivo, garantindo qualidade, homogeneidade e padronização que deve ser obedecida conforme o caderno de especificação que compôs o pedido de registro.

Considerado o núcleo de uma IG, e exigido pela Portaria/INPI/PR nº 04, de 12 de janeiro de 2022, o caderno de especificações técnicas é o instrumento que contextualiza o processo produtivo ou a prestação de serviços dos produtos/serviços e o seu relacionamento com o meio geográfico. Documento que precisa refletir a realidade existente e toda a especificidade inerente à produção ou prestação de serviço do candidato a IG. Por se tratar de um documento que impacta na relação dos produtores e prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica, faz-se necessário a participação destes, assim como instituições governamentais e demais entidades de apoio, de modo a construir um documento com a contribuição de técnicos e especialistas em diversas áreas. Trata-se de um dos requisitos essenciais a IG, podendo ser causador do sucesso ou o seu insucesso (VIEIRA et al., 2019).

Não há um modelo padronizado para elaboração do caderno de especificação técnica, tendo em vista a variedade de produtos e serviços que podem ser candidatos a IG, assim como suas especificidades. Ainda assim, a Portaria/INPI/PR nº 04/2022 elenca os elementos mínimos que devem constar, descritos no seu art. 16.

1. Nome geográfico;
2. Descrição do produto ou serviço objeto da IG;
3. Delimitação da área geográfica;
4. Descrição do processo de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço, para pedidos de registro de IP;
5. Descrição das qualidades ou características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e seu processo de obtenção ou prestação, para pedidos de registro de DO;
6. Descrição do mecanismo de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da IG, bem como sobre o produto ou serviço;

7. Condições e proibições de uso da IG; e
8. Eventuais sanções aplicáveis.

A linguagem da escrita do caderno de especificações técnicas deve ser clara e objetiva, devendo ser dispensada considerações comuns ou gerais dos processos produtivos ou prestação de serviços, atentando-se para descrição das particularidades e especificidades que os diferenciam dos demais. Documento obrigatório que deve descrever de forma clara e objetiva produtos/serviços, seus processos produtivos e a prestação de serviço, incluindo suas relações com o meio geográfico que será sinalizado com a IG (INPI, 2021).

Os preâmbulos do conteúdo do caderno de especificações técnicas exige relato do produto/serviço, seu modo de produção ou prestação de serviços, suas características e qualidades, sistema de controle da produção/prestação de serviço, legislações que regulam o produto/serviço, entre outros. Ou seja, um sistema organizado de produção ou prestação de serviços com todos os elementos mapeados e identificados que possam ser descritos. O caderno de especificações técnicas tem as funções de garantir tanto a origem quanto a tipicidade/qualidade do produto/serviço (VIEIRA et al., 2019).

O caderno de especificações técnicas é o elemento central, mas outros requisitos são necessários para fins de registro da IG quando o pedido é realizado por associação, sindicato ou outro substituto processual brasileiro, conforme relação a seguir.

1. Requerimento de indicação geográfica;
2. Caderno de especificações técnicas;
3. Procuração se for o caso;
4. Comprovante do pagamento da retribuição correspondente;
5. Comprovante da legitimidade do requerente;
6. Em se tratando de Indicação de Procedência, documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço;
7. Em se tratando de Denominação de Origem, documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, devendo conter os elementos descritivos;
8. Instrumento oficial que delimita a área geográfica;
9. Se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território.

Mesmo havendo distinção entre as modalidades de Indicação Geográfica, cabe enfatizar a importância da notoriedade para as ambas modalidades, pois é através dela também que surge a necessidade de registro e proteção, evitando que pessoas mal-intencionadas e sem direito legítimo usem indevidamente o nome da região geográfica. Nesse contexto, as IGs tem o condão de proteger os elos da cadeia produtiva (BRASIL, 2022).

O mantra mercadológico é tornar-se conhecido para alcançar possíveis consumidores, mas para se manter no mercado é preciso construir uma reputação na produção ou prestação de serviços, seja em preço ou qualidade/característica diferenciados. Tratando-se de Indicação Geográfica a notoriedade revela a história contada e registrada, a trajetória percorrida, o saber-fazer da comunidade, produtos e serviços diferenciados por ação do meio geográfico. “A Indicação Geográfica busca estabelecer confiança ao consumidor que prefere o produto típico de um lugar reputado e paga um prêmio por isso” (VIEIRA et al., 2019, p. 23). Neste contexto, quanto mais elementos comprobatórios do registro da história produtiva ou da prestação de serviços houver, nos diversos suportes e mídias, maior probabilidade de reconhecimento da IG.

Nos tempos atuais, com o advento das redes sociais, a notoriedade ficou mais acessível para pessoas e empresas, e conseqüentemente seus produtos/serviços. Com o propósito de aumentar a publicidade do vinho (fermentado) de jabuticaba, diversas iniciativas e canais vêm sendo utilizados pelos produtores, cooperativa, e por outras organizações parceiras da Coopcam, apresentadas nas Figuras 3 e 4.

**Figura 3** - A publicidade do vinho (fermentado) de jabuticaba em congresso, redes sociais, homepage e imprensa.



Fonte: Coopcam, 2020.

Fonte: Movimento dos Pequenos Agricultores, 2019.



Fonte: Gazeta Rural, 2021.

Fonte: Instagram coopcam\_agroindustria, 2021.

Feiras do agronegócio, redes sociais, congressos, sites de entidade de classe e a imprensa jornalística, são espaços que estão sendo responsáveis pela maior visibilidade do vinho (fermentado) de jabuticaba. A mídia e as redes sociais abordam o produto de diversas maneiras: da contação da história produtiva, passa pelo modo de produção camponesa e cooperativa, e vai até a menção da relação do sabor do produto a sua região produtora, constatados na Figura 4.



**Figura 4** - Mídias que têm promovido o vinho (fermentado) de jabuticaba.



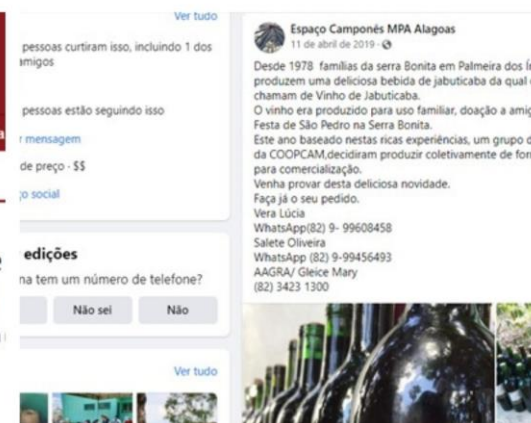
Fonte: Comida com História, 2020.



Fonte: Coopcam, 2020.



Fonte: Rádio Brasil de Fato, 2020.



Fonte: Facebook Espaço Camponês MPA Alagoas, 2021.

Demonstrando o empenho em dar cada vez mais visibilidade ao vinho (fermentado) de jabuticaba, a Coopcam e seus apoiadores realizaram na Serra das Pias o 1º Circuito da Jabuticaba em 2020, com diversas atividades e exposição de produtos, Tal cicuito teve sua realização prejudicada nos anos seguintes devido à pandemia do COVID-19. Chamada do evento, Figura 5.

**Figura 5** - Chamada do 1º Circuito da Jabuticaba.



Fonte: Ivon, 2020.

O Estado de Alagoas possuía até a data de 18 de outubro de 2021 apenas dois registros de Indicação Geográfica. A primeira delas se deu em 2012, com a concessão da Denominação de Origem para o produto própolis vermelha e extrato de própolis vermelha extraído da região de mangues do litoral alagoano, com denominação de nome geográfico Manguezais de Alagoas. O segundo registro foi oficializado em 2016, com a concessão da Indicação de Procedência para o Bordado Filé, de origem da região das lagoas Mundaú e Manguaba, possuindo essa mesma nomenclatura para o nome geográfico/gentílico. Dados técnicos e simbologia das IGs mencionadas podem ser observadas nas Figura 6 e Quadro 2, Figura 7 e Quadro 3.

**Figura 6** - Símbolo da IG Manguezais de Alagoas.



Fonte: INPI, 2021.

A simbologia da IG Manguézais de Alagoas tem elementos representativos do produto e de sua origem, com imagens que remetem à colmeia, ao mel e à flora da qual se origina. No Quadro 2, tem-se os dados técnicos do registro da IG Manguézais de Alagoas.

**Quadro 2** - Dados técnicos da IG Manguézais de Alagoas.

<b>Número</b>	IG201101
<b>Requerente</b>	União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas
<b>Nº de fls.</b>	291 fls.
<b>Nome geográfico/Gentílico</b>	Manguézais de Alagoas
<b>País/UF</b>	BR/AL
<b>Produto/Serviço</b>	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha
<b>Espécie</b>	Denominação de Origem
<b>Data do registro</b>	17/07/2012
<b>Delimitação</b>	O polígono corresponde ao limite dos municípios pertencentes ao litoral de Alagoas.

Fonte: INPI, 2021.

A Figura 7 representa a simbologia da Indicação de Procedência do Bordado Filé, com a tela onde os artesãos tecem a linha criando peças únicas de vestuário, cama, mesa, banho, e outras empregabilidades do bordado.

**Figura 7** - Símbolo da IG Região das Lagoas Mundaú-Manguaba.



Fonte: INPI, 2021.

O Quadro 3 contém os dados de registro da IG Região das Lagoas Mundaú-Manguaba, a segunda IG concedida ao Estado de Alagoas, representando a riqueza cultural do artesanato alagoano.

**Quadro 3** - Dados técnicos da IG Região das Lagoas Mundaú-Manguaba.

<b>Número</b>	BR402014000012-3
<b>Requerente</b>	Instituto Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba
<b>Nº de fls.</b>	768 fls.
<b>Nome geográfico/Gentílico</b>	Região das Lagoas Mundaú-Manguaba
<b>País/UF</b>	BR/AL
<b>Produto/Serviço</b>	Bordado Filé
<b>Espécie</b>	Indicação de Procedência
<b>Data do registro</b>	19/04/2016
<b>Delimitação</b>	O território corresponde a aproximadamente 252 km <sup>2</sup> , abrangendo o complexo estuarino lagunar Mundaú-Manguaba e áreas na sua circunvizinhança.

Fonte: INPI, 2021.

Segundo dados do último levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE em 2010, o Estado de Alagoas está na última colocação com 0,631, no ranking que mede o índice de desenvolvimento humano-IDH de todos os Estados brasileiros junto com Distrito Federal. Marcado em sua história pela monocultura da cana-de-açúcar e o setor de serviços como maiores geradores de emprego e renda, o Estado de Alagoas vem experimentando recentemente novas culturas no setor agroindustrial a exemplo do cultivo do eucalipto, soja, milho, assim como a organização de setores produtivos de beneficiamento de produtos do campo, como o vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias. Decerto que qualquer apoio, incentivo e fomento que contribuam para o desenvolvimento local trará benefícios que geram emprego e renda para produtores, e consequentemente crescimento econômico para o Estado.

Assim como o Brasil, Alagoas com sua biodiversidade, história, cultura, culinária, produção agrícola, dentre outros, possui um potencial para obtenção de certificados e registros que agreguem valor, a exemplo do sinal de Indicação Geográfica para produtos e serviços do Estado, que tendem a contribuir sobremaneira para melhoria de vida de sua população e aumento do seu IDH. Para Silva (2021, p. 25), “as Indicações Geográficas podem ser interpretadas como estímulos ou causas iniciais em um sistema composto por laços de realimentação, que visam o desenvolvimento territorial”. No tocante à

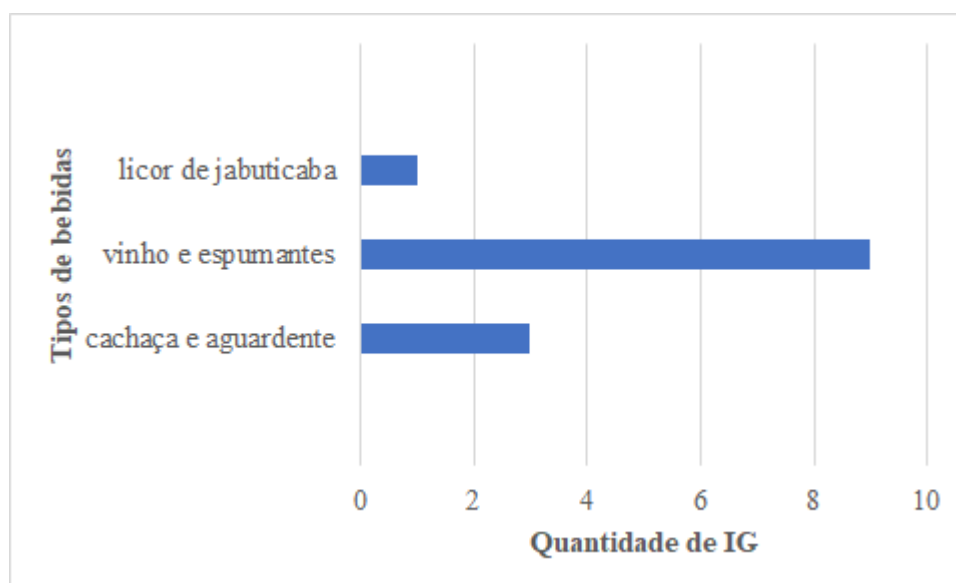
especificidade dos produtos/serviços provenientes das IGs, Fonsêca (2020, p. 9) informa que “tende a contribuir com a agregação de valor a esses produtos e/ou serviços, que podem gerar sustentabilidade, através de maiores retornos financeiros”.

### 3.1.1 Indicação geográfica de bebidas alcoólicas no Brasil

Semelhante a primeira intervenção estatal na proteção e no controle de uma IG pelo governo português para o vinho do Porto, o Brasil teve seu primeiro registro de IG para proteger uma região produtora de vinho, o Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul (compreendendo os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul). Registrada em 2002, a IG de Indicação de Procedência concedida ao Vale dos Vinhedos é o marco inicial da proteção em propriedade industrial nessa modalidade. Dez anos depois, o Vale dos Vinhedos recebe o registro de IG de Denominação de Origem.

Em se tratando de IG relacionada à bebida alcoólica, segundo dados do INPI de setembro de 2021, temos registros concedidos para vinhos, espumantes, cachaça e derivados da jabuticaba, que inclui o licor (considerando a Indicação Geográfica Sabará para derivados da jabuticaba). As IGs de bebidas alcoólicas originárias do Brasil estão distribuídas conforme gráfico da Figura 8.

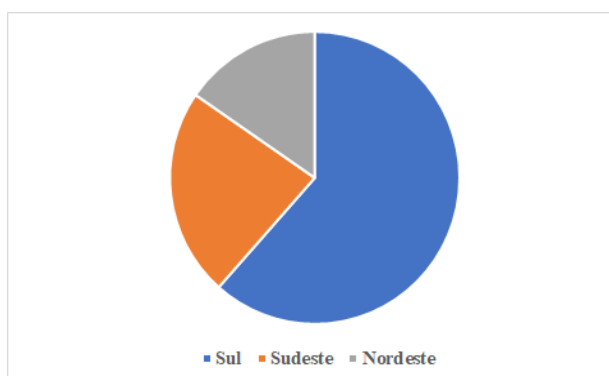
**Figura 8** - Registro de IG de bebidas alcoólicas no Brasil.



Fonte: Elaborador pelo autor, 2021.

Vinhos e espumantes dominam os registros de indicações geográficas como podemos observar, concentrados na região sul e sudeste do país como demonstrado no gráfico da Figura 9; fato que pode ser explicado pelo clima, maior expertise, tradição, colonização, dentre outros fatores.

**Figura 9** - Registro de IG de bebidas alcoólicas por regiões brasileiras.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Outra informação relevante é o quantitativo de IG de bebidas alcoólicas por Indicação de Procedência *versus* a Denominação de Origem. Dos treze registros de IG de bebidas alcoólicas, apenas um tem o registro por Denominação de Origem. Em que pese o nível de exigência para ambos os pedidos, a Denominação de Origem, segundo a Lei nº 9.279/96, exige a comprovação de que o produto ou serviço tenha qualidades ou características que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais ou humanos; comprovação que exige uma soma de esforços e articulação com instituições que possam atestar através de análises e laudos, que a qualidade do produto ou serviço é diferenciado em razão dos fatores supracitados.

### 3.2 Jaboticaba

Nativa do Brasil, considerada “joia nacional”, a jaboticaba (*Myrciaria cauliflora* ou *Plinia peruviana*) vem ganhando terreno no meio científico no Brasil e no mundo devido às suas propriedades e seus compostos bioativos com função antioxidante. As jaboticabeiras produzem frutos com reconhecido potencial econômico, devido às características organolépticas (ZERBIELLI et al., 2016).

No Brasil, diversas pesquisas estão sendo desenvolvidas para descobrir e explorar as potencialidades da jabuticaba no combate e tratamento de doenças. A maioria dos compostos fenólicos que possuem ação antioxidante podem ser encontrados na casca (SOARES et al., 2019). Estudos animadores mostram que há um potencial no uso da jabuticaba para o equilíbrio das taxas de colesterol, assim como para a diminuição de gordura no fígado. Na pesquisa desenvolvida pela nutricionista Kellen Viana, foi possível verificar, em animais, o poder no equilíbrio das taxas de colesterol, bem como uma atuação contra o depósito de gordura no fígado (PEREIRA, 2019). O combate à obesidade também se mostra promissor com o uso de substâncias presentes na jabuticaba. “Estudos relacionam as fibras à prevenção de doenças como diverticulite, câncer de cólon, obesidade, problemas cardiovasculares, diabetes e redução dos níveis séricos de lipídeos” (FERREIRA et al., 2012, p. 606).

A jabuticaba é um fruto em que tudo pode ser aproveitado, desde a casca até suas sementes. Na casca, rica em fibras alimentares, pode-se encontrar também antocianinas. Na polpa e sementes, encontram-se as proantocianidinas e os elagitaninos. O fruto apresenta diversos tons de cores, entre o roxo e o preto, devido à presença de antocianinas presente na casca (VEGGI et al., 2011). Ainda na casca, foram encontrados compostos capazes de provocar um considerável relaxamento das artérias. Em outra frente de estudos com experiências com roedores, houve a comprovação de que os compostos da jabuticaba têm atributos anti-inflamatórios (PEREIRA, 2019). Os compostos da jabuticaba possuem outras atividades biológicas, como anti-inflamatórios, antidiabéticos, antiobesidade, além de combater o pulmão obstrutivo crônico (WU et al., 2013).

Com diversos tons e tamanhos, a “fruta em botão”, assim conhecida pelos indígenas, possui concentração de açúcar que provoca rápida fermentação após colheita (PEREIRA, 2019). Esta peculiaridade exige a implementação de técnicas de beneficiamento que permitam o aproveitamento de suas propriedades antes de sua deterioração. Lorenzi et al. (2000 apud Wu et al., 2013), relaciona no Quadro 4 algumas espécies, tamanhos e cores de frutas comestíveis de *Myrciaria* da América do Sul.

**Quadro 4** - Espécies, tamanhos e cores de *Myrciaria* da América do Sul.

<b>Espécies</b>	<b>Outros nomes</b>	<b>Diâmetro do fruto (cm)</b>	<b>Cor da fruta</b>
<i>Myrciaria cauliflora</i> (Mart.) O. Berg	Brazilian grape; jaboticaba paulista (ponhema, assu)	2.0-3.5	Roxo escuro
<i>Myrciaria jaboticaba</i> (Vell.) O. Berg	Jaboticaba murta; jaboticaba sabara	2.0-3.0	Roxo escuro
<i>Myrciaria vexator</i> (McVaugh)	False jaboticaba; blue grape	2.5-4.0	Roxo escuro, preto
<i>Myrciaria dubia</i> (Kunth) McVaugh	Camu camu; caçari	2.5-3.0	Vermelho
<i>Myrciaria grandifolia</i> (Mattos)	Jaboticaba grauda; jaboticatuba	1.5-2.5	Roxo escuro
<i>Myrciaria phitrantha</i> (Kiaersh.) Mattos	Jaboticaba costada; jaboticaba brancavinho	1.5-2.5	Vermelho para roxo
<i>Myrciaria trunciflora</i> O. Berg	Jaboticaba de cabinho; jaboticaba café	1.8-2.5	Roxo escuro
<i>Myrciaria oblongata</i> Mattos	Jaboticaba azeda; jaboticaba-ácida	2.5-3.0	Roxo escuro
<i>Myrciaria coronata</i> Mattos	Jaboticaba coroada; jaboticaba-de-coroa	2.5-3.5	Com Roxo
<i>Myrciaria floribunda</i> (H. West ex Willd.) O. Berg	Rumberry, camboim	0.4-0.8	Verde para vermelho
<i>Myrciaria aureana</i> Mattos	White jaboticaba; jaboticaba-branca	1.0-2.5	Verde
<i>Myrciaria glazioviana</i> (Kiaersk.) G.M. Barroso ex Sobral	Cabeludinha, cabeluda; peludinha yellow jaboticaba	2.0-3.0	Amarelo
<i>Myrciaria tenella</i> (DC.) O. Berg	Camboim, cambuí, cambuim, camboí	1.0-1.5	Scarlate

Fonte: Wu et al., 2013.

As espécies prováveis encontradas na região das serras em Palmeira dos Índios são Sabará (*Plinia jaboticaba* (Vell.) Berg) e a Cabeluda (*Plinia* sp.), mas ainda carecem da caracterização genética molecular para confirmação das espécies. Se o clima se comportar dentro de sua normalidade na região, as jaboticabeiras produzem seus frutos entre os meses de março a maio, considerada a maior safra, e entre os meses de novembro a janeiro,



considerada safrinha. Atualmente, a produção da jabuticaba na região é maior que a capacidade de beneficiamento, e tende a aumentar com o plantio de novas mudas. “Uma jabuticabeira produz em média de 200 a 1000kg de frutos por ano, o que se intensifica com adubação” (DATASEBRAE, 2019). A produção está distribuída entre as Serras das Pias, Bonita e Sítio Monte Alegre com os quantitativos exibidos no Quadro 5.

**Quadro 5** - Unidades de jabuticabeiras na região das serras de Palmeira dos Índios.

<b>Pés de jabuticaba</b>	<b>Serra das Pias</b>	<b>Serra Bonita</b>	<b>Sítio Monte Alegre</b>
Em produção	295	244	123
Previsão de plantio	40	71	42
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>315</b>	<b>165</b>

Fonte: Coopcam, 2022.

Os nutrientes encontrados no fruto, da casca a semente, são: fibras e antocianinas (grupo de pigmentos badalados por sua ação antioxidante encontrados na casca); vitaminas do complexo B e C, potássio, fósforo, ferro e carboidrato na polpa; taninos, fibras e gorduras do bem na semente. Fatores adstringentes são encontrados na casca contra a diarreia e erupções cutâneas. Ademais, estudos têm demonstrado que chá e sucos da casca da jabuticaba podem ajudar no tratamento de alergias, fragilidade dos cabelos, asma, amigdalite, infecções intestinais, varizes, dentre outras (FERREIRA et al., 2012).

Wu et al. (2013), citando as pesquisas realizadas por Lorenzi et al. (2000), Morton (1987), Rufino et al. (2011), Rufino et al. (2010) e Assis et al. (2009), consolida no Quadro 6, a composição nutricional por 100g de fruto da jabuticaba.

**Quadro 6** - Composição nutricional por 100g de fruto da jabuticaba.

<b>Composição calórica e nutricional</b>	<b>Valores</b>
Calorias	45.7 – 51.7 unidades
Água	87.1 g
Proteína	0.11 – 0.32 g

Gordura	<0.01 g
Carboidrato	12.58 g
Cinzas	0.2 g
Cálcio	6.3 – 7.6 mg
Fósforo	9.2 – 34.6 mg
Ferro	0.49 – 0.87 mg
Potássio	13.2 mg
Vitamina B1	0.04 mg
Vitamina B2	0.09 mg
Niacina	1.3 mg
Fibra	0.08 mg
Riboflavina	0.02 mg
Triptofano	1.0 mg
Lisina	7.0 mg
Ácido ascórbico	17.7 – 238 mg
Total antocianinas	58.1 – 315 mg
Total fenólicos	460,9 mg
Total carotenóides	0,32 mg

Fonte: Wu et al., 2013.

O consumo da jabuticaba pode ser feito *in natura*, processada em receitas de bolos, geleias, sorvetes, molhos para saladas, bem como outros produtos que vêm sendo desenvolvidos pela indústria e pela academia, a exemplo de alimentos probióticos e casca de jabuticaba cristalizada. No Centro-Sul do Brasil, onde o fruto tem maior incidência desde os tempos do Brasil colônia, há uma expertise maior no seu uso e desenvolvimento de produtos, a exemplo de cerveja, licor, macarrão, dentre outros. A jabuticaba por ser encontrada em grande parte do Brasil, da região Norte a região Sul, com maior incidência no Sudeste do País, onde o plantio comercial e produtividade são maiores (ALVES, 2011).

A jaboticaba é muito popular no Brasil, no entanto, seu valor comercial não é alto, por ser uma fruta altamente perecível decorrente do alto teor de água e açúcares em sua polpa (SAITO, 2014). Fora do País, a jaboticaba não é amplamente consumida ou reconhecida devido ao problema de deterioração durante o transporte (WU et al., 2013). Jaboticaba é cultivada no Brasil, América Central e do Sul, além do sul da Flórida (EUA) (BALERDI et al., 2006). As características e potencialidades da jaboticaba a levam para as bancadas dos centros de pesquisa no Brasil e em países que se destacam em pesquisa e inovação.

Seus componentes e compostos químicos como fibras, vitaminas, flavonoides, carboidratos, sais minerais, dentre outros, enquadram-lhe como alimento funcional. A alegação de propriedade funcional nos alimentos relaciona-se ao papel metabólico ou fisiológico que o nutriente ou não nutriente tem no crescimento, desenvolvimento, manutenção e outras funções normais do organismo humano (MAPA, 2019).

São diversas as aplicabilidades das potencialidades da jaboticaba, como se pode observar neste estudo, e sua empregabilidade trará benefícios não só para o ramo alimentício ou de bebidas, atividades em que o fruto é mais difundido como foi mencionado, mas também para a saúde da população com a exploração dos seus compostos bioativos no tratamento terapêutico. A jaboticaba e seus extratos possuem grande potencial para beneficiar diversas áreas com o desenvolvimento de novos produtos (FONTES; RUZENZE; SILVA, 2019).

### **3.3 Vinho (fermentado) de jaboticaba Serra das Pias**

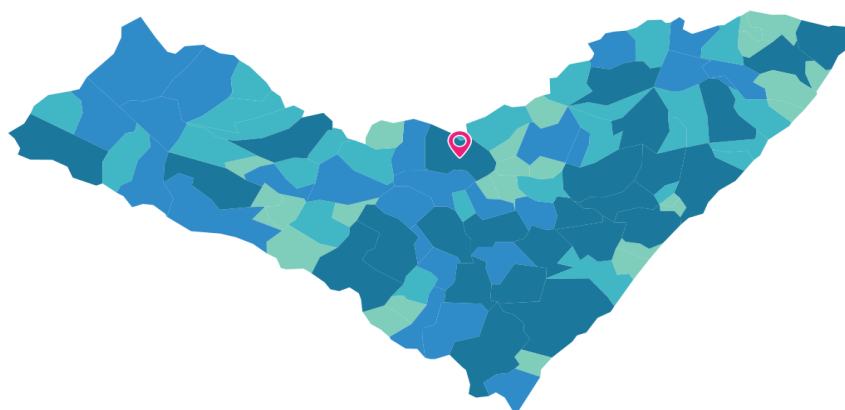
A Serra das Pias está localizada no município de Palmeira dos Índios, região agreste do estado de Alagoas, a 135 km da capital. O município possui clima quente e úmido, com máximas de 38° e mínimas de 12°. Quanto ao seu relevo, apresenta topografia ondulada e suavemente ondulada. A sede do município situa-se no sopé de algumas serras, com o relevo mais acidentado. As chuvas na região se concentram de maio a agosto. O tripé da economia do município está representado na Tabela 1.

**Tabela 1** - Valor adicionado bruto.

VAB (R\$ 1.000)	2014	2015	2016
Agropecuária	40.455,939	46.217,785	40.292,112
Indústria	90.955,808	180.814,752	55.618,859
Serviço	545.742,835	634.048,428	584.325,788
Total	677.154,582	861.080,965	680.236,759

Fonte: Perfil municipal, 2018.

A Figura 10 mostra a localização do município de Palmeira dos Índios no estado de Alagoas, limitando-se com o Estado de Pernambuco. O Mapa ainda mostra a divisão territorial de todos os demais 101 municípios do Estado.

**Figura 10** - Mapa de Alagoas com localização do município de Palmeira dos Índios.

Fonte: IBGE, 2021.

Segundo informações constantes no Perfil Municipal de Palmeira dos Índios - 2018, os principais produtos agrícolas com área plantada entre os anos de 2015-2017, são: banana, batata-doce, castanha e caju, coco-da-baía, fava, feijão, goiaba, laranja, limão, mamão, mandioca, manga e milho. O cultivo da jabuticaba em Palmeira dos Índios, especificamente na região das serras, é realizado pela agricultura familiar e baseado na agroecologia, sem a existência de plantações comerciais e de grande escala, tendo em vista que o plantio se deu pela ação da própria natureza com a disseminação das sementes por pássaros e vespas nas propriedades dos agricultores da região.

O vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, antes restrito ao consumo familiar e a seus apreciadores locais, se expande e ganha cada vez mais notoriedade. Nesse processo de publicidade e expansão, estabeleceu-se diversas necessidades e desafios. Dentre eles, podemos citar a organização dos produtores e do processo produtivo, adequação de maquinários e espaço físico, assim como o fornecimento dos materiais para envasamento e rotulagem do produto que atenda às exigências do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Diversas agendas foram e estão sendo implementadas para melhoria contínua do processo produtivo, que vai da produção à comercialização, de forma a atender às normas de boas práticas de produção e registros de produtos nos órgãos de controle. Nas imagens das Figuras 11 e 12, têm-se um antigo local de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba realizado pelos agricultores, e o local atual de produção na agroindústria após a criação da cooperativa e a adoção de melhores práticas de produção.

**Figura 11** - Antigo local de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Embrapa, 2021.

A Figura 11 retrata o saber-fazer na produção do vinho (fermentado) realizado nas residências dos agricultores da Serra das Pias. A comunidade é marcada pela tradição no beneficiamento do fruto da jabuticaba em receitas de alimentos e bebidas.

**Figura 12** - Local atual da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba, doces e compotas.



Fonte: Embrapa, 2021.

Na Figura 12 observa-se um avanço quanto à infraestrutura no ambiente de produção do vinho (fermentado), como a ampliação do espaço, melhoria das instalações, aquisição de equipamentos do tipo industrial, entre outros. Mesmo com os evidentes investimentos em infraestrutura produtiva, o espaço não foi projetado para a produção de bebidas. Faltam-lhes dimensões e superfícies estabelecidas pelo MAPA, infraestrutura e recursos como: água potável em abundância; paredes, teto, piso, iluminação e ventilação necessitando de adequações.

Muitos dos desafios ainda persistem, mas com a notoriedade do produto, elevou-se a produção, ganhou-se novos consumidores, e despertou-se o interesse turístico na região produtora. A experiência de produção do fermentado trouxe novas perspectivas, tanto na diversificação de derivados da jabuticaba como no aproveitamento de outras frutas existentes na localidade. O fluxo da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba e suas etapas, desde da colheita da jabuticaba até o produto final está descrito no fluxograma da Figura 13.

**Figura 13** - Fluxograma do processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

O processo descrito no fluxograma acima inicia com a colheita do fruto nas jabuticabeiras dos produtores, as quais são transportadas até a agroindústria. Neste recinto, passam por um processo de seleção dos frutos, onde são descartados os impróprios para a produção do fermentado. Os frutos selecionados são lavados para retiradas de impurezas, e levados para o processo de sanificação, que consiste na redução de microrganismos a níveis considerados seguros. A etapa seguinte é retirar o excesso de líquidos, através do escorrimento, e encaminhar para a maceração, onde os frutos são prensados. A partir daí os frutos passam pela primeira fermentação, onde os açúcares fermentescíveis entram em ação. Após a primeira fermentação, os frutos são descaroçados, ou seja, suas sementes são retiradas. Sem as sementes, os frutos passam por sua segunda fermentação e só então são trasfegados (ação de passar o fermentado de um recipiente para o outro), evitando o contato com as substâncias e resíduos que se depositam nos tanques de fermentação. Como resultado de todas estas etapas, temos o fermentado.

A sequência de imagens das Figuras 14 a 18, explicitam o fluxograma de algumas das etapas do processo produtivo do fermentado de jabuticaba na agroindústria, mostrado na Figura 13.

**Figura 14** - Seleção inicial das jaboticabas.



Fonte: Acervo cooperativa Coopcam, 2021.

Na Figura 14, observa-se os colaboradores da cooperativa manipulando os frutos, ao tempo em que todos estavam utilizando de maneira correta os equipamentos de proteção individual.

**Figura 15** - Retirada de impurezas.



Fonte: Acervo cooperativa Coopcam, 2021.



Vê-se na Figura 15, o processo manual de retirada pelos colaboradores das primeiras impurezas do pós-colheita das jabuticabas, como folhas, pequenos galhos, dentre outros, no recinto da agroindústria.

**Figura 16** - Lavagem e sanificação.



Fonte: Acervo cooperativa Coopcam, 2021.

A Figura 16 representa o processo de lavagem dos frutos e a sanificação, necessários para eliminar os microrganismos a níveis aceitáveis e seguros à saúde humana.

**Figura 17** - Maceração.



Fonte: Acervo cooperativa Coopcam, 2021.

O processo seguinte à lavagem e sanificação consiste na maceração, mostrada na Figura 17, que nada mais é do que o estouramento dos frutos da jabuticaba realizado manualmente. No passo seguinte temos a separação da casca e sementes do líquido para iniciar a 2ª etapa de fermentação, representada na Figura 18.

**Figura 18** - Separação da casca e sementes do líquido.



Fonte: Acervo cooperativa Coopcam, 2021.

As bebidas fermentadas possuem cada qual sua particularidade, seja pelo processo de produção, seja pela influência do fator clima ou da matéria-prima. Essa particularidade é importante pela necessidade de distinguir produtos, nichos de mercado, agregação de valor, assim como a conquista de novos mercados e consumidores. Além disso, possuem menor teor alcoólico que as bebidas destiladas, e seu processo de transformação é mais lento.

“Isso ocorre porque o processo produtivo que se dá a fermentação é capaz de transformar uma substância em outra, tudo a partir de microrganismos como fungos e bactérias não patogênicos que são os principais responsáveis pela fermentação” (LIMA, 1992 apud FONSÊCA, 2020, p. 22).

O Quadro 7 mostra as principais bebidas fermentadas e suas características, segundo Fonsêca (2020), tendo como referência a unidade de medida de teor alcoólico graus Gay Lussac - °GL.

**Quadro 7** - Principais bebidas fermentadas.

<b>BEBIDAS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Vinho	Trata-se de uma bebida tradicional obtida a partir da fermentação do suco de uva. Seu processo ocorre a partir das uvas que são esmagadas no lagar (tanque de madeira) e deixadas em repouso para que aconteça a fermentação. Seu teor alcoólico médio é 12 °GL.
Cerveja	É uma bebida bastante popular, disseminada mundialmente em diversos eventos, e sua produção ocorre a partir da fermentação de cereais: lúpulo, cevada, cereais maltados. Seu teor alcoólico médio é 3-5 °GL.
Champagne	É considerada uma das bebidas fina mais sofisticada, muito usada para brindar momentos especiais, também conhecido como espumante. Sua matéria-prima é a mesma que ocorre com o vinho através da uva, no entanto, neste caso, o processo de fermentação apenas acontece na própria garrafa, ou seja, que decorre do suco de uva que é engarrafado, e posteriormente armazenado, em seguida resulta no produto pronto, a bebida fermentada. Seu teor alcoólico médio é 11 °GL.
Sidra	Trata-se de uma bebida que têm características similares ao Champagne, porém com uma particularidade, dado a utilização de outra fruta, a bebida é originada pela fermentação da maçã. Seu teor alcoólico médio é 4-8 °GL.

Fonte: Fonsêca, 2020.

O conceito de vinho, segundo o Quadro 7, é uma bebida obtida a partir da fermentação do suco de uva, não considerando outra matéria-prima. De fato, a Lei 7.678, de 08 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, e dá outras providências, no seu art. 3º, diz que “vinho é a bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto simples de uva sã, fresca e madura”.

Ainda, o parágrafo único desse mesmo artigo reza que “a denominação vinho é privativa do produto a que se refere o artigo, ou seja, a uva, sendo vedada sua utilização para produtos obtidos de quaisquer outras matérias-primas”. Esta restrição colide com a identidade visual do vinho (fermentado) de jabuticaba utilizada pela Coopcam como se pode observar na Figura 19.

**Figura 19** - Rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Rádio Brasil de Fato, 2020.

Complementando o quadro de Fonsêca (2020) com as principais bebidas fermentadas, acrescentamos a definição de fermentado de fruta, segundo o Decreto 6.871, de 04 de junho de 2009, que no seu art. 44, diz que: “[...] é a bebida fermentada com graduação alcoólica de 4 a 14%, em v/v, a 20 °C, obtida pela fermentação alcoólica do mosto de fruta sã, fresca e madura de uma única espécie, do respectivo suco integral ou concentrado, ou polpa, que poderá nestes casos, ser adicionado de água.”

Prezando pelos padrões de identidade e qualidade das bebidas fermentadas, a Instrução Normativa nº 34, de 29 de novembro de 2012 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, estabelece limites quanto a composição química e a classificação da bebida fermentada. No Quadro 8, tem-se os limites e classificação atribuídos ao fermentado de jabuticaba, trazidos pela IN mencionada.

**Quadro 8** - Limites e classificação para o fermentado de jabuticaba descrito na IN nº 34/2012.

Item	----	Limite mínimo	Limite máximo	Classificação
1	Acidez fixa, em meq/L.	30	----	----
2	Acidez total, em meq/L.	50	130	----
3	Acidez volátil, em meq/L.	----	20	----
4	Anidrido sulfuroso total, em g/L.	----	0,35	----
5	Chaptalização <sup>1</sup> , em % de açúcares da fruta.	----	50	----

<sup>1</sup> chaptalização: adição de açúcar durante o processo de fermentação.

6	Cloretos totais, em g/L.	----	0,5	----
7	Extrato seco reduzido, em g/L.	7	----	----
8	Gradação alcoólica, em % v/v a 20 C.	4	14	----
9	Pressão, em atm.	2	3	gaseificado
10	Teor de açúcar em g/l	----	≤ 3	seco
		> 3		doce ou suave

Fonte: MAPA nº 34 de 29 de novembro de 2012.

Para denominação do fermentado, o Anexo da Norma Interna do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal, da Secretaria de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, consolida no Quadro 9, as possibilidades de denominações que devem constar nos rótulos, considerando os normativos vigentes.

**Quadro 9** - Consolidação das denominações possíveis para fermentados.

Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (seco) <sup>3</sup>
Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (doce ou suave) <sup>4</sup>
Fermentado de + (nome da fruta) <sup>2</sup> + (seco) <sup>3</sup> + (gaseificado) <sup>5</sup>
Fermentado de + (nome da fruta) <sup>2</sup> + (doce ou suave) <sup>4</sup> + (gaseificado) <sup>5</sup>
Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (seco) <sup>3</sup> + (sem álcool) <sup>6</sup>
Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (seco) <sup>3</sup> + (gaseificado) <sup>5</sup> + (sem álcool) <sup>6</sup>
Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (doce ou suave) <sup>4</sup> + (sem álcool) <sup>6</sup>
Fermentado de (nome da fruta) <sup>2</sup> + (doce ou suave) <sup>4</sup> + (gaseificado) <sup>5</sup> + (sem álcool) <sup>6</sup>

Fonte: Norma Interna DIPOV/SDA nº 01, 2019.

<sup>2</sup> O Fermentado será denominado "Fermentado de ...", acrescido do nome da fruta utilizada (Decreto nº 6.871/2009, art. 44, § 3º).

<sup>3</sup> Quando o teor de açúcar for ≤ 3 g/L, a expressão "seco" deverá ser acrescida à sua denominação (I.N. Mapa nº 34/2012, art. 11, inciso I, e Anexo I, tabelas 1, 2 e 3).

<sup>4</sup> Quando o teor de açúcar for > 3 g/L, a expressão "doce ou suave" deverá ser acrescida à sua denominação (I.N. Mapa nº 34/2012, art. 11, caput e inciso I, e Anexo I, tabelas 1, 2 e 3).

<sup>5</sup> Quando adicionado de dióxido de carbono de 2 a 3 atm de pressão, o Fermentado de Fruta será denominado "Fermentado de ...", acrescido, nesta ordem, do nome da fruta, do teor de açúcar e do termo "gaseificado" (I.N. Mapa nº 34/2012, art. 11, caput e inciso II, e Anexo I, tabelas 1, 2 e 3).

<sup>6</sup> O Fermentado de Fruta poderá ser desalcooolizado por meio de processo tecnológico adequado e, neste caso, deverá ser denominado "Fermentado de ...", acrescido, nesta ordem, do nome da fruta, do teor de açúcar, do termo gaseificado e da expressão sem álcool, desde que o teor alcoólico seja ≤ 0,5% em volume (Decreto nº 6.871/2009, art. 44, § 5º e I.N. Mapa nº 34/2012, art. 11, caput e inciso III, e Anexo I, tabelas 1, 2 e 3).

Na seara da identificação do produto, o art. 10 da IN nº 34/2012 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, orienta pela proibição nos rótulos dos fermentados “as expressões artesanal, caseiro, familiar, natural ou 100% (cem por cento) natural, premium, extra-premium, reserva e reserva especial”. Já no §2º do mesmo artigo, consta a vedação “a menção ao nome da Unidade da Federação ou da região em que o Fermentado de Fruta foi elaborado, exceto quando consistir em Indicação Geográfica registrada no Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI.”

O levantamento dessas informações são de extrema importância para o registro da marca do fermentado da Serra das Pias, auxiliando na identificação de alterações necessárias ao rótulo do produto, especificamente na supressão das expressões artesanal e da localidade de sua produção.

A marca é um dos elementos da propriedade industrial, fundamental para criar identificação e distinção no mercado de produtos ou serviços. É através dela que as organizações são conhecidas, e que pode ser traduzida em reputação, filosofia de trabalho, ativo contábil, vínculo com o cliente e identidade própria, de modo a não confundir a escolha de produtos/serviços pelo consumidor. Segundo a Lei de Propriedade Industrial, o conceito de marca está relacionado a “todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas” (BRASIL, 1996).

No Brasil, o órgão responsável pelo registro de marca é o INPI. As marcas podem ser de produto, serviço, coletiva ou certificação e se apresentarem como nominativa, figurativa, mista ou tridimensional. A duração da vigência é de 10 anos, contados da concessão do registro, prorrogável por período igual e sucessivo.

A Figura 20 exhibe o rótulo atual utilizado nas garrafas do vinho (fermentado) de Jabuticaba, que passou a ser veiculado a partir do ano de 2022.

**Figura 20** - Novo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Coopcam, 2022.

Marcas de produto, de certificação e outros selos são ferramentas importantes na dinâmica do mercado e diferenciação de produtos e serviços, com vistas a atender aos novos consumidores cada vez mais exigentes quanto à sustentabilidade e origem dos produtos consumidos. Os recursos naturais, cada vez mais explorados para atender às demandas crescentes do mercado por novos produtos e serviços, colocam em xeque a capacidade finita que o planeta possui para suprimento de matérias-primas. Souza (2006) acrescenta que a corrida pelo acúmulo de riqueza, que acelera o processo de extração de recursos, o uso de materiais descartáveis sem preocupação com a reutilização, trouxe preocupação com o meio ambiente e o conseqüente dilema do desenvolvimento sustentável.

O setor de bebidas no Brasil é regido por leis e normas, assim como por órgãos de controle e registro que atestam a conformidade do produto às boas práticas de fabricação, que asseguram o consumo do mesmo pela população. Para sua comercialização, o produto deve possuir registro no MAPA, assim como o estabelecimento que o produz.

O mercado consumidor é cada vez mais exigente, dinâmico e competitivo. Nesse sentido, o planejamento estratégico empresarial se torna essencial para a sobrevivência e competitividade das organizações. Alcançar o consumidor final requer estudo e análise do mercado, o que tem levado as empresas a adotarem estratégias para serem mais eficientes e eficazes na tomada de decisões. A estratégia de *marketing* envolve diversos fatores e variáveis que possuem relação direta na escolha dos produtos/serviços pelos consumidores.

A Figura 21 exibe a promoção do vinho (fermentado) de jabuticaba na Exposição Agropecuária de Alagoas Expoagro/2020, na qual a Coopcam participou com um *Stand*, expondo os seus produtos e oferecendo degustação aos visitantes.

**Figura 21** - Exposição do vinho (fermentado) de jabuticaba na Expoagro 2020.



Fonte: Acervo do autor, 2020.

As organizações atuam em ambientes que estão em constante transformação e precisam utilizar de ferramentas de gestão que possam lhe dar suporte e informações necessárias para o alcance dos objetivos. Informações dos clientes e possíveis clientes, fornecedores, do ambiente político, concorrência, novos produtos entrantes no mercado, tecnologias etc. É importante manter-se vigilante às mudanças do ambiente externo, para que haja resposta proativa às novas tendências e tecnologias. Com o mercado cada vez mais competitivo, a busca pela inovação e introduções tecnológicas no ambiente de trabalho são necessidades prementes para a marca permanecer nessa selva chamada mercado (FONSÊCA, 2020).

### **3.4 Cooperativismo**

O período da Revolução Industrial foi marcado pela ruptura entre o modelo artesanal de fabricação de produtos para o modelo fabril com o uso de máquinas e produção em larga escala. Homens, mulheres e crianças passaram a ser remunerados por seu trabalho, mas



submetidos a longas jornadas em ambientes insalubres e com muita desigualdade na distribuição de renda. Diante desse cenário, um grupo de tecelões denominado Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdalle, na Inglaterra, buscou criar uma alternativa de trabalho mais igualitária, em respeito ao ser humano, com base na filosofia de Robert Owen. É nessa nova proposta de trabalho que se baseia o cooperativismo, dividindo a propriedade do capital com mais equidade, respeito ao ser humano e solidariedade. “O cooperativismo é considerado um sistema que surge como solução dos problemas sociais, com enfoque na cooperação” (MARQUES; COSTA, 2021, p. 532).

As cooperativas são instituições que congregam pessoas com objetivos comuns para o desenvolvimento de atividades cujos resultados são compartilhados entre seus membros. Uma iniciativa coletiva que soma esforços para alcançar objetivos comuns, que individualmente, seus membros não teriam estrutura, recursos financeiros e capacidade para empreender naquilo que se propõem a fazer. O cooperativismo é entendido sempre na perspectiva de representar um instrumento para facilitar um grupo de pessoas a alcançar seus objetivos e melhorar as suas condições de vida (PREZOTTO, 2016). Refere-se a empresas criadas por sócios, com necessidades comuns, dispostas a satisfazê-las por meio de ações combinadas em um ambiente de ajuda mútua e democrático (MACHÍN et al., 2020).

Segundo Bruschi (2012), o cooperativismo possui cinco fundamentos básicos, quais sejam: humanismo, liberdade, igualdade, solidariedade e racionalidade. Princípios como a adesão livre e voluntária, gestão democrática, participação econômica dos membros, autonomia e independência, educação, formação e informação; intercooperação e interesse pela comunidade devem ser respeitados.

A lógica de existência e compartilhamento dos resultados das cooperativas tem vertente no socialismo. São empresas que procuram equilibrar os aspectos econômicos, sociais, desenvolvimento sustentável e governança. Instituições que trabalham para o progresso econômico dos seus parceiros, seus interesses socioculturais, além de reconhecer seu compromisso de elevar o nível e qualidade de vida da sociedade como um todo (MACHÍN et al., 2020).

O modo cooperativo de produção pode ser enxergado como uma alternativa de desenvolvimento socioeconômico mais equitativo, por propiciar a possibilidade de acesso aos cooperados às mesmas oportunidades de desenvolvimento e bem-estar social. Soluções cooperativas e de outras formas coletivas de acesso aos mercados podem melhorar o

desempenho nas transações e, conseqüentemente, a renda das famílias (PREZOTTO, 2016). As contribuições das cooperativas para o desenvolvimento sustentável baseiam-se na geração de empregos, produtos, serviços, e satisfação das necessidades econômicas e sociais dos seus parceiros (MACHÍN et al., 2020).

Através das cooperativas cria-se um ambiente favorável e mais competitivo para o enfrentamento dos desafios do mercado consumidor, onde o poder de barganha aumenta frente aos fornecedores, assim como a maior penetração de mercado com a abertura de novos canais de distribuição, comercialização, formação de redes de contatos e cadeia produtiva, tendo em vista que se trata de organizações mais representativas, reunindo capacidade técnica e gerencial para negociar os produtos e serviços produzidos por seus cooperados. As cooperativas possuem poderes gerenciais próprios, criando condições mais favoráveis para o alcance da eficiência e eficácia, estando mais preparadas para aproveitar as vantagens oferecidas pela descentralização e integração da gestão econômica, em se tratando de cooperativas agrícolas (MACHÍN et al., 2020).

À medida que crescem, alcançam mais mercados consumidores e se profissionalizam. Assim, as cooperativas enfrentam o dilema de desvirtuar-se dos propósitos de desenvolvimento econômico e social de seus parceiros, por atender aos apelos da economia globalizada e cada vez mais competitiva, que exige gestão técnica e eficiência econômica. “[...] o desenvolvimento da produção deve servir para elevar o bem-estar dos parceiros, famílias e comunidade, e não do aumento patrimonial de parte de sua base social” (MORALES; QUINTERO, 2019 apud MACHÍN et al., 2020, p. 591).

Machín et al. (2020, p. 594), trazendo a contribuição da experiência cubana de um país socialista e com tradição na formação da produção cooperativa, relata a materialização dos resultados e avanços do desenvolvimento do setor cooperativo traduzidos em:

*Aportes al conocimiento científico y teórico en función del perfeccionamiento de la gestión de las empresas cooperativas;*

*Formación ética, técnica y científico-innovadora de los recursos humanos de las empresas e instituciones vinculadas al sector cooperativo;*

*Se han generado productos, bienes y servicios con valor agregado, a partir de la introducción de las tecnologías y conocimientos adquiridos;*

*Desarrollo de tecnologías, procesos, productos y servicios, para la gestión de empresas cooperativas;*

*Diseño de programas de desarrollo social para la recolección de desechos, evacuación de residuos y el mantenimiento, en general, de la higiene y saneamiento de las comunidades;*

*Elevación del sentido de pertenencia de los directivos, trabajadores y asociados que se refleja en la estabilidad de la fuerza de trabajo y el incremento de la productividad;*

*Elevados niveles de satisfacción de la demanda de productos de bienes y servicios de la población en general.*

É o ressignificado do trabalho do campo trazido pelas cooperativas agrícolas, que é tão árduo para os pequenos produtores e com inúmeros obstáculos para produzir e comercializar. É uma junção de competências e capacidades com o domínio do saber-fazer local, adotando normalmente uma produção agroecológica, policultura e uma diversificação produtiva com maior aproveitamento das potencialidades locais, a exemplo do incremento do turismo rural. “Particularmente importante é que, na teoria do desenvolvimento local, valorizam-se as relações interpessoais na construção das sinergias, visando à resolução dos problemas comuns que dizem respeito a toda a comunidade” (MARQUES; COSTA, 2021, p. 534).

Para Neves, Castro e Freitas (2019), as cooperativas rurais são constituídas majoritariamente por produtores rurais associados, que através destas organizações, buscam atender aos anseios inerentes às suas atividades. As cooperativas são agentes de transformação quando são socialmente comprometidas com o reconhecimento de uma vida digna no campo, tendo a agricultura camponesa apoiada pelas famílias no meio rural, bem como instrumento de organização social nas zonas urbanas (ORTIZ apud MACHÍN et al., 2020).

No Brasil, as regras para instituição de cooperativas estão previstas na Lei 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que define a política nacional de cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências; e no Código Civil, artigos 1.093 a 1.096. Segundo a Lei supracitada, as cooperativas podem ser consideradas singulares (as constituídas pelo número mínimo de 20 (vinte) pessoas físicas, sendo excepcionalmente permitida a admissão de pessoas jurídicas que tenham por objeto as mesmas ou correlatas atividades econômicas das pessoas físicas ou, ainda, aquelas sem fins lucrativos); cooperativas centrais ou federações de cooperativas (as constituídas de, no mínimo, 3 (três) singulares, podendo, excepcionalmente, admitir associados individuais); e por fim as confederações de cooperativas (as constituídas, pelo menos, de 3 (três) federações de cooperativas ou cooperativas centrais, da mesma ou de diferentes modalidades). Segundo a mesma Lei, as cooperativas se classificam também de acordo com o objeto ou pela natureza

das atividades desenvolvidas por elas ou por seus associados, sendo consideradas mistas as cooperativas que apresentem mais de um objeto de atividades.

Após superarem momentos mais agudos de crise nas décadas de 1980 e 1990, as cooperativas brasileiras vinculadas às atividades agropecuárias formam, atualmente, um dos mais proeminentes ramos do cooperativismo, retomando papel importante na coordenação de muitos aspectos da cadeia agroalimentar (NEVES; CASTRO; FREITAS, 2019, p. 561).

Criada em 2010, a Coopcam vem mobilizando os agricultores na organização da produção e comercialização dos produtos originados da agricultura familiar da região, entre eles a jabuticaba, matéria-prima para produção do vinho (fermentado), seu principal produto e o mais conhecido. Em setembro de 2021, o número de cooperados chegou a 45, número que oscila para mais ou para menos, a depender dos processos de inclusão ou exclusão. Além deste quantitativo de beneficiários direto, 150 pessoas são beneficiárias indiretamente com a produção e comercialização dos produtos da cooperativa. Os grupos de trabalho na cooperativa, considerando uma amostra de 12 cooperados que podem trabalhar em grupos simultâneos, estão divididos nas seguintes tarefas: 65,6% produção de polpa, 75% produção de vinho, 75% comercialização, 91,6% banco de sementes, e 25% que não fazem parte de nenhum dos grupos (ALMEIDA; ANDRADE; ANDRADE, 2022).

No decorrer do estudo grandes temáticas foram trabalhadas e discutidas com a direção da cooperativa e seus cooperados. Temas como Indicação Geográfica, Cadeia Produtiva, Marca e Marca Coletiva foram explanados em vários momentos, sejam eles presenciais ou nos encontros virtuais. Diante da convergência da aplicação da Oficina Profissional na sede da Coopcam, a definição da marca coletiva e seu Manual de Identidade Visual, e o interesse pelo registro, incrementou-se nos objetivos do presente trabalho a proposta de registro de marca coletiva. Nestes termos, acostados a esse estudo, encontra-se o regulamento de uso de marca coletiva, exigido para compor o pedido de registro junto ao INPI, assim como o protocolo de requerimento. A Figura 22 representa a nova marca da Coopcam protocolada no INPI.

**Figura 22** - Marca coletiva Coopcam.

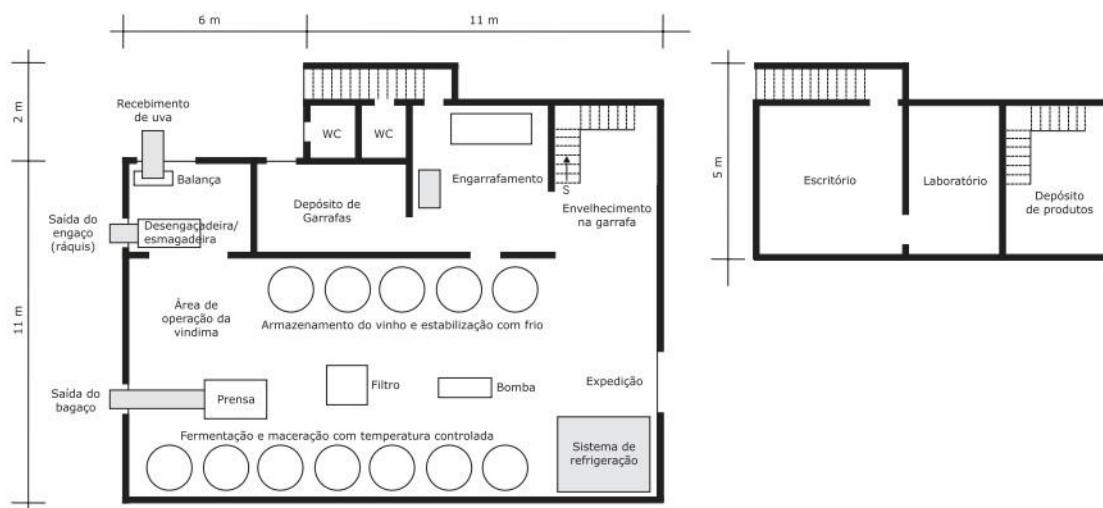


Fonte: Cooperativa Coopcam, 2021.

A cooperativa possui sua sede na Serra das Pias, município de Palmeira dos Índios, agreste de Alagoas, onde possui sua área de exercício de atividades, mas com abrangência em todo o território alagoano para fins de admissão de cooperados. Seu objeto é a produção, industrialização e comercialização da produção dos cooperados, envolvendo toda e qualquer produção agropecuária, agroflorestal e agroenergética, primária, beneficiada, semielaborada ou industrializada, bem como a comercialização de insumos e a prestação de serviços em geral em todos os âmbitos da produção agroflorestal e agroenergética.

A edificação da Cooperativa foi projetada e construída para se tornar uma agroindústria de processamento de frutas para produção de doces, havendo portanto a necessidade de adequações estruturais para produção de bebidas e outros produtos. Nestes termos, leva-se em consideração o manual da Embrapa Informação Tecnológica da Coleção Agroindústria Familiar, o qual orienta quanto à estrutura e equipamentos necessários para a produção de vinho tinto, visto que o mesmo possui semelhança no processamento do vinho (fermentado) da jabuticaba, pode-se então comparar através das Figuras 23 e 24, a planta baixa para produção de vinho tinto e a atual planta da Coopcam.

**Figura 23** - Planta baixa para produção de vinho tinto.

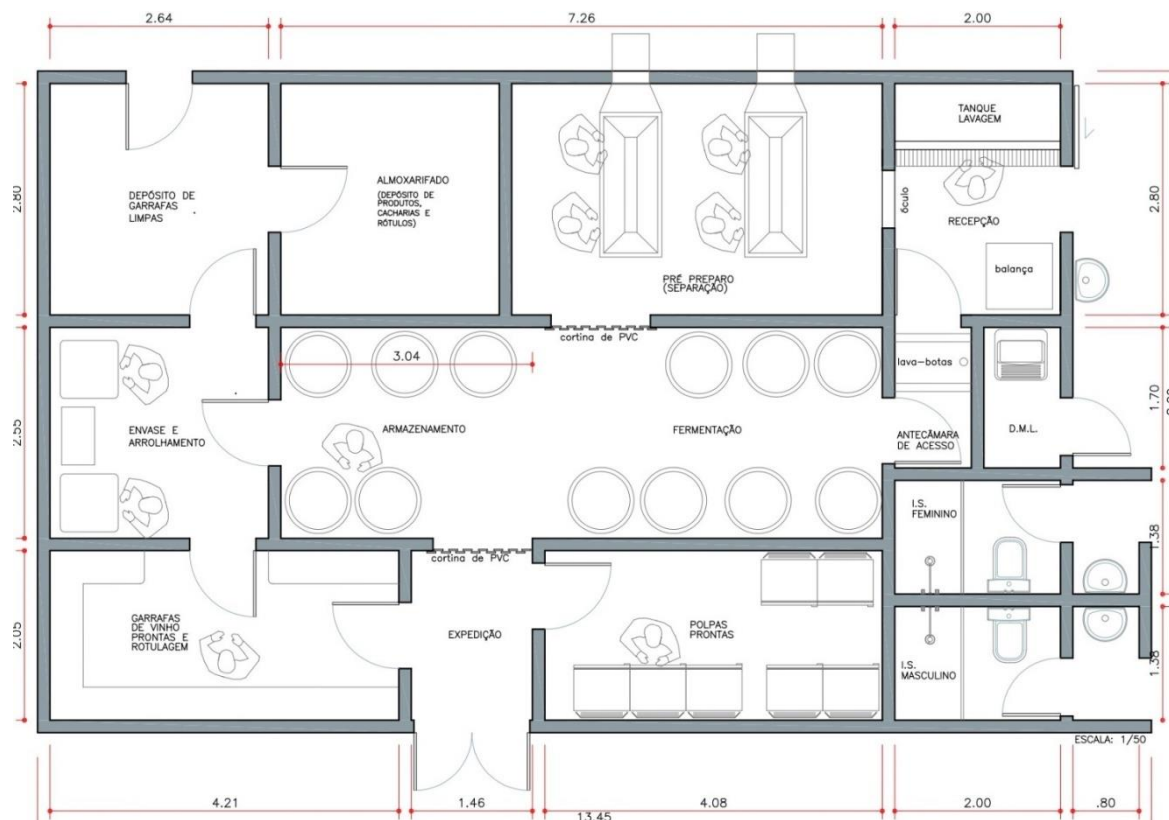


Fonte: Rizzon; Dall'Agnol, 2007.

Rizzon e Dall'Agnol (2007), contribuem de forma muito significativa na estruturação de uma agroindústria para produção de vinho tinto. Além das orientações quanto infraestrutura e equipamentos, contextualiza o ambiente de produção envolvendo diversos aspectos, como boas práticas de produção, utensílios necessários, treinamento de pessoal e o dimensionamento do ambiente produtivo contemplando cada etapa do processo na planta baixa; que sem dúvida serve de parâmetro e referência para o processo de adequação da sede da agroindústria Coopcam.



**Figura 25** - Proposta da nova estrutura física da agroindústria produtora do vinho (fermentado) de jaboticaba.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2022.

Como pode ser observado na proposta da nova planta da Coopcam para o fermentado de jaboticaba da Figura 25, a mesma ganha espaços mais adequados e próprios para uma agroindústria de beneficiamento de bebidas e maior semelhança com a proposta da Embrapa para a produção de vinho.

Entidades de fomento como órgãos públicos, universidades e organizações não governamentais têm dado suporte para melhoria da infraestrutura de produção e capacitações aos cooperados em diversas áreas, como o administrativo, contábil, e o processo de fabricação do vinho (fermentado). A Figura 26 exhibe um exemplo do fomento por capacitação.



**Figura 26** - Oficina profissional realizada na sede da cooperativa Coopcam.



Fonte: Acervo do autor, 2021.

Segundo pesquisa Sobrevivência de Empresas (2020), realizada pelo SEBRAE, com base em dados da Receita Federal e levantamento de campo, constatou-se que os segmentos extrativista e agropecuário possuem as menores taxas de mortalidade de negócios em até cinco anos, com 14,3% e 18% respectivamente. Na sequência, temos o setor de serviços, 26,6%, indústria de transformação com 27,3%, e por fim, o setor do comércio, com 30,2%. Dos entrevistados, 40% apontaram a pandemia da Covid-19 como a maior causa do fechamento, seguido por 22% que apontaram a falta de crédito como a segunda maior.

A pandemia da Covid-19 foi uma variável que impactou drasticamente o mercado global como um todo, exigindo maior criatividade, aprendizado, planejamento estratégico e a rápida e necessária imersão no *marketplaces* (negócios online); modalidade de negócio que possibilita o distanciamento social exigido pela pandemia. Os pequenos negócios, por sua estrutura e pouco capital de giro, precisaram reinventar-se para manter suas vendas e negócios. E ainda citando a pesquisa SEBRAE, os microempreendedores individuais tiveram as maiores taxas de mortalidade, com 29%, em comparação às demais tipos de empresas.

Diversas instituições têm marcado presença na condução de projetos que viabilizem uma expertise maior no processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba, com orientações quanto às adequações às melhores práticas de produção e consequente registro

do produto nos órgãos de controle e fiscalização, para que haja a regular produção e comercialização. Esses projetos e fomentos foram especificados a partir das informações colhidas dos parceiros e da própria Coopcam.

A Universidade Federal de Alagoas - além do presente estudo, outros projetos de intervenção contribuem para inserção de novas tecnologias e a disseminação de conhecimento técnico-científico, a exemplo do projeto de iniciação científica (PIBIC) 2019-2020, intitulado Saberes e Sabores do Semiárido Alagoano: Participação na gestão do beneficiamento de frutas nativas a partir da multidimensionalidade e das Relações Institucionais, que trabalhou aspectos da Administração (mapeando os dados referentes às plantações de frutas, apresentando suas possibilidades de beneficiamento e auxiliando nas articulações para aproximar a comunidade, onde se inserem os agricultores familiares, demais instituições e mercado); Engenharia Química (avaliação do que já é beneficiado em termos de bebidas e alimentos, assim como a construção de um método - acessível aos agricultores - a ser reproduzido em outros beneficiamentos de bebidas e alimentos); e Ciências Contábeis (construindo ferramenta de custeio - a ser disponibilizada aos agricultores familiares - que mensure o valor dos produtos beneficiados sob as óticas financeira e gerencial).

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária realizou oficina de melhoria do processo de fermentação da jabuticaba para produção do vinho (fermentado) (parceria entre Embrapa e Sebrae); projetos futuros de inclusão socioprodutiva de camponeses do agreste/AL por meio do aproveitamento de frutos da jabuticaba; fortalecimento da conservação *in situ/on farm*<sup>7</sup> de recursos genéticos vegetais; e capacitação sobre técnicas para produção de mudas de jabuticaba, visando à conservação *on farm* desta espécie.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas/Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas - Programa de Mobilização para o Desenvolvimento dos Arranjos e Territórios Produtivos Locais do Estado de Alagoas - PAMPL, que tem por eixos o *marketing*, capacitação, tecnologia, infraestrutura e gestão; fornecendo orientações e capacitações dirigidas para acesso a novos mercados de aglomerados de micro e pequenas empresas ou produtores autônomos, entre elas a cooperativa Coopcam.

---

<sup>7</sup> A conservação *in situ/on farm* permite que os recursos genéticos continuem seus processos evolutivos e ecológicos, adaptando-se às mudanças ambientais constantes, incluindo as alterações climáticas.

Cáritas Diocesana - Fomento financeiro para aplicação na realização dos objetivos sociais da Coopcam, além da promoção de seminários e palestras.

Associação de Agricultores Alternativos - AAGRA - Viabilizando canais de comercialização dos produtos Coopcam.

Movimento dos Pequenos Agricultores - MPA - Apoio aos agricultores e divulgação da produção da cooperativa.

Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios - Fomentou a aquisição de equipamento para produção do vinho (fermentado) de jabuticaba através do Edital nº 001/2020 - Secretaria de Cultura - SECULT. Ademais, a Prefeitura de Palmeira dos Índios publicou a Lei nº 2.398, de 05 de novembro de 2021, declarando de utilidade pública municipal a Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas.

Nesta mesma seara, tramita na Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas projeto de Lei que considera a Coopcam como instituição de utilidade pública do Estado de Alagoas, iniciativa que proporcionará maior viabilidade de incentivos fiscais e demais ações de fomento por parte dos entes públicos à cooperativa.

É uma rede proativa de apoio, pesquisa e desenvolvimento, com foco no desenvolvimento econômico e social, formada por instituições de vários setores que agregam aos arranjos produtivos novas tecnologias, conhecimentos e infraestrutura. “Entende-se que, quando um sistema cooperativo é implantado em uma localidade, há o desenvolvimento na comunidade, proporcionando ganhos significativos, agregando renda à população e por consequência, propiciando melhoria na qualidade de vida dos envolvidos” (MARQUES; COSTA, 2021, p. 536). São elos que se entrelaçam fortalecendo o setor produtivo e viabilizando condições de competitividade às micro e pequenas empresas, entre elas, a cooperativa Coopcam. É a cooperação de instituições que se soma à proposta do cooperativismo, proporcionando igualdades de oportunidades e de distribuição de renda com mais equidade.

### 3.5 Cadeia produtiva

Propagada na década de 1960 no cenário mundial a partir das correntes de pensamentos americana e francesa, a proposta da cadeia produtiva agroindustrial traduz as diversas conexões e interconexões dos atores que estão envolvidos desde o início do processo produtivo até a chegada do produto ao consumidor final. Há uma complexa inter-relação entre o produtor, aqueles que lhes fornecem suprimento, aqueles que fazem o processamento industrial, aqueles que fazem o *marketing* do produto que teve origem na propriedade, e aqueles que farão a comercialização do produto final (GOLDBERG apud TROIAN et. al., 2021).

A proposta de cadeia produtiva leva em conta a observância de um sistema dinâmico que compõe todo o processo produtivo e seu estudo passa a ser essencial para se ter investimentos eficientes no setor produtivo. Nos estudos de cadeia produtiva devem ser computados todos os seus agentes que contribuam na redução de custos de produção, maior agilidade no fornecimento de matéria-prima, aumento de competitividade, sempre de jusante à montante. O consumidor final, por sua vez, também deve estar envolvido, por ser indutor em determinadas mudanças durante todo o processo. O estudo das cadeias produtivas é explicado, segundo a ótica da integração das atividades de insumos e produtos (TROIAN et al., 2021).

As cadeias produtivas são formadas estrategicamente numa conjuntura de interesses em comum a partir de uma necessidade ou uma oportunidade de desenvolvimento de regiões, novos mercados, novas tecnologias, dentre outras. “É esperado que quanto mais a cadeia produtiva tiver relações na região que se observa, mais a sua dinâmica tenda a influenciar a economia da região” (MYRDAL, 1960; HIRSCHMAN, 1977 apud TROIAN, 2021, p. 5). Podem ser estruturadas a partir de políticas públicas, investimentos privados, oportunidades de negócios, expertise local, etc.

Seu espectro é amplo e vai além dos seus componentes tradicionais como insumos, transformação e comercialização. Envolve o aspecto tecnológico, político, logístico, infraestrutura, matéria-prima, mão de obra, suporte e demais aspectos que são analisados nos estudos estratégicos de estruturação das cadeias, que subsidiam a tomada de decisão e investimentos.

Os componentes que fazem parte da cadeia produtiva se complementam e ao mesmo tempo possuem interdependência, desde a coleta no campo, passando pelo processamento, até a comercialização. Tipificando cadeia produtiva, Souza (2006) diz que seus componentes mais comuns são o mercado consumidor final, a rede de atacadistas e varejistas, a indústria de processamento e/ou transformação de produto, seus diversos sistemas produtivos e os fornecedores de insumos.

O mercado global estrutura-se em cadeias produtivas, identificando potencialidades locais e regionais no intuito de melhorar a competitividade e eficiência das empresas. “O acúmulo do conhecimento na cadeia produtiva ao longo das gerações favorece a formalização/codificação de padrões e escalas de qualidade, facilitando a ampliação dos mercados compradores com menores custos de transação” (VIEIRA et al., 2019, p. 25). É uma agregação de instituições de vários setores construindo uma espinha dorsal de suporte ao setor produtivo de um determinado ramo. A cadeia produtiva se assemelha em alguns aspectos ao cooperativismo ou a política de arranjos produtivos locais, mas possui várias particularidades, como a adesão voluntária ou involuntária dos seus componentes; são interdependentes, possuem contratos formais ou informais, e vários ramos de atividades e setores que coexistem na constelação em torno do objeto central, o produto ou serviço. Portanto, uma análise do conceito de cadeia produtiva permite a identificação de interações existentes entre os diversos elos que a compõem (FURLANETTO; CÂNDIDO, 2006).

O Decreto 2.077, de 30 de agosto de 2004, do Estado de Alagoas, instituiu o Programa de Mobilização para o Desenvolvimento dos Arranjos e Territórios Produtivos. O mesmo tem como objetivo “apoiar aglomerados de micro e pequenas empresas ou produtores autônomos, concentrados em municípios ou microrregiões do Estado, para proporcionar-lhes a oportunidade de crescimento socioeconômico”. Os APLs foram identificados, selecionados e definidos nos setores da indústria, comércio e da agroindústria, tendo esse último o maior número de APLs, com 16 ao todo. Os eixos de trabalho do programa estruturam-se em cinco pilares: *marketing*, infraestrutura, gestão, tecnologia e capacitação; que através de ações multidisciplinares, promovem a estruturação dos APLs.

Nesse sentido, os APLs podem ser entendidos como provedores da estruturação de cadeias produtivas, pois objetivam o desenvolvimento da produção local de pequenas, microempresas e produtores autônomos que necessitarão de suporte de instituições

comerciais, industriais, financeiras, científicas e tecnológicas que constituirão as cadeias, sejam elas da indústria ou da agroindústria.

O sistema produtivo agropecuário, como qualquer outro sistema vinculado a diversos atores que lhe dão suporte (comercial, financeiro, infraestrutura, tecnologia, relações do trabalho e todo o aparato institucional público e privado), precisa estar cada vez mais inserido nesse processo de inclusão do mercado, seja através do cooperativismo, dos APLs ou da formação das cadeias produtivas.

No caso das Indicações Geográficas, por se tratar de produtos diferenciados, sua sustentabilidade estará centrada na qualidade dos seus produtos e na agilidade de atender ao mercado e seus nichos com adoção de práticas agroecológicas e sustentáveis, com cadeia produtiva estruturada que lhe dê suporte.

Furlanetto e Cândido (2006), ressaltam que esse novo enfoque pressupõe tratar-se da competitividade sistêmica, sendo necessário buscar mecanismos para formação de cadeia de valor, bem como a incorporação de conhecimento em todas as interações entre os agentes.

A estruturação de uma cadeia de suprimentos requer etapas que vão desde a identificação dos agentes até o compartilhamento dos lucros. É um processo de interação, construção de relacionamento de confiança e profissionalismo que se somam. Nesse sentido, Furlanetto e Cândido (2006) contribuem explicitando no Quadro 10, as etapas importantes na estruturação das cadeias de suprimentos.

**Quadro 10** - Etapas importantes na estruturação das cadeias de suprimentos.

ETAPAS	ESPECIFICIDADES
1. Identificação dos agentes	Transações entre agentes identificados e que manifestam o desejo de continuar na relação são mais confiáveis e menos susceptíveis ao oportunismo.
2. Desenvolvimento de parcerias	As parcerias efetuadas ao longo dos diferentes elos diminuem riscos e investimentos.
3. Definição de contratos flexíveis	Contratos de longa duração, muitas vezes informais, renegociáveis e flexíveis.
4. Livre fluxo de informações	As informações predominantemente fluem nos dois sentidos da cadeia, não se limitando somente a quantidades e preços.
5. Padronização de ações	Cada cadeia procura transacionar sob a sua lógica e com

	padrões definidos.
6. Resolução de conflitos	Os conflitos são, predominantemente, resolvidos entre as partes.
7. Construção de uma marca	As transações dentro de uma mesma cadeia são orientadas, prioritariamente, por um objetivo único.
8. Compartilhamento dos lucros	Os benefícios advindos de esforços cooperados acabam de forma direta ou indireta sendo repassados aos membros de toda a cadeia.

Fonte: Furlanetto; Cândido, 2006.

Portanto, é a formação de *network* que visa a sustentabilidade e cooperação negocial num processo de ganha-ganha para o aumento de competitividade, maior penetração de mercado, agilidade no atendimento de demandas e nichos de mercado, amparado em padrões de qualidade definidos e preços competitivos, aspectos que possuem relação direta com a proposta de Indicação Geográfica.

Além desses requisitos citados, as novas tecnologias de produção e de manejo devem ser incorporadas por toda a cadeia produtiva, visando o atendimento de consumidores cada vez mais exigente com a qualidade do produto, sua origem, diferenciação; que causem menos danos ao meio ambiente no seu processo produtivo, e que contribuam com o desenvolvimento sustentável. Schmidt e Silva (2018, p. 480), contribuem dizendo que “investir em P&D, apesar de ser considerada uma atividade de risco e alto custo, traz benefícios para todos os elos da cadeia”.

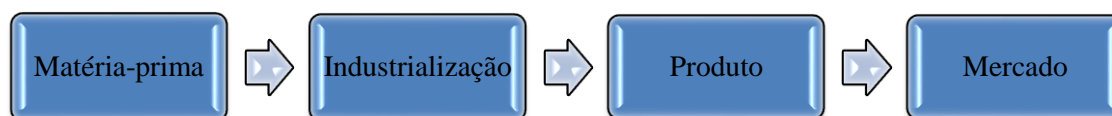
Analisar a cadeia produtiva sob a ótica do desenvolvimento sustentável, é inseri-la na nova filosofia de gestão da cadeia e do agronegócio, identificando seus atores, macroprocessos, insumos, estrutura de produção, e a sustentabilidade socioambiental, que passam a ser requisitos essenciais para o desenvolvimento de produtos na área rural, por exemplo (SOUZA, 2006, p. 11).

O dinamismo da cadeia produtiva, partindo da geração do seu produto principal no ambiente interno na organização, se conecta a uma rede de parceiros em outros ambientes, como o institucional e ao ambiente organizacional externo. Esses componentes estão relacionados a um ambiente institucional (normativo, legal, governo, crédito etc) e a um ambiente organizacional (entidades de classe), que em conjunto exercem influência sobre os componentes da cadeia (CASTRO, 2000 apud SOUZA, 2006).

O sistema produtivo agropecuário possui diversas particularidades comparado ao sistema industrial. Nele, há maior exposição de variáveis do ambiente natural que podem impactar significativamente na produção, a exemplo dos fatores naturais como clima e pragas. A cadeia produtiva do sistema produtivo agropecuário opera num ambiente de mais incertezas e com dependência de outras cadeias que compartilham dos mesmos fatores naturais que podem ter efeitos negativos na produção. Neste contexto, existe um conglomerado de instituições de apoio de crédito, pesquisa, assistência técnica, entre outras, e um aparato legal e normativo, exercendo forte influência no desempenho do agronegócio (CASTRO, 2000 apud SOUZA, 2006).

As cadeias produtivas podem ser de diversos tamanhos e complexidades, a depender do produto ou do seu segmento. Grosso modo, uma cadeia de produção agroindustrial pode ser segmentada em três macrosssegmentos, quais sejam: comercialização, industrialização e produção de matéria-prima (SOUZA, 2006). Seguindo essa lógica, a representatividade da cadeia produtiva tem a constituição da Figura 27.

**Figura 27** - Cadeia produtiva agroindustrial, segundo Souza (2006).



Fonte: Elaborador pelo autor, 2021.

Estudar, pesquisar e conhecer a cadeia produtiva do produto é essencial para o sucesso do negócio. Além de proporcionar benefícios de ordem econômica na seleção de melhores fornecedores e produtos com mais valor agregado, propicia melhor atendimento ao cliente com uma logística mais eficiente.

À medida que a cadeia produtiva agroindustrial cresce e se desenvolve, novos atores passam a fazer parte, formando novos elos e novas conexões. Além do formato tradicional da cadeia da agroindústria, a Coopcam conseguiu agregar novos atores.

### 3.6 Agronegócio

O Brasil é considerado um dos maiores produtores de grãos do mundo, com previsão de colher a sua maior safra de grãos da história em 2021/2022, estimada em 288,6 milhões de toneladas, segundo a Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB (2021a). A área



plantada terá aumento de 3,6%, e a produtividade esperada deverá ter variação positiva de 10,2%. A produção rural no Brasil se modernizou e se profissionalizou, adotando novas técnicas de produção, pesquisa e desenvolvimento de novas espécies de cultivares resistentes a pragas e mais produtivas. Para Elias (2021, p. 5), “de modo geral, o agronegócio se realiza adotando pacotes tecnológicos intensivos em capital e tecnologia (conjunto de insumos químicos, mecânicos e biotecnológicos), que transformam os sistemas técnicos e difundem um padrão estandardizado de produção”. O uso da ciência e tecnologia são realidades na produção rural, com papel fundamental no aumento da produtividade e na desaceleração por novas áreas de plantio, contribuindo para o desenvolvimento rural sustentável.

O setor agrícola brasileiro tem uma expressão significativa na balança comercial do país e no Produto Interno Bruto - PIB. A vocação do Brasil na produção agrícola é reconhecida em todo o mundo. Sua grande extensão territorial, reserva de água doce e o desenvolvimento de sua expertise agrícola, colocou o país como um dos líderes na produção de diversos produtos do agronegócio. Segundo estudo de Aragão e Contini (2021), o Brasil foi o quarto maior produtor mundial de grãos (7,8% do total) em 2020, depois da China, Estados Unidos e Índia, conforme Quadro 11.

**Quadro 11** - Maiores produtores de grãos (arroz, cevada, milho, soja, trigo) do mundo (síntese do período de 2000 a 2020) – 2020 (estimativa).

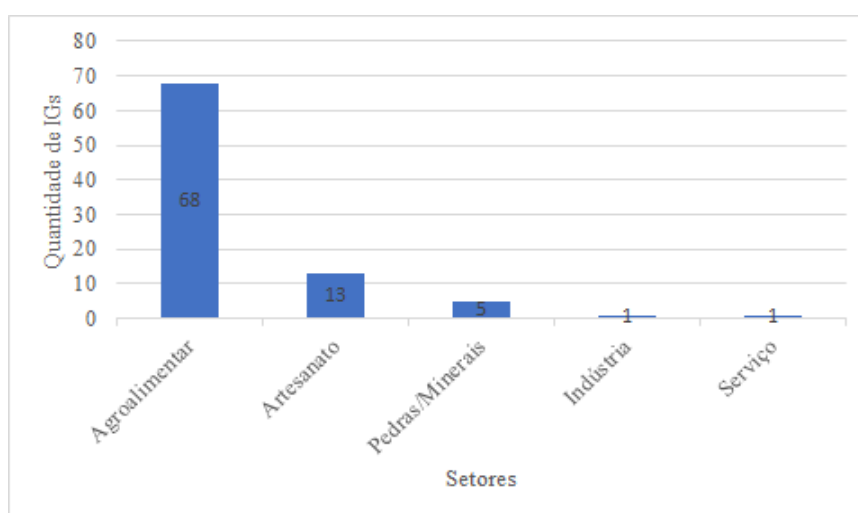
Grãos - Produção (Milhões de Toneladas)											
Mundo		1º EUA	2º China	3º Índia	4º Brasil	5º Argentina	6º Rússia	7º França	8º Indonésia	9º Canadá	10º Ucrânia
2020	3.054 -	570 18,7%	585 19,2%	264 8,6%	239 7,8%	133 4,4%	129 4,2%	64 2,1%	71 2,3%	65 2,1%	79 2,6%
2000- 2020	50.735 -	9.980 19,7%	9.461 18,6%	4.523 8,9%	3.124 6,2%	1.868 3,7%	1.751 3,5%	1.319 2,6%	1.189 2,3%	1.107 2,2%	1.039 2,0%

Fonte: Aragão; Contini (2021).

Em sintonia com a vocação brasileira para o agronegócio, as Indicações Geográficas registradas no INPI também evidenciam que o campo, além de produzir alimentos, emprego, renda e divisas para o país, também possui identidade, cultura e conhecimento do saber-fazer, que é diferenciado e que precisa ser cada vez mais apropriado, dando mais autonomia e empoderamento aos produtores.

Ademais, a relação entre a produção e a sustentabilidade ambiental é mais equilibrada e harmoniosa, em comparação aos grandes empreendimentos do agronegócio, pois há a necessidade de manutenção das condições ambientais que permitiram o registro para as IGs de Denominação de Origem, assim como as regras que precisam ser cumpridas no caderno de especificações técnicas das IGs de Indicação de Procedência. Dos oitenta e oito registros brasileiros de Indicações Geográficas, dados de novembro de 2021, as Indicações Geográficas do agronegócio correspondem a 77,27% do total de registros, conforme demonstra o gráfico da Figura 28. Silva (2021), considera ainda pequeno o número de registro de Indicações Geográficas brasileiras, considerando as dimensões continentais do Brasil, sua riqueza natural e a miscigenação de culturas.

**Figura 28** - Indicação Geográfica por setor no Brasil.



Fonte: Datasebrae, 2021.

A sustentabilidade tem sido umas das temáticas mais discutidas no meio acadêmico, governamental, empresarial e sociedade civil organizada. A mudança de comportamento, adoção de novas tecnologias produtivas menos poluente e a tomada de decisão por parte dos governantes na economia verde são necessárias e urgentes. Todos os setores precisam se adequar a essa nova realidade, e o setor agrícola, gerador de matéria-prima essenciais à alimentação humana, também gera impactos ambientais que agravam o efeito estufa, principalmente nos grandes empreendimentos rurais com a criação de gado, consumo de água e no avanço da fronteira agrícola com a derrubada de florestas. Vem ocorrendo uma

procura crescente dos consumidores por produtos de origem da agricultura familiar, saudáveis, ecológicos e que valorizem as culturas e tradições locais (PREZOTTO, 2016).

Consoante a presença de grandes conglomerados da produção agroindustrial no Brasil, convivemos, em sua maior parte, com pequenos produtores rurais, que, mesmo diante do avanço da agroindústria, resistem produzindo com poucos recursos, seja material ou humano. Elias (2021, p. 5), explica que o agronegócio “é regulado por relações de produção, distribuição e consumo globalizadas calcadas em corporações transnacionais e movimentam grandes volumes de créditos estatais e um conjunto de outras políticas públicas”. Segundo censo agropecuário de 2017, último divulgado pelo (IBGE), dos 5.073.374 estabelecimentos rurais, 72,02% pertencem a produtores individuais. Um número bastante expressivo de produtores que, em sua maior parte, insere-se na modalidade da agricultura familiar com práticas agroecológicas de produção, mas alheios às novas tecnologias e mercados de fornecedores de insumos e consumidor. Como alternativa, a organização em associação ou cooperativas garantiria poder de alcançar mercados, negociação e melhor estrutura produtiva.

No Brasil, segundos dados do último Censo Agropecuário, tais organizações respondem por, aproximadamente, 41% do Valor Bruto da Produção (VBP) agropecuária (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2016), sendo meios de coordenação dos atores no setor primário da economia e importantes vias de acesso dos produtores ao mercado (NEVES; CASTRO; FREITAS, 2019, p. 560).

Para que haja maior sustentabilidade à pequena propriedade do homem do campo, evitando que o mesmo venda suas terras e migrem para os grandes centros urbanos, necessário se faz conhecer a cadeia produtiva e explorá-la estrategicamente. Souza (2006), contribui dizendo que a adequação dos produtores rurais às exigências da agroindústria e dos canais de distribuição, reforça a ideia de uma mudança ampla de postura.

Nesta seara, sob a ótica do desenvolvimento rural sustentável, Souza (2006) relata que no caso da agricultura familiar, a estratégia para inclusão na cadeia produtiva, é a questão da origem do produto, na forma de produzir, da qualidade, da interação com o meio ambiente, entre outros. Os produtos originados das agroindústrias da agricultura familiar são diferenciados dos demais pelo seu processo de produção e por suas características intrínsecas (PREZOTTO, 2016).

Nos estímulos que as Indicações Geográficas podem proporcionar ao desenvolvimento rural sustentável, Pellin (2019) acrescenta que as dimensões sociais,

culturais e ambientais do desenvolvimento são observáveis, assim como o fortalecimento do capital social, preservação do patrimônio e da biodiversidade regional, aproximando a IG do desenvolvimento sustentável.

A nova dinâmica do desenvolvimento rural não admite mais o modelo de governança *top-down* (de cima para baixo), considerado antidemocrático e ineficiente, uma vez que a tomada de decisão era feita por políticos e burocratas que não eram presentes. As novas abordagens para o desenvolvimento rural deslocam o enfoque do produtor para as redes de atores do setor agrícola para dinâmicas socioeconômicas variadas, das ações do tipo *top-down* para as *bottom-up* (de baixo para cima) (GAMEIRO, 2014). Esse modelo tem características com a organização dos arranjos produtivos locais, na formação de cadeias produtivas e na proposta de organização das IG. Lowe et. al. (1999, apud GAMEIRO, 2014) enfatiza que este modelo tem foco no território, diversidade e otimização de recursos locais.

Essa nova ordem e lógica da organização do setor produtivo rural, com a presença dos grandes empreendimentos rurais que representam o agronegócio, impõe aos pequenos produtores e representantes da agricultura familiar necessária mudança de rumo e comportamento que permita a sustentabilidade da pequena propriedade do campo. Entre as ações estratégicas que precisam ser adotadas pelos pequenos produtores, devem estar presentes a capacitação, adesão aos processos organizativos de produção, sejam eles cooperativas, associações, arranjos produtivos locais; aquisição de novos conhecimentos e inserção nas cadeias produtivas.

Esses formatos organizativos de produção permitem o alcance de objetivos comuns dos pequenos produtores por disporem de estrutura, suporte técnico, canais de distribuição e comercialização. Contrário a isso, a pequena propriedade rural pode se tornar inviável e vulnerável à ação predatória dos grandes empreendimentos em sua expansão, incorporando as pequenas propriedades rurais e expulsando os produtores e suas famílias para as cidades.

Ploeg e Dijk (1995, apud GAMEIRO, 2014) relatam que os modelos endógenos de desenvolvimento rural partem do princípio de que os recursos naturais, humanos e culturais específicos de uma área são a chave para o desenvolvimento sustentável. Assim, a agroindustrialização deve ser compreendida e trabalhada como um dos instrumentos de desenvolvimento rural sustentável e solidário, articulado com outras alternativas produtivas (PREZOTTO, 2016).

O agronegócio é uma fonte de oportunidades de desenvolvimento, principalmente no Brasil, que dispõe de condições naturais e técnicas para a produção agrícola. O desenvolvimento rural, aliado a práticas sustentáveis de produção, podem beneficiar uma grande parcela da população brasileira que ainda possui domicílio rural, vinte e nove milhões, oitocentos e trinta mil e sete habitantes, segundo censo de 2010 realizado pelo IBGE. População que era desprovida de quase tudo e que passou a ter condições mais dignas de sobrevivência no campo, com adoção de políticas públicas como transporte escolar, programa de estímulo à agricultura familiar, energia elétrica, crédito rural, entre outras. Mas mesmo com a recente implantação de políticas públicas assistenciais, o analfabetismo e a baixa renda ainda são entraves para o desenvolvimento rural sustentável, realidade que pode ser superada com ações governamentais, instituto de pesquisas, organizações não governamentais e entidades de classe que possam estruturar modelos de negócios próprios para realidade rural, evitando o êxodo e valorizando o trabalho do homem do campo, a exemplo da Indicação Geográfica.

## 4 METODOLOGIA

No contexto da investigação pretendida abordou-se temas com relação direta ao produto e ao pedido de registro de IG. Investigou-se a temática da Indicação Geográfica no cenário brasileiro e alagoano, a jabuticaba como matéria-prima do produto em tela, a história do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, o cooperativismo, a cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba e seus diversos atores, e por fim, o agronegócio brasileiro como força motriz da economia brasileira.

O arcabouço da pesquisa está amparado em métodos e técnicas, e o seu referencial teórico foi investigado em bases de dados e acervos que contribuíram na contextualização da temática em tela, além da legislação pertinente. Cadernos de Prospecção, repositórios institucionais e a Biblioteca Eletrônica Científica Online - SciELO, foram as bases de dados mais consultadas.

A pesquisa foi desenvolvida entre os anos de 2020 e 2022, restringindo-se a investigar publicações entre os anos de 1971 a 2022 (considerando todos os documentos pesquisados), nos idiomas português, inglês e espanhol, selecionando os documentos mais relevantes para os temas aqui discutidos. Títulos, resumos e palavras-chave como “cooperativismo”, “jabuticaba”, “agronegócio”, “indicação geográfica” e “cadeia produtiva” foram utilizadas como filtros.

### 4.1 Classificação de pesquisa

A pesquisa consistiu no seu teor de abordagem qualitativa, onde o pesquisador adentrou no universo da temática no seu ambiente natural para colher dados e informações do saber-fazer, da história e do processo produtivo do objeto de pesquisa. Para isso, foram realizadas visitas *in loco* para construir conhecimento sobre a temática e conhecer às práticas dos participantes do fenômeno observado. Esta ação foi fundamental para formular relações e analisar os pontos de vistas nos diferentes contextos. A abordagem escolhida permitiu descrever nesta pesquisa todo cenário do objeto investigado no seu ambiente interno e suas relações com o ambiente externo, possibilitando realizar deduções no caso específico a partir da literatura publicada. Considerando que seus resultados servirão de lastro para análise do pleito de Indicação Geográfica, compreende-se que a pesquisa se caracteriza como aplicada.

Em menor grau, a pesquisa também adotou abordagem quantitativa, na medida em que se realizou levantamento em base de dados e bases de patentes, coletando dados que foram analisados, interpretados e expostos através de gráficos. As três bases de patentes pesquisadas (Espacenet, Patent Inspiration, Patentscope) permitiram o acesso a uma amostragem de 325 patentes que foram analisadas, possibilitando inferir generalização a partir do exame e análise dos dados.

Diante do exposto e considerando os objetivos da pesquisa e sua abordagem, as técnicas escolhidas para obtenção do maior número de dados e referências para o embasamento teórico e construção do arcabouço da pesquisa, foram a documental, pela busca ativa em sites governamentais, documentos disponibilizados pela cooperativa, além de parceiros como a Embrapa, Ufal, Sedetur, Sebrae, dentre outros; a bibliográfica, pela contextualização da literatura nas temáticas abordadas, consultadas através de artigos, periódicos, dissertações, dentre outras fontes impressas ou eletrônicas publicadas; estudo de caso, tendo como objeto principal a investigação em profundidade do contexto do processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias; e por fim, levantamento, quando realizou-se a prospecção nas bases de patentes para identificação das vertentes tecnológicas que vem sendo desenvolvidas com a jabuticaba.

#### **4.2 Coleta de dados**

O levantamento de dados da pesquisa teve início em 2020, através da leitura de matéria jornalística intitulada “Produção de Vinho de Jabuticaba coloca em evidência produção camponesa em Alagoas”, de autoria de Marcos Corbari, publicada no site Brasil de Fato. A partir deste momento, iniciou-se um processo progressivo pela busca dos primeiros dados primários, fruto da interação com uma das dirigentes da cooperativa Coopcam. Após, dados terciários foram obtidos em entrevistas com representantes do Projeto Alagoas Maior, que faz parte do Programa de Mobilização para o Desenvolvimento dos Arranjos e Territórios Produtivos Locais do Estado de Alagoas, Embrapa, Sebrae e Sedetur. Diversos dados secundários foram utilizados para embasar a discussão envolvendo a temática. O acesso a documentos das instituições que fazem parte da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba, da Coopcam, artigos, livros, sites, matérias jornalísticas, entre outros, contribuiram sobremaneira para a construção do conhecimento envolvendo o objeto de estudo.

Tratativas foram realizadas com a Coopcam e os parceiros da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba para que fosse possível uma crescente aproximação do pesquisador com o objeto de estudo. Para isso, fases e etapas foram realizadas para obtenção de dados e a necessária intimidade entre pesquisador e o objeto de investigação, conforme o passo a passo a seguir.

1º passo: Coleta dos primeiros dados terciários, obtidos através da interação com a representante da Coopcam e do projeto Alagoas Maior;

2º passo: Primeira visita de campo a Serra das Pias, onde foi possível realizar entrevista com a representante da Coopcam, conhecer a estrutura de produção e alguns produtores;

3º passo: Revisão da literatura que estrutura o presente estudo, com temáticas diretamente ligadas ao objeto de estudo, como: Indicação Geográfica, Jabuticaba, Cooperativismo, Cadeia Produtiva e Agronegócio;

4º passo: Obtenção de dados secundários e terciários na realização de vídeoconferência com representantes da Sedetur e Sebrae;

5º passo: Interação com demais parceiros da Coopcam para acesso a dados secundários e expandir o conhecimento no contexto do estudo. Entre estes atores, temos: UFAL, EMBRAPA, IRPAA, entre outros;

6º passo: Visitação ao stand da Coopcam na Expoagro-2020;

7º passo: Realização da Oficina Profissional na sede da Coopcam, abordando às grandes temáticas de Indicação Geográfica, Marca e Marca Coletiva;

8º passo: Debates em encontros virtuais para formulação de registro de marca coletiva;

9º passo: Pesquisa de prospecção em bases de patentes, tendo como elemento chave a jabuticaba;

10º passo: Consolidação de todo o arcabouço pesquisado;

11º passo: Apresentação dos resultados quanto a viabilidade de registro de IG para o vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias.

### **4.3 Pesquisa de prospecção tecnológica**

Em se tratando da prospecção tecnológica, realizou-se levantamento nas bases de patentes para obter dados e informações de registro de patentes da jabuticaba (*Myrciaria*



*cauliflora* ou *Plinia cauliflora*). Para isso, alguns termos combinados a truncagem e operadores booleanos foram testados a fim de obter um maior refinamento da pesquisa, conforme descrição no Quadro 12.

**Quadro 12** - Chaves de busca e resultados de documentos em bases de patentes.

Base de dados	Chaves de busca	Total
Espacenet	jaboticaba OR “ <i>Myrciaria cauliflora</i> ” OR “ <i>Plinia cauliflora</i> ”	144
Patentscope	jaboticaba OR “ <i>Myrciaria cauliflora</i> ” OR “ <i>Plinia cauliflora</i> ”	84
Patent Inspiration	jaboticaba OR “ <i>Myrciaria cauliflora</i> ” OR “ <i>Plinia cauliflora</i> ”	97

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

O termo jaboticaba também apareceu nos resultados. *Myrciaria cauliflora* e *Plinia cauliflora* foram os termos que mais obtiveram êxito nos resultados das buscas nas três bases de dados. Os campos utilizados de preenchimento foram: *Simple search* (Patentscope), *enter your search terms* (Espacenet), e *Add filter* (Patent Inspiration). A pesquisa em base de patentes possibilitou o levantamento de países que registram patentes da jaboticaba, o quantitativo e a trajetória de registros ao longo do tempo; além da identificação da vertente tecnológica mais pesquisada e desenvolvida.

#### 4.4 Tratamento e análise dos dados pesquisados

Percorridos todos os passos de investigação para obtenção dos dados referentes ao objeto de estudo, foi possível formar o arcabouço conceitual que permitiu a compreensão do contexto e as relações institucionais da cadeia produtiva que dão suporte ao sistema produtivo do vinho (fermentado) de jaboticaba.

Praticou-se o cruzamento de dados obtidos entre a pesquisa de campo, as entrevistas não estruturadas com os representantes da Coopcam e da cadeia produtiva, bem como dos agentes de fomento. Somou-se ainda os dados obtidos pela técnica observacional na prática da Oficina Profissional com os cooperados da Coopcam.

Os fatores endógenos e exógenos do contexto produtivo do vinho (fermentado) de jaboticaba relacionados aos requisitos e características da IG foram identificados através da ferramenta da análise SWOT, descrevendo suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Quanto à pesquisa de prospecção, o levantamento realizado nas bases de patentes foram tratadas e analisadas com o auxílio do editor de planilhas Microsoft Excel, utilizando-se das ferramentas de filtragem para realização dos cálculos e categorização, apresentados em gráficos, principalmente.

Assim, foi possível realizar uma discussão sistemática em torno da proposta de registro de Indicação Geográfica para o vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, descrevendo dados, analisando conteúdo, narrativas e discurso, com o confronto dos requisitos legais para o encaminhamento do pedido, e as características e condições de produção do possível candidato ao registro.

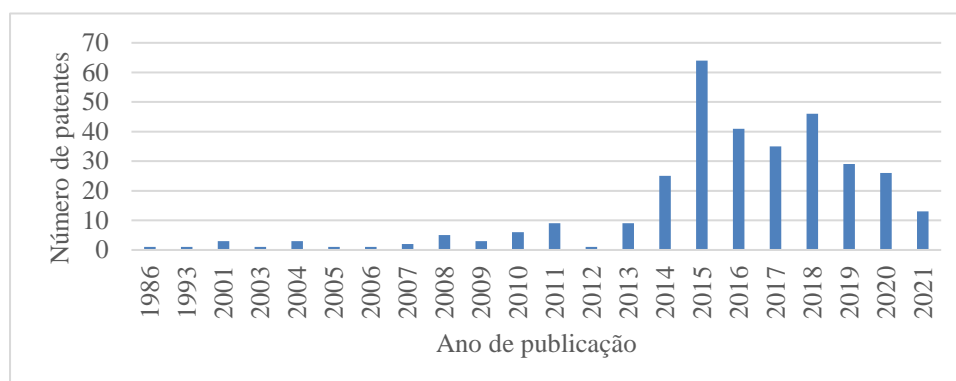
## 5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 5.1 A descoberta da versatilidade da jabuticaba no Brasil e no mundo

Nativa do Brasil e historicamente conhecida, a jabuticaba ainda não tem expressividade comercial se comparado a outros frutos produzidos e comercializados pelo agronegócio brasileiro no mercado interno e externo. Muitos produtores ainda não têm conhecimento do manuseio da jabuticaba no pico da safra, o que gera perdas de produção e dificuldade na comercialização na entressafra (SAITO, 2014). Conhecida pelos povos indígenas, citada em nossa literatura e até nos casos inusitados da política brasileira, a jabuticaba está sendo redescoberta pelo Brasil e começa a ser cultivada e pesquisada em outros países, a exemplo dos Estados Unidos e China. A China tem se destacado em pesquisas relacionadas à aplicação dessa fruta em diferentes produtos relacionados a áreas de ciências médicas, veterinárias e higiene (FONTES; RUZENZE; SILVA, 2019).

O beneficiamento tradicional da jabuticaba está relacionado aos gêneros alimentício e bebida, mas pesquisas recentes indicam novas tecnologias sendo desenvolvidas a partir desta matéria-prima. É grande o interesse dos produtores rurais por este fruto devido à sua produtividade, rusticidade e aproveitamento em diversas formas (FERREIRA et al., 2012). A prospecção tecnológica realizada neste estudo tendo a jabuticaba como palavra-chave reafirma o beneficiamento tradicional citado, ao tempo em que revela sua nova fronteira de pesquisa e desenvolvimento, qual seja, preparações para finalidades médicas, odontológicas ou higiênicas.

A pesquisa realizada nas bases de patentes Espacenet, Patentscope e Patent Inspiration, utilizando a chave de busca combinando operadores booleanos e truncagem (jabuticaba OR “*Myrciaria cauliflora*” OR “*Plinia cauliflora*”), obteve-se um quantitativo de 325 patentes destinadas a diversas finalidades. A pesquisa encontrou patentes expiradas, o que pode ser usufruído por terceiros, pois não há mais exclusividade de uso. Vinagre, vinhos, fertilizantes, métodos de cultivo e manejo apareceram com maior frequência na base de patentes Espacenet relacionada à jabuticaba. Observa-se no gráfico da Figura 29 a trajetória de registros de patentes ao longo do tempo.

**Figura 29** - Somatório de patentes por ano de publicação.

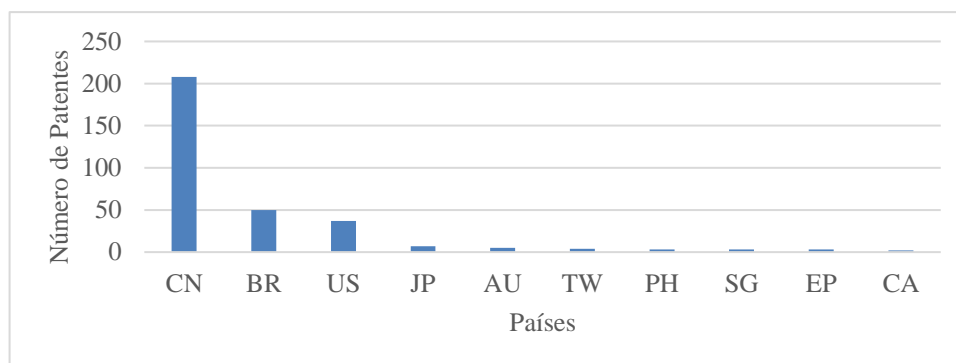
Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Neste somatório, consideraram-se todas as patentes encontradas resultante da pesquisa, independente de área, ou seja, as 325 patentes encontradas nas bases de dados. O quantitativo de patentes que retornou à chave de busca aplicada nas bases de dados consultadas, revela um expressivo aumento a partir de 2014, tendo o seu pico em 2015, com decréscimo nos anos seguintes.

A origem das patentes foi um dado que chamou atenção, que mesmo nativa do Brasil a jabuticaba tem despertado interesse internacional. A China, sem entrar no mérito das discussões internas do País, vem investindo pesadamente em pesquisa e desenvolvimento, como resultado de esforços concentrados da política governamental. Hoje, está entre os maiores registradores de patentes em diversas áreas.

Mesmo sem possuir a diversidade botânica brasileira, a China vem utilizando do seu conhecimento milenar na utilização de ervas medicinais, assim como na pesquisa de espécies vegetais de outros países para o desenvolvimento de novas tecnologias. Após levantamento que durou sete anos sobre a diversidade de plantas, algas e fungos no Brasil, chegou-se ao quantitativo de 46.097 espécies, colocando o País em primeiro lugar em riqueza de plantas do mundo (FIORAVANTI, 2016). Das 325 patentes que retornaram à aplicação da chave de busca, a China aparece como o maior depositante, seguida pelo Brasil, conforme gráfico da Figura 30.

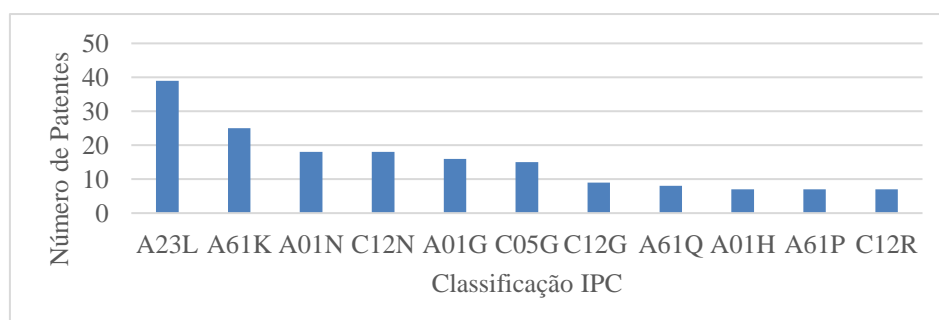
**Figura 30** - Principais países depositantes de patentes relacionadas à chave de busca aplicada.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

Além da empregabilidade de produtos já conhecidos da jabuticaba, outras tecnologias podem ser desenvolvidas com os compostos bioativos presentes no fruto. As indústrias farmacêuticas e de cosméticos estão cada vez mais investindo no desenvolvimento de produtos a partir de frutos ricos em compostos bioativos, principalmente polifenóis e antocianinas (FONTES; RUZENE; SILVA, 2019). Nesse sentido, das três bases de patentes pesquisadas, o Espacenet foi a base que respondeu com o maior número de patentes com a chave de busca e a classificação IPC empregados neste estudo, 144 ao todo. Após análise de todas às patentes encontradas no Espacenet, procurou-se investigar a classificação IPC dessas patentes, para conhecermos a área tecnológica que mais vem sendo pesquisada e explorada com o uso da jabuticaba. No gráfico da Figura 31, estão descritos os principais códigos IPC encontrados.

**Figura 31** - Principais códigos IPC encontrados.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

A exposição do gráfico da Figura 31 revela maior incidência de patentes da jabuticaba com classificação IPC A23L - alimentos, produtos alimentícios ou bebidas não alcoólicas, não abrangidos pelas subclasses A21D ou A23B-A23J; seu preparo ou tratamento, p. ex. cozimento, modificação das qualidades nutritivas, tratamento físico (modelagem ou processamento não totalmente abrangidos por esta subclasse A23P); conservação de alimentos ou produtos alimentícios, em geral (conservação de farinha massas para cozimento A21D), representando 15,91% do total. Em segundo lugar tem-se a classificação IPC A61K - preparações para finalidades médicas, odontológicas ou higiênicas (dispositivos ou métodos especialmente adaptados para dar aos produtos farmacêuticos formas físicas determinadas ou para sua administração A61J 3/00; aspectos químicos de, ou uso de materiais para ataduras, curativos, almofadas absorventes ou artigos cirúrgicos A61L; composições saponáceas C11D), representando 10,20% do total. Por fim, dividindo a terceira colocação, temos a classificação A01N - conservação de corpos de seres humanos ou animais ou plantas ou partes dos mesmos (preservação de alimentos ou produtos alimentícios A23); biocidas, p. ex. como desinfetantes, como pesticidas ou como herbicidas (preparações para fins medicinais, dentários ou toalete que matam ou previnem o crescimento ou proliferação de organismos indesejados A61K); repelentes ou atrativos de pestes; reguladores do crescimento de plantas, e a classificação C12N - microrganismos ou enzimas; suas composições; propagação, conservação, ou manutenção de microrganismos; engenharia genética ou de mutações; meios de cultura (meios de ensaio microbiológico C12Q 1/00), com 7,34% do total.

Como pode-se observar, é bastante acentuada a vertente tecnológica da jabuticaba para fins alimentícios e bebidas, em que a literatura científica possui mais arcabouço e onde o fruto tem mais tradição no uso. Geleias, molhos, sorvetes, doces, macarrão, são alguns produtos alimentícios da jabuticaba. Por sua semelhança com a uva, muitos produtos como vinho, suco, geleia, licor e vinagre podem ser elaborados com a jabuticaba (ALVES, 2011). Ademais, a jabuticaba é matéria-prima para bebidas que estão sendo desenvolvidas à base dos compostos antioxidantes presentes no fruto, tendo como maior representante a antocianinas. A jabuticaba tem a comprovação de ser um dos frutos brasileiros com grande quantidade de antocianinas (WU et al., 2013).

No contexto dos documentos pesquisados na literatura que retornaram a chave de busca “jabuticaba”, apenas quatro discutem sua empregabilidade para fins terapêuticos. Na

outra ponta, e em quase igual número, o quantitativo de patentes levantadas foi significativamente pequeno, apenas cinco. Os depositantes dessas patentes ainda estão concentrados nas universidades, em se tratando de Brasil e Estados Unidos, enquanto China e Taiwan têm empresas como depositantes. Mesmo destacada pelo seu valor nutricional e seus compostos bioativos, é pequeno o número de invenções que empregue o fruto e seus extratos no desenvolvimento de produtos na classificação A61 (FONTES; RUZENZE; SILVA, 2019). Algumas hipóteses podem ser levantadas que justificam os baixos números de invenções, como rápida deterioração pós-colheita, dificuldade de transporte e armazenagem, plantações concentradas no Brasil e pouco conhecimento científico do fruto, mas outros estudos precisam ser desenvolvidos para validar ou refutar essas hipóteses. Mesmo diante do conhecimento que se tem da jabuticaba, há uma carência de estudos e pesquisas relacionados a sua composição química e sua potencialidade bioativa (FERNANDES; SILVA, 2018).

As jabuticabeiras da Serra das Pias surgiram do processo natural na disseminação das sementes nas propriedades dos agricultores da região, inexistindo plantação e cultivo comercial da espécie, o que pode ser um fator limitante se levarmos em consideração o aumento de produção, novos mercados e consumidores. Ademais, por se trata de uma espécie que frutifica entre 15 a 20 anos após o plantio da semente, torna-se imprescindível o auxílio de pesquisadores e técnicos na identificação da espécie mais produtiva para região, e adoção de método de cultivo que melhorem e acelerem o desenvolvimento da planta.

*La incidencia de la jabuticaba es predominante en la región de la Sierra de Palmeira de los Índios que comprende, entre otras, las comunidades Serra das Pias, Monte Alegre y Serra Bonita, diferentemente de las frutas goiaba, maracujá, manga, acerola y caju que son comunes en los agroecosistemas de las demás familias cooperativistas (ALMEIDA; ANDRADE, H.; ANDRADE, L., 2022, p. 15).*

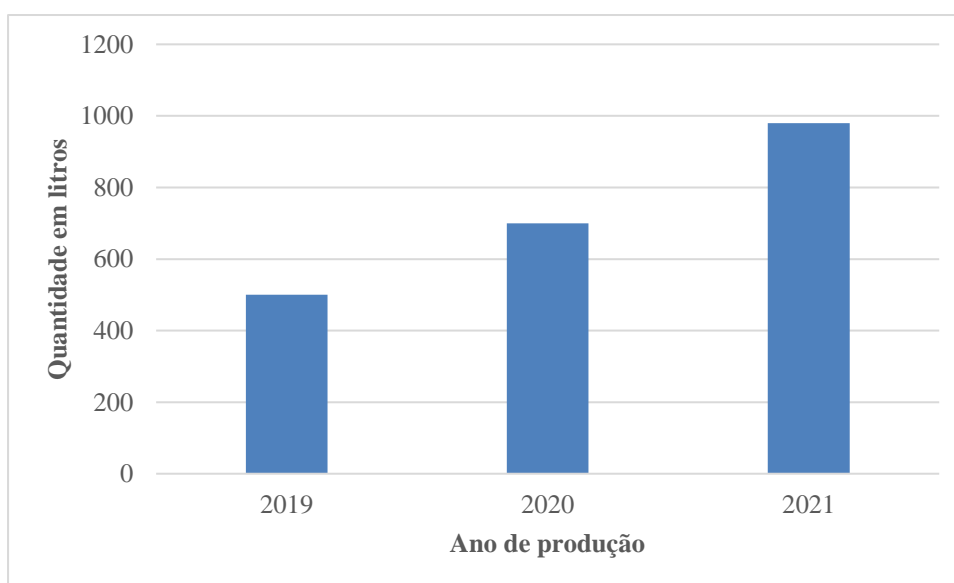
Há diversas espécies de *Myrciaria*, com tamanhos e cores diferentes, a encontrada na região das serras de Palmeira dos Índios ainda não foi identificada, carecendo da caracterização genética molecular. Este processo de identificação é importante para o estudo da seleção da espécie que será adotada em um futuro plantio comercial, bem como na manutenção da qualidade dos produtos gerados a partir da matéria-prima que possuam características físico-químicas idênticas. A escassez de conhecimento sobre as espécies de jabuticabeira, o baixo aproveitamento comercial e a degradação da Mata Atlântica pela ação

antrópica, tem reduzido gradativamente as plantas nativas e a diversidade genética (ZERBIELLI et al., 2016).

## 5.2 O vinho (fermentado) de jabuticaba e sua relação com IG

A produção do vinho (fermentado) de jabuticaba remonta a década de 70, quando famílias residentes nas regiões das serras de Palmeira dos Índios iniciaram a produção, seguindo a receita de um livreto de culinária. A quantidade produzida era pequena, consumida pelas famílias dos agricultores em momentos festivos e também doado aos seus apreciadores. Com a organização do processo produtivo através da Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas - Coopcam, a produção tem sido cada vez maior, destacado no gráfico da Figura 32.

**Figura 32** - Produção de vinho (fermentado) de jabuticaba em litros por ano.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2021.

A produção do vinho (fermentado) tem relação direta com o clima e a regularidade do período chuvoso. Atualmente, apenas 20% de toda produção é beneficiada em vinho (fermentado) e outros derivados da jabuticaba, o que exigirá investimentos em infraestrutura para atender a novos consumidores e mercados que podem ser proporcionados com um possível registro de IG.



Mesmo possuindo rótulo e identidade própria divulgados em redes sociais, eventos técnico-científicos, feiras, e outros canais, o vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias não possui sua marca registrada, temática que vem sendo alvo de discussão no âmbito da cooperativa Coopcam e demais parceiros da cadeia produtiva. Além disso, o rótulo ainda não possui todos elementos exigidos pelo Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009, que regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Para fins de atendimento ao art.11 do Decreto supracitado, os dizeres que devem constar nos rótulos das bebidas são:

- I - nome empresarial do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;
- II - endereço do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;
- III - número do registro do produto no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou o número do registro do estabelecimento importador, quando bebida importada;
- IV - denominação do produto;
- V - marca comercial;
- VI - ingredientes;
- VII - a expressão: Indústria Brasileira, por extenso ou abreviada;
- VIII - conteúdo, expresso na unidade de medida correspondente, de acordo com normas específicas;
- IX - graduação alcoólica, expressa em porcentagem de volume alcoólico, quando bebida alcoólica;
- X - grau de concentração e forma de diluição, quando se tratar de produto concentrado;
- XI - forma de diluição, quando se tratar de xarope, preparado líquido ou sólido;
- XII - identificação do lote ou da partida;
- XIII - prazo de validade; e
- XIV - frase de advertência, conforme estabelecido em legislação específica.

Mesmo com os novos elementos nominais e figurativos do rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba que vem sendo utilizado nas garrafas, fruto de consultoria prestado à Coopcam, ainda persistem elementos proibidos e outros ausentes, conforme legislação já mencionada. Como exemplo de proibição, pode ser citado o termo “produto artesanal” e, como ausência, a identificação do lote. Ao compararmos as versões dos rótulos, primeira e segunda, é possível observar um *layout* gráfico mais moderno, marca da cooperativa presente, cores que lembram a jabuticaba e a incorporação de diversos elementos obrigatórios que devem constar no rótulo. Ainda assim, os elementos faltantes inviabilizam uma maior publicidade e comercialização do vinho (fermentado), como o fundamental número de registro no MAPA.

O composto de *marketing* de Jerone McCarthy, formado por quatro elementos, sinaliza as ações estratégicas de produto, preço, praça e promoção; para o enfrentamento da concorrência, atendimento aos nichos de mercado, fidelização de consumidores, e outras ações mercadológicas desenvolvidas pelas organizações. O *marketing* mix de curto e longo prazo é uma estratégia que deve levar em conta o dinamismo do mercado atual, assim como o planejamento de longo prazo das organizações (TEIXEIRA; BARBOSA apud HEINZ et al., 2014).

Analisando o produto vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias no contexto do composto de *marketing* de Jerone McCarthy, é possível consolidar o cenário do Quadro 13.

**Quadro 13** - Composto de *marketing* do vinho (fermentado) de jabuticaba.

ELEMENTO	DEFINIÇÃO
Produto	Desde da sua produção artesanal realizada pelos agricultores para consumo próprio na década de 70, o vinho (fermentado) vem sendo aprimorado quanto a sua qualidade, contando com contribuições de instituições de fomento e pesquisa, e adequando-se às normas brasileiras de produção e comercialização de bebidas.
Preço	Orientado pela ferramenta de custeio, resultado da intervenção realizada pela UFAL no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) 2019-2020, intitulado Saberes e Sabores do Semiárido Alagoano: Participação na gestão do beneficiamento de frutas nativas a partir da multidimensionalidade e das Relações Institucionais, considerando o levantamento do custo de produção, insumos e acessibilidade do produto aos seus consumidores.
Promoção	A divulgação do produto é realizada nas redes sociais, eventos, exposições e através de matérias jornalísticas na internet e televisiva.
Praça	Feiras locais, entrega direta a consumidores fidelizados e ponto próprio.

Fonte: Adaptado de Heinz et al., 2014.

O enquadramento do vinho (fermentado) de jabuticaba a partir do composto de *marketing* é compreender o cenário mercadológico e as ações que vêm sendo adotadas pela Coopcam para alcançar mercados e potenciais consumidores. Compreende-se que o produto precisa adquirir status de aptidão de qualidade, legalidade de produção e comercialização, medidas que estão sendo implementadas paulatinamente com interações de instituições e parceiros da cooperativa. Seu preço foi estabelecido após análise de custos de produção e comercialização em R\$ 25,00 (para aquisição no Espaço Camponês que pertence a

Coopcam, localizado às margens da rodovia AL-115), e ao preço de R\$ 30,00 (adquirido em outros canais de comercialização, a exemplo das feiras de exposição). Quanto ao aspecto promoção, esse encontra-se limitado por falta de registro do estabelecimento produtor e conseqüentemente do produto junto ao MAPA, inviabilizando sua maior divulgação e comercialização. Sua praça está restrita às feiras da agricultura familiar, redes sociais, clientes fidelizados e ponto próprio de comercialização.

Dentre as ferramentas administrativas que proporcionam suporte à tomada de decisão estratégica, a análise SWOT tem o condão de avaliar os fatores endógenos (fazem parte do sistema da organização), e os fatores exógenos (externos ao sistema, mas que precisam ser monitorados). A análise SWOT atingiu campos de aplicação mais amplos e é agora comumente aplicada para apoiar os procedimentos de planejamento estratégico, analisar cenários alternativos de desenvolvimento urbano e territorial e avaliar projetos, planos e programas a nível local e global (SILVA et. al., 2018).

Na seara da análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), considerando o vinho (fermentado) de jabuticaba no contexto da Indicação Geográfica, identificou-se as variáveis dos fatores endógenos e exógenos, descritos no Quadro 14.

**Quadro 14** - Análise SWOT do vinho (fermentado) de jabuticaba na perspectiva de Indicação Geográfica.

<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>
Tradição; Identidade; Saber-fazer dos produtores da região; Meio geográfico e produto característico de IG; Publicidade; Estabelecimento produtor constituído; Região conhecida pela produção; Estatuto social do estabelecimento produtor registrado; Ligação histórico-cultural;	Estabelecimento e produto sem registro no MAPA; Infraestrutura da agroindústria deficitária; Marca sem registro no INPI; Ausência de Caderno de Especificações Técnicas; Ausência de sistema de controle; Documentos recentes que comprovam que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de produção; Ausência de descrição documentada do processo de produção; Ausência de instrumento oficial delimitando a área produtora;
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMEAÇAS</b>
Fomento e apoio de instituições governamentais, pesquisa e sem fins lucrativos; Capacitações; Agricultura familiar.	Ausência de Alvará de Funcionamento e Licença Ambiental; Falta de crédito para investimento; Impossibilidade de registro com o termo “vinho”.

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2022.

O Quadro com a análise SWOT consegue resumir em um conjunto de palavras os fatores inerentes ao estabelecimento produtor e produto, numa perspectiva de identificação dos pontos sensíveis que precisam ser gerenciados estrategicamente para fins de alcance dos diversos objetivos organizacionais, dentre eles, a possibilidade de obtenção do registro de Indicação Geográfica.

No tocante a “forças”, observa-se a ligação histórico-cultural da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba pela comunidade da região, e o meio geográfico com nome bastante característico e representativo para registro de IG. “A IG é um instrumento que vai proporcionar a preservação da cultura e do saber-fazer” (CONCEIÇÃO; SILVA; ROCHA, 2022, p. 627). A organização da produção por um estabelecimento produtor proporciona a existência jurídica de uma entidade que possa representar seus cooperados perante aos órgãos governamentais, reivindicando direitos e cumprindo deveres próprios de sua atividade.

Suas “fraquezas” denotam a carência da oficialidade das suas operações de produção perante aos órgãos de controle, as lacunas que precisam ser preenchidas na organização do processo produtivo e a necessária melhoria da infraestrutura. Dentre os elementos inseridos no rol de fraquezas, o caderno de especificações técnicas e a descrição do processo produtivo se destacam em grau de importância no pleito de IG. São eles que servirão de parâmetro para se produzir ou prestar determinado serviço, revelando a forma de se produzir/prestar serviço com seus elementos e particularidades. O caderno de especificações técnicas vai além, ao contemplar a estrutura do controle produtivo, penalidades nos casos de desobediência aos parâmetros do caderno, entre outros. A ausência destes elementos inviabiliza a propositura de registro de IG.

O estabelecimento produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba se estruturou principalmente com investimentos públicos, através de fomento e de recursos das entidades sem fins lucrativos que visam a fomentar a geração de emprego e renda. Ainda assim, os recursos desses agentes e os recursos próprios do sistema cooperativo não foram suficientes para dotar o sistema produtivo de toda a infraestrutura necessária para obtenção das licenças de funcionamento emitidas pelos órgãos fiscalizadores da atividade, ameaçando a expansão da produção e comercialização, revelando-se como um ponto crítico para continuidade das atividades.

No campo das “oportunidades”, o fermentado produzido na Serra das Pias é um produto diferenciado, da agricultura familiar, que além do fator tradição na produção pela comunidade da região, é originado da jabuticaba, fruto sem expressividade no mercado de bebidas, se comparado a uva. Possui identidade própria e, desde seus primeiros registros de produção na modalidade cooperativa, vem obtendo incentivos de diversas instituições. Essa soma de esforços é fundamental para superação dos entraves existentes de infraestrutura e qualificação do vinho (fermentado), que além dos registros essenciais, é passível de ser reconhecido como um produto da agroecologia. “[...] *el conocimiento que los cooperativistas tienen en relación a Agroecología y Sistema Agroforestales. Se observa que, cuando cuestionados sobre lo que es Agroecología y SAF, en ambos casos, 91,67% supieron responder y 8,33% no supo definir*” (ALMEIDA; ANDRADE, H.; ANDRADE, L., 2022, p. 7).

A prospecção analisou a aderência do vinho (fermentado) de jabuticaba ao registro nas duas modalidades de Indicação Geográfica, mas no caso da Denominação de Origem, não há elementos comprobatórios da influência natural ou humana na qualidade ou característica do produto. Decerto que estudos futuros podem analisar a existência de influência, tendo em vista a peculiaridade da região e da matéria-prima.

Os avanços substanciais na melhoria do processo produtivo, propaganda e comercialização a partir de 2010, proporcionaram ao vinho (fermentado) de jabuticaba características que o aproxima da modalidade de Indicação Geográfica de Procedência, principalmente quando avaliamos sua notoriedade conquistada nos últimos anos. A esse respeito, a legislação não define um marco temporal para o fator notoriedade. “Ou seja, um produto que através de marketing, por exemplo, crie sua notoriedade num curto espaço de tempo poderia sim, teoricamente, ser aceito como uma Indicação de Procedência” (BRASIL, 2022).

Mesmo diante das significativas mudanças recentes, o processo de obtenção do vinho (fermentado) ainda se configura como artesanal e no anonimato mercadológico, devido as carências de infraestrutura, registros e licenças já relatadas.

*Las dificultades enfrentadas para beneficiar y comercializar en las normas establecidas por el Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA) están relacionadas a estructura, por ejemplo, de la cámara fría tan necesaria para almacenamiento de las frutas y pulpas* (ALMEIDA; ANDRADE, H.; ANDRADE, L., 2022, p. 18).

Os desafios para produzir e comercializar o vinho (fermentado) ainda são muitos, mas paulatinamente estão sendo superados. A identidade visual que infringia a Lei 7.678/1988 foi atualizada, mas ainda persiste ausência de elementos necessários segundo o Decreto 6.871/2009. E em se tratando de identidade visual, não há registro de marca do produto perante o INPI, processo que se encontra no âmbito de discussão no ambiente organizacional.

Dentre as classificações e denominações possíveis para os fermentados, segundo a IN nº 34/2012, o vinho (fermentado) de jabuticaba se apresenta nas versões seco e suave. Mais um atributo de diferenciação que pode ser atribuído ao vinho (fermentado) é a prática agrícola agroecológica, em sintonia com as tendências e exigências do mercado consumidor e das políticas ambientais.

É imperioso que a investidora de produtos ou serviços ao pleito de registro de Indicação Geográfica aconteça quando produtores ou prestadores, tenham aptidão para comercialização perante os órgãos de controle e fiscalização, organização do processo produtivo/prestação de serviço, bem como autorizações de funcionamento que garantam a segurança sanitária e ambiental.

Ao compararmos o contexto da Indicação Geográfica de Procedência Microrregião de Abaíra e a proposta da Indicação Geográfica Serra das Pias de Palmeira dos Índios, é possível identificar pontos convergentes e divergentes do Quadro 15.

**Quadro 15** - Comparativo da Indicação Geográfica Microrregião de Abaíra e a perspectiva de Indicação Geográfica Serra das Pias.

<b>Dados comparativos</b>	<b>Indicação Geográfica Microrregião de Abaíra</b>	<b>Perspectiva de Indicação Geográfica Serra das Pias</b>
<b>Requerente</b>	Associação dos produtores	Cooperativa dos produtores
<b>Tradição e história</b>	Sim	Sim
<b>Produção</b>	Agroindustrial e descentralizada	Artesanal e centralizada
<b>Produto</b>	Cachaça	Fermentado de jabuticaba
<b>Nome geográfico</b>	Microrregião de Abaíra	Serras das Pias
<b>Delimitação de área</b>	Sim	Não

<b>Caderno de especificações técnicas</b>	Sim	Não
<b>Descrição do processo produtivo</b>	Sim	Não
<b>Estrutura de Controle</b>	Sim	Não

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Diferentemente da Coopcam, que centralizou a produção e comercialização do vinho (fermentado), a Apama, representante dos produtores de cachaça da Microrregião de Abaíra, estabeleceu os parâmetros do processo produtivo que deve ser seguido pelos produtores que fazem o uso do sinal da IG. As dornas de fermentação devem ser feitas de Aço Inox, sendo indispensável a limpeza dos recipientes periodicamente; algumas das recomendações constante no caderno de especificação técnica. O art. 15 do citado documento diz que:

O coração do produto destilado, que é a verdadeira cachaça de qualidade, deverá ser armazenado em recipientes de inox, vidro e/ou madeira e posteriormente ser transportado para ser armazenado em barris de Carvalho, Umburana, Jequitibá (Poderão ser utilizadas no envelhecimento qualquer tipo de madeira desde que a mesma seja indicada para tal uso e não repassem para a cachaça nenhuma substância que seja imprópria para o consumo humano) (DATASEBRAE, 2018, p. 3).

Entende-se que a centralização do processo produtivo estabelecido na Coopcam favorece o controle no uso dos insumos e equipamentos, a manutenção das características e qualidade do produto, assim como menores custos com pessoal, infraestrutura, produção e comercialização.

### 5.3 A condição atual da pessoa jurídica Coopcam

Além do vinho (fermentado) de jabuticaba, objeto maior do presente estudo, a Coopcam e seus cooperados também produzem e comercializam diversos outros produtos da agricultura familiar, respeitando o meio ambiente e sem uso de agrotóxicos. *“El trabajo realizado por la Coopcam, manejo y beneficiamiento de la producción de frutas contribuye para la seguridad alimentaria y nutricional de las familias, generación de renda y manejo de los agroecosistemas”* (ALMEIDA; ANDRADE, H.; ANDRADE, L., 2022, p. 20). A Figura 33, lista a relação dos produtos produzidos e comercializados pela Coopcam e seus cooperados.

**Figura 33** - Produtos produzidos e comercializados pela Coopcam e seus cooperados.



Fonte: Coopcam, 2021.

Considerando a Figura 33, observar-se que os produtos comercializados pela Coopcam, em sua maioria, não são processados, o que evidencia a carência de infraestrutura e maquinário para o beneficiamento da matéria-prima e produtos mais elaborados.

Instituída seguindo as regras da Lei 5.764/1971, a Coopcam possui número de cooperados acima do limite mínimo estabelecido para criação de cooperativas. Atualmente não possui estrutura e equipamentos necessários para a produção de bebidas, realidade que vem sendo alterada com a contribuição da rede de agentes de fomento que auxiliam a cooperativa.

A técnica observacional aplicada, o levantamento do contexto produtivo do vinho (fermentado) e as entrevistas não estruturadas com alguns componentes da cadeia produtiva forneceram subsídios para identificação da fase de vida da Coopcam, no modelo do ciclo de vida organizacional trazido pela Figura 34. Considera-se que a Coopcam ultrapassou a fase de namoro e encontra-se atualmente na fase de infância, que, segundo Araújo, D. e Araújo, T. (2015), é a hora da profissionalização tanto da produção quanto do produto, o que não foi realizado na fase anterior.

**Figura 34** - Modelo do ciclo de vida organizacional.





Fonte: Adizes apud Araújo, D.; Araújo, T., 2015.

A Figura 34 elenca as fases de crescimento e envelhecimento das organizações, e cada uma delas têm particularidades em investimento humano e material. A Coopcam possui carência desses dois recursos, e o avanço de fase dependerá de ações estratégicas de curto, médio e longo prazo. O planejamento estratégico é fundamental para qualquer ramo de negócio, e principalmente para aqueles onde a concorrência é mais acirrada, a exemplo do mercado de bebidas.

A produção e comercialização de bebidas no Brasil seguem regras que precisam ser cumpridas pelos agentes produtores. São alvarás, registros e licenças emitidos pelos órgãos de controle e fiscalização que promovem segurança à população, a exemplo da IN nº 72, de 16 de novembro de 2018 do MAPA, que trata dos requisitos e os procedimentos administrativos para o registro de estabelecimentos e de produtos classificados como bebidas e fermentados acéticos.

A Coopcam se enquadra como estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de bebidas e é obrigada a atender aos requisitos legais para registro do estabelecimento. No Quadro 16, os documentos exigidos para registro de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de bebidas e de derivados da uva e do vinho, e quais deles estão pendentes de atendimento pela Coopcam.

**Quadro 16** - Exigência do MAPA para registro de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de bebidas e de derivados da uva e do vinho.

<b>Documentos</b>	<b>Coopcam</b>
CNPJ	Atende
Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP), ou documento equivalente	Não atende
Declaração do órgão de extensão rural, ou Anotação de responsabilidade técnica, ou documento equivalente, expedido pelo conselho de classe do Responsável Técnico.	Não atende
Memorial descritivo das instalações e equipamentos	Não atende
Manual de Boas Práticas	Não atende
Laudo de análise físico-químico e microbiológica da água a ser utilizada no estabelecimento	Não atende

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

A legislação brasileira exige requisitos de registros e licenças nos órgãos governamentais para a criação de cooperativa e o seu regular funcionamento. O Quadro 17 contém a relação desses requisitos e as pendências de atendimento pela Coopcam.

**Quadro 17** - Registros e licenças para criação e funcionamento das cooperativas.

<b>Registros e Licenças</b>	<b>Coopcam</b>
Junta Comercial	Atende
Inscrição Municipal	Não atende
Inscrição Estadual	Não atende
Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica	Atende
Alvará de Funcionamento	Não atende
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	Não atende
Marca	Atende Parcialmente
Licença Ambiental	Não atende
Registro Sanitário	Atende

Boas Práticas de Fabricação	Não atende
-----------------------------	------------

Fonte: Elaborado pelo autor, 2021.

O retrato trazido pelo Quadro 17 expõe a trajetória a ser percorrida pela Coopcam nas demandas por regularização do ambiente produtivo e conseqüentemente dos seus produtos. Dos itens elencados, apenas 30% são atendidos integralmente, restando cumprir outros requisitos essenciais para o seu funcionamento, a exemplo da licença ambiental e o Alvará de Funcionamento.

A proposta da nova planta baixa da Coopcam contempla setores e ambientes próprios do processo produtivo de uma agroindústria de bebidas, mas ao compararmos com a planta da Embrapa, a qual possui ambientes mais integrados, constata-se maior setorização, o que pode proporcionar o isolamento de possíveis contaminações. Ao tempo, essa setorização não pode ocasionar menor fluidez no ritmo produtivo e ambientes com incompatibilidade entre dimensões e demanda. “O objetivo geral no desenho de um leiaute é proporcionar um fluxo de trabalho de materiais fluído através da fábrica, ou um padrão de tráfego que não seja complicado tanto para clientes como para trabalhadores em uma organização de serviços” (DAVIS; AQUILANO; CHASE, 2001, p. 264).

A administração da Coopcam está atribuída ao conselho de administração, que possui membros eleitos pela assembleia geral e mandato de três anos. Sua composição se constitui de um presidente, um tesoureiro, um secretário e seus respectivos suplentes. No levantamento realizado do nível de qualificação dos gestores titulares do conselho administrativo, revelou-se que às áreas de conhecimento do quadro gestor vincula-se à Geografia, Matemática e Enfermagem, o que demanda necessidade de aquisição de conhecimento na área de gestão para melhor compreender o ambiente organizacional interno e externo, assim como para ter menor dependência de consultoria externa. Se os administradores possuem às condições necessárias para desenvolverem bem o seu trabalho, a organização provavelmente atingirá suas metas (STONER; FREEMAN, 1985).

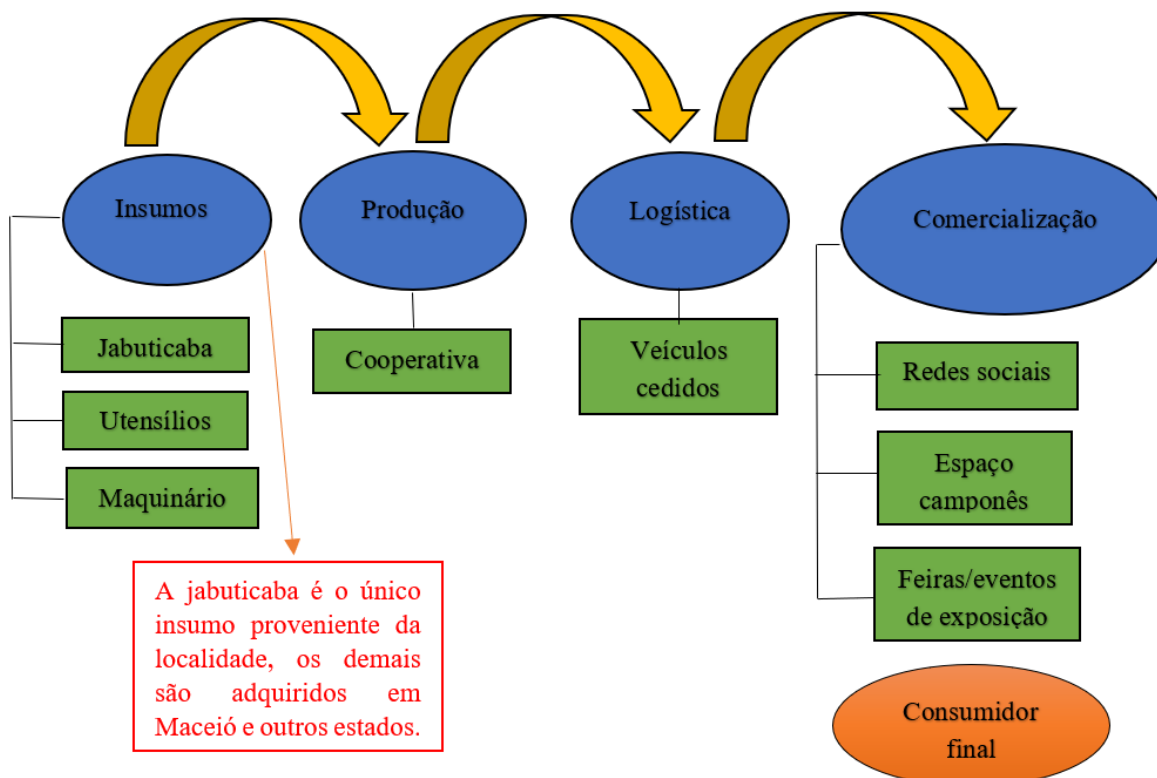
#### **5.4 A estrutura da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba**

A cadeia produtiva do vinho (fermentado) está na fase de estruturação, contando principalmente com agentes governamentais, instituições de pesquisa e entidades sem fins

lucrativos. Estas instituições têm trabalhado aspectos de gestão, produção e infraestrutura. Constatase que os elos de ligação da cadeia produtiva entre esses agentes de fomento e a Coopcam estão bem fortes. Ao contrário, os elos de ligação entre os fornecedores de insumos básicos ainda precisam de conexão, a exemplo de garrafas de vidro, cortiça e rótulos. É preciso haver uma busca ativa no mercado regional ou nacional dos principais fornecedores destes insumos para firmar elos de ligação com a cadeia produtiva. A empresa nascente é diferente da grande empresa. Ela é peculiar por possuir poucos recursos, pouca penetração de mercado e dependência quase total do empreendedor para tomada de decisão (DOLABELA, 2006). Ademais, a logística de distribuição por fazer parte da engrenagem do processo produtivo, precisará agregar mais participantes de maneira mais consolidada à cadeia, tendo em vista que a cooperativa não dispõe de veículos próprios para a distribuição do produto. Deste modo, chega-se à conclusão de que os elos fracos da cadeia produtiva se concentram muito nos fornecedores de insumos básicos e logísticos, assim como o de maquinário.

Partindo do pressuposto da interconexão dos ambientes na cadeia produtiva, a Figura 35 explicita a estruturação da cadeia produtiva local da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba.

**Figura 35** - Estrutura atual da cadeia produtiva principal do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Adaptado de Simas et al., 2019.

A Figura 35 revela uma cadeia produtiva enxuta, em termos de elementos constitutivos, e com poucas ramificações, representativa de cadeia de produção que se encontra em processo de formação.

As organizações operam em ambientes com volatilidade constante. Mudanças tecnológicas, de consumo, legislação e climáticas afetam direta ou indiretamente as atividades das organizações. “[...] uma das suposições básicas da teoria dos sistemas é que as organizações não são auto-suficientes nem interdependentes. De fato, elas trocam recursos com o ambiente externo e dependem dele” (STONER; FREEMAN, 1985, p. 46). Os ambientes institucional e o ambiente corporativo precisam ser monitorados para que haja ação proativa de correção de estratégia ou aproveitamento de oportunidade. No ambiente interno ou corporativo tem-se um ambiente mais controlado, mas ainda assim precisa de atenção e controle, pois seus agentes podem impactar nas ações da organização. O ambiente corporativo da Coopcam é formado apenas por seus cooperados, não havendo vínculo com

outros agentes de ação direta. A agroindústria do vinho (fermentado) de jabuticaba possui no seu ambiente institucional ou externo relação direta com projetos de cooperação, ao tempo em que seu ambiente corporativo não tem conexão com outros agentes. A Figura 36 representa os ambientes institucional e corporativo da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba.

**Figura 36** - Ambiente institucional e corporativo da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Elaborado pelo autor, 2022.

A presença na sua totalidade de instituições públicas, fomento, de classe, pesquisa e sem fins lucrativos que mantém relação com a Coopcam, traduz o estágio em que a instituição se encontra, ou seja, estruturação e desenvolvimento.

## 6 CONCLUSÃO

O registro de Indicação Geográfica tem o condão de promover, acima de tudo, reconhecimento do produto, seus produtores, localidade, saber-fazer, modo de produção, etc. Um sinal que vislumbra inúmeros benefícios a quem produz e a localidade de produção, principalmente na qualidade do produto, tendo em vista as exigências que precisam ser mantidas pré e pós-registro. É um instrumento da propriedade industrial que agrega valor ao produto, semelhante à certificação de produto orgânico, tão valorizados em tempos de mudanças climáticas e preocupação com a sustentabilidade ambiental.

A contribuição que o registro de Indicação Geográfica poderia promover para os produtores, o município de Palmeira dos Índios e o Estado de Alagoas são imensuráveis. Além do produto ganhar mais visibilidade mercadológica, ganha-se incremento em outros serviços, como o turismo e a agregação de atores na cadeia produtiva, gerando mais emprego e renda. Mas etapas precisam ser cumpridas e todos os requisitos exigidos para o referido registro, atendidos, o que ainda não é realidade do produto objeto deste estudo.

Tendo como requisito principal o fator notoriedade para registro de Indicação de Procedência, a legislação é omissa quanto ao marco temporal desse fator, não havendo parâmetro ao tempo de notoriedade nem seu alcance geográfico. Desse modo, afirmar-se não haver impedimento neste quesito quanto à propositura do vinho (fermentado) de jabuticaba ao registro de Indicação de Procedência e que o trabalho concentrado na publicidade, no resgate de sua história e nas ações que levem ao aumento de sua qualidade, lhe tornará mais habilitado para entrar no seleto grupo de IGs brasileiras e alagoanas.

O vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias é passível de análises quanto à influência do meio geográfico, considerando a região montanhosa, seu clima ameno e as jabuticabeiras encontradas na região, que foram introduzidas naturalmente. Mas, enquanto não há laudo de comprovação, a prospecção inclinou-se para a Indicação Geográfica de Procedência.

Com maior visibilidade, o produto foi ganhando mais consumidores, o que exigiu a organização do processo produtivo que se deu através do sistema cooperativo. Com as contribuições dos agentes de fomento, o produto tem ganhado mais qualidade, mas ainda não apresenta requisitos técnicos de produção para registro junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das

Pias pode ser visto como um forte candidato ao registro de Indicação Geográfica, desde que haja sua adequação aos aspectos técnicos e legais de produção e comercialização.

O sistema cooperativo que organizou a produção do vinho (fermentado) de jabuticaba foi de suma importância para promoção, padronização e comercialização, além da obtenção de recursos financeiros e materiais para melhoria do ambiente produtivo. Além de promover a convergência de interesses, também promove mais democracia na tomada de decisão e ajuda mútua entre os cooperados. Como mais um atributo para o sistema, a cooperativa Coopcam está em fase de registro da marca coletiva, considerada uma entidade representativa apta a requisitar o registro de Indicação Geográfica do vinho (fermentado) de jabuticaba.

A produção ou a prestação de um serviço envolve um conglomerado de participantes que denominamos de cadeia produtiva. São organizações que se conectam direta ou indiretamente de forma autônoma, provendo matéria-prima, capacitação, recursos técnicos e financeiros, comercialização, apoio logístico e etc. A cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba ainda está no processo de estruturação, principalmente local, mas já possui diversos parceiros que auxiliam as atividades da cooperativa Coopcam e toda a sua produção.

São diversos produtos hortifrutigranjeiros comercializados pelos cooperados com a intermediação da Coopcam e ainda poucos processados. Grande parte comercializados *in natura* em feiras livres e eventos da agricultura familiar. O vinho (fermentado) de jabuticaba, polpas de frutas e a produção de doces se destacam como principais produtos. A falta de especialidade em determinado produto demandará a aquisição de maquinário específico para cada processo produtivo, além de maior infraestrutura e outras demandas inerentes a cada processo.

Por fim, o vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias carrega traços e características de um Indicação Geográfica, mas tanto o produto quanto o estabelecimento produtor precisam cumprir etapas prévias para habilitação de produção e comercialização junto aos órgãos competentes, além da melhoria de infraestrutura produtiva e da qualidade do produto. *“Por causa de la no adecuación a las normas de estructura física y exigencias sanitarias, la cooperativa no posee licencia para comercializar formalmente, y la falta de un transporte propio dificulta alcanzar una base mayor de consumidores”* (ALMEIDA; ANDRADE, H.; ANDRADE, L., 2022. p. 19).



Considerando que o requisito principal para registro de Indicação Geográfica na modalidade de Indicação de Procedência é a notoriedade, ou seja, que a localidade torne-se conhecida pela produção ou fabricação de determinado produto, ou prestação de determinado serviço, que deverá ser provada por diversos meios de registros, este trabalho servirá de balizador para tomada de decisão pela cooperativa Coopcam a sanar pendências apontadas neste estudo, para o pleito de registro de Indicação Geográfica, e, também, como mais uma fonte da notoriedade da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias. “[...] é preciso que o requerente apresente documentação advinda de diferentes fontes, e não de apenas uma origem, considerando o disposto no § 4º do art. 9º da Portaria INPI/PR nº 04/2022” (BRASIL, 2022).

## 7 PERSPECTIVAS FUTURAS

Os agricultores da região serrana de Palmeira dos Índios têm práticas culturais da agricultura familiar e economia de subsistência, produzindo diversos produtos agrícolas, entre eles o vinho (fermentado) de jabuticaba, seu mais conhecido produto.

A plantação de jabuticaba que se deu de forma natural, a *priori* contando com 662 pés em produção, terá um aumento produtivo com o incremento de mais 153 novos pés plantados nos próximos anos, reforçando a produtividade para atender um futuro aumento de demanda pela matéria-prima.

O sistema produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba ainda não está organizado, estruturado e mapeado, de modo a obter os elementos descritivos para compor o caderno de especificação técnica. A compra de equipamentos realizada pela Coopcam, a construção de sua nova sede e os treinamentos e consultorias, devem possibilitar um ambiente mais produtivo, competitivo e mais eficiência nos processos de trabalho.

Constatou-se a carência de profissionais em diversas áreas do setor produtivo, mas identificou-se a prática da capacitação continuada, o que elevará o grau de profissionalismo e qualidade produtiva, assim como a menor dependência de consultorias.

O novo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba ganhou novo layout e elementos exigidos por lei, e o futuro registro de marca lhe dará mais identidade e subsídio para o pleito de IG.

Ressalta-se um atributo favorável ao vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias: a sustentabilidade, pela adoção de práticas agroecológicas de cultivo da matéria-prima e do processo produtivo do fermentado. O selo de certificação orgânica pode ser futuramente mais um elemento para agregar valor ao produto e atestar sua adequação com a responsabilidade socioambiental.

A comercialização do vinho (fermentado) de jabuticaba encontra-se limitada a alguns canais por não haver registro do produto e do estabelecimento produtor perante os órgãos de controle. Ainda, faz-se necessário a contratação de profissionais especializados para atuar no atesto da qualidade do produto aos parâmetros estabelecidos por lei. Mas com as articulações realizadas entre os gestores da Coopcam e instituições apoiadoras, esses entraves deverão ser superados com adoção de iniciativas de adequação aos preceitos legais e sua saída do anonimato mercadológico.

A localidade e o produto possuem características de uma Indicação Geográfica, mas não encontra no momento subsídios suficientes para solicitação de registro. Espera-se que a proposta de registro seja levada adiante, com a necessária organização do processo produtivo e a juntada de todos os documentos e elementos que devem fazer parte do processo.

## REFERÊNCIAS

ALAGOAS. Decreto n. 2.077, de 30 de agosto de 2004. Institui o programa de mobilização para o desenvolvimento dos arranjos e territórios produtivos locais do estado de Alagoas-PAPL/AL e dá outras providências. Maceió: Gabinete do Governador, 2004.

ALMEIDA, A. C. O.; ANDRADE, L. S.; ANDRADE, L. P. Desenvolvimento territorial com foco na agrobiodiversidade dos sistemas alimentares. **Geopauta**, Vitória da Conquista, v. 6, 2022.

ALVES, A. P. C. **Casca de jaboticaba (*Plinia jaboticaba* (Vell.) Berg): processo de secagem e uso como aditivo em iorgute**. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Agroquímica) – Programa de Pós-Graduação em Agroquímica, Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2011.

ARAGÃO, A.; CONTINI, E. **O agro no Brasil e no mundo: uma síntese do período de 2000 a 2020**. 2021. 68 slides. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/documents/10180/62618376/O+AGRO+NO+BRASIL+E+NO+MUNDO.pdf/41e20155-5cd9-f4ad-7119-945e147396cb>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

ARAÚJO, D. H. P. P.; ARAÚJO, T. R. P. Análise do ciclo de vida organizacional: estudo em empresas familiares no Distrito Federal. **Universitas Gestão e TI**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 79-89, jul./dez. 2015.

BALERDI, C. et al. Jaboticaba (*Myrciaria Cauliflora*, Berg.) a Delicious Fruit With an Excellent Market Potential. Proc. **Florida State Horticultural Society**, v. 119, p. 66–68, 2006.

BRASIL. Decreto n. 6.871, de 4 de junho de 2009. Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Brasília, DF: Presidência da República [2009]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm). Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Lei 8.918, de 14 de julho de 1994. Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República [1994]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18918.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18918.htm). Acesso em: 01 fev. 2022.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República [1971]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/15764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm). Acesso em: 14 ago. 2021.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Presidência da República [2002]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm). Acesso em: 11 jun. 2021.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula Direitos e Obrigações Relativos à Propriedade Industrial. Brasília, DF: Presidência da República, [1996]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20%C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20%C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes). Acesso em: 12 ago. 2020.

BRASIL. Lei nº 7.678, de 8 de novembro de 1988. Dispõe Sobre a Produção, Circulação e Comercialização do Vinho e Derivados da Uva e do Vinho, e dá Outras Providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1980-1988/17678.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/17678.htm). Acesso em: 12 ago. 2020.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). **Curso de Básico de Indicações Geográficas**. 2. ed. Brasília: MAPA, 2022. 51p.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal. **Anexo à Norma Interna DIPOV Nº 01/2019**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 30 dez. 2019. Disponível em: [https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/norma-operacional-no-1-de-24-de-janeiro-de-2019\\_anexo\\_versao-091219.pdf](https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/norma-operacional-no-1-de-24-de-janeiro-de-2019_anexo_versao-091219.pdf). Acesso em: 30 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa 34/2012**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 29 nov. 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/instrucao-normativa-no-34-de-29-de-novembro-de-2012.pdf/view>. Acesso em: 12 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Resolução nº 18, de 30 de abril de 1999**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 30 de abr. 2019. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/resolucao-no-18-de-30-de-abril-de-1999.pdf/view>. Acesso em 22 nov. 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Portaria 04/2022**. Brasília: Ministério da Economia, 12 jan. 2022. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT\\_INPI\\_PR\\_04\\_2022.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_04_2022.pdf). Acesso em: 20 fev. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Portaria 046/2021**. Brasília: Ministério da Economia, 14 out. 2021. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT\\_INPI\\_PR\\_046\\_2021\\_anexo.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_046_2021_anexo.pdf). Acesso em: 22 mar. 2022.

BRUCH. K. L. **Como formalizar uma vinícola**. Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves: IBRAVIN, 2012. 116p. il. color.; 21 x 29,7 cm

CAPORAL, L. R. et al. **Guia prático marca coletivas para comercialização de produtos da agricultura familiar**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2020. 47 p.

CERDAN, C. et al. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: módulo II, indicação geográfica**. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis: SEAD; UFSC; Fapeu, 2010. Disponível em: <http://nbcgib.uesc.br/nit/ig/app/papers/0253410909155148.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2020.

CONCEIÇÃO, V. S; SILVA, D. F; ROCHA, A. M. Potencial de indicação geográfica para o mel produzido por abelha sem ferrão de Alagoinhas-Bahia. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 15, n. 2, p. 618-633, abr/mai. 2022.

CORREIA, J. R. et al. Estado da arte do projeto “inclusão socioprodutiva de camponeses do agreste/AL por meio do aproveitamento de frutos de jabuticaba “submetido ao edital inovafrut. Embrapa Alimentos e Territórios. 2021. 5 p.

COSTA, C. E. S. (Ori.). Saberes e sabores do semiárido alagoano: participação na gestão do beneficiamento de frutas nativas a partir da multidimensionalidade e das relações institucionais. Maceió, AL: UFAL (PIBIC) 2019-2020.

DATASEBRAE, Indicações Geográficas Brasileiras. Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. 2021. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/>. Acesso em: 18 out. 2021.

DATASEBRAE. Indicações Geográficas Brasileiras. Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/ig-abaira/>. Acesso em: 26 out. 2022.

DAVIS, M. M; AQUILANO, N. J; CHASE, R. B. **Fundamentos da administração da produção**. Tradução: Eduardo D'Agord Schaan et al. Porto Alegre: Bookman Editora, 2001. ISBN 85-7307-524-4.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. 304 p. ISBN 85-293-0102-1.

ELIAS, D. Mitos e nós do agronegócio no Brasil. **Geosp**, São Paulo, v. 25, n. 2, e-182640, ago. 2021. ISSN 2179-0892.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). Brasil deve ter safra recorde em 2022 e para Rondônia as estimativas são de estabilidade. Brasília, 2021. Disponível em: [https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/66034249/brasil-deve-ter-safra-recorde-em-2022-e-para-rondonia-as-estimativas-sao-de-estabilidade?p\\_auth=ECumhuip](https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/66034249/brasil-deve-ter-safra-recorde-em-2022-e-para-rondonia-as-estimativas-sao-de-estabilidade?p_auth=ECumhuip). Acesso em 15 nov. 2021.

ESPAENET [Base de dados - Internet]. European Patent Office; 2021. Disponível em: <https://worldwide.espacenet.com/>. Acesso em 01 de dez. de 2021.

FERNANDES, L. L.; SILVA, B. M. Alimento funcional: propriedades da jabuticaba. **Revista Farol**, Rolim de Moura, RO, v. 6, n. 6, p. 49-60, jan. 2018.

FERREIRA, A. E. et al. Produção, caracterização e utilização da farinha de casca de jabuticaba em biscoitos tipo cookie. **Alimentos e Nutrição Araraquara**, v. 23, n. 4, p. 603-607, out./dez. 2012.

FIORAVANTI, C. A maior diversidade de plantas do mundo. **Pesquisa Fapesp**, São Paulo, Ed. 241, mar. 2016.

FONSÊCA, L. S. M. **Estudo prospectivo e exploratório sobre as cachaças de alambique de alagoas e suas potencialidades para a indicação geográfica e seus diferenciais competitivos**. 2020. 102 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) - Instituto de Química e Biotecnologia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2020.

FONTES, R. E. B.; RUZENE, D. S.; SILVA, D. P. Prospecção tecnológica: estudo da multifuncionalidade da fruta jabuticaba e seus extratos em diferentes aplicações. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DE SERGIPE, XI, 2019, Sergipe. **Anais**.

FURLANETTO, E. L.; CÂNDIDO, G. A. Metodologia para estruturação de cadeias de suprimentos no agronegócio: um estudo exploratório. **Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental**, Campina Grande, v. 10, n. 3, p. 772-777, 2006. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-43662006000300034](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-43662006000300034). Acesso em: 14 de ago. 2020.

GAMEIRO, M. B. P. Percursos do “desenvolvimento rural”: uma análise de propostas perito normativas. **Revista Ideas**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 225-263, 2014. Disponível em: <https://revistaideas.ufrj.br/ojs/index.php/ideas/article/view/168>. Acesso em: 14 de ago. 2020.

GUERRA, A. C. Sebrae: pequenos negócios têm maior taxa de mortalidade. 27 jun. 2021. AgênciaBrasil. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-06/sebrae-pequenos-negocios-tem-maior-taxa-de-mortalidade>>. Acesso em: 01 de ago. 2021.

HEINZ, D. et al. Composto de marketing em redes de compras: estudo comparativo das percepções de administradores e associados em uma rede de supermercados. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, ed. 78, n. 2, p. 529-570, mai./ago. 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo agro 2017 resultados definitivos**. Disponível em: <[https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html)>. Acesso em 14 de ago. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo demográfico. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=destaques>>. Acesso em 19 nov. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Índice de desenvolvimento humano**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/pesquisa/37/0?tipo=ranking>. Acesso em: 19 out. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 18 out. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de indicações geográficas**. 1. ed. Rio de Janeiro, 2021.

IVON, P. Jabuticaba é destaque em evento que será realizado em Palmeira dos Índios. 2020. Disponível em: <https://ufal.br/ufal/noticias/2020/3/jabuticaba-e-destaque-em-evento-realizado-em-comunidade-de-palmeira-dos-indios>. Acesso em: 30 de ago. 2022.

LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C. **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Brasília: Sebrae, 2005. 273 p.

LAMIR, D. Agricultura camponesa produz vinho de jabuticaba em Palmeira dos Índios (AL). 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/03/25/agricultura-camponesa-produz-vinho-de-jabuticaba-em-palmeira-dos-indios-al>. Acesso em: 17 de out. 2020.

MACHÍN, O. L. et al. O potencial do cooperativismo agrícola em termos de soberania alimentar e educação nutricional. **Coodes**, v. 8, n. 3, p. 587-602, set./dez. 2020.

MARQUES, H. R.; COSTA, J. O. O cooperativismo e o desenvolvimento local: um estudo da cooperativa de crédito Sicredi União MS/TO – Comitê Ação Social. **Interações**, Campo Grande, v. 22, n. 2, p. 531-541, abr./jun. 2021.

MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (MPA). **MPA Alagoas apresenta o seu vinho de jabuticaba**. 2018. Disponível em: <https://mpabrasil.org.br/noticias/mpa-alagoas-apresenta-o-seu-vinho-de-jabuticaba/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

NEVES, M. C. R.; CASTRO, L. S.; FREITAS, C. O. O impacto das cooperativas na produção agropecuária brasileira: uma análise econométrica espacial. **RESR**, 57(4), p. 559-576, 2019.

OLIVEIRA, S. B.; BRITO, V. L. F. Vinho de jabuticaba: Saber, tradição e resistência. In: XI CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA CBA, 4-7 nov. 2019, Aracaju. Sergipe: UFS, 2019.

PALMEIRA DOS ÍNDIOS. Lei 2.398, de 05 de novembro de 2021. Declara utilidade pública municipal a Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas, e dá outras providências. Palmeira dos Índios: Gabinete do Prefeito, 2021.



PALOMINO, M. E. P; BARBOSA, P. M. Curso de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, 2021. 143 slides, color.

PATENT INSPIRATION [Base de dados - Internet]. Search and Analyze Patents; 2021. Disponível em: <https://app.patentinspiration.com/#report/20B4eEa23B4D/filter/>. Acesso em 01 de dez. de 2021.

PATENTSCOPE [Base de dados - Internet]. Search International and National Patent Collections; 2021. Disponível em: <https://patentscope.wipo.int/search/pt/search.jsf/>. Acesso em 01 de dez. de 2021.

PELLIN, V. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações**, Campo Grande, v. 20, n.1, p. 63-78, 2019. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1518-70122019000100063&lng=pt&nrm=iso](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1518-70122019000100063&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 14 de ago. de 2020.

PEREIRA, R. C. Jabuticaba é bom pra quê? Conheça os benefícios da nossa joia nacional. **Veja Saúde**, São Paulo, 05 janeiro 2019. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/alimentacao/jabuticaba-e-bom-pra-que-conheca-os-beneficios-da-fruta/>. Acesso em: 03 de jul. de 2021.

PERFIL MUNICIPAL. Ano 4, nº 4 (2013) - Maceió: Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio, 2018. v.:il Color.; 21cm

PREZOTTO, L. L. **Agroindústria da agricultura familiar: regularização e acesso ao mercado**. Brasília, DF: CONTAG, 2016. - 60 p.: il.

RIZZON, L. A.; DALL'AGNOL, I. **Vinho tinto**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2007. 45 p.; il. – (Coleção Agroindústria Familiar).

SAITO, T. **Efeito da adição de extrato de casca de jabuticaba nas características físico-químicas e sensoriais do queijo petit suisse**. 2014. 115 f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal do Espírito Santo, Alegre, 2014.

SANTOS, A. F. **Modelo de avaliação de produtos potenciais para indicação de procedência**. 2020. 107 f. Tese (Doutorado em Ciência da Propriedade Intelectual) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, 2020.

SCHMIDT, N. S.; SILVA, C. L. Pesquisa e desenvolvimento na cadeia produtiva de frangos de corte no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. 56 (3), jul-set. 2018.

SILVA, K. F. **Potencialidade de indicação geográfica do licuri do semiárido baiano: identidade regional e contexto socioeconômico**. 2021. 138 f. Relatório Técnico (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia, Salvador, 2021.

SILVA, M. F. S. et al. Um estudo exploratório sobre as principais fraquezas relacionadas à tecnologia da informação em grupo de empresas localizadas na grande São Paulo, Brasil. **Recyt**, ano 20, n. 29, p. 18-26, abr. 2018.

SIMAS, R. et al. A cadeia produtiva da vitivinicultura em Santana do Livramento/RS. In: IX SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO REGIONAL. 11-13 set. 2019, Santa Cruz do Sul.

SOARES, D. S. C. et al. Research and development on jaboticaba (*Myrciaria Cauliflora*): overview on academic research and patents. **Food Science and Technology**, Campinas, 39(4): p.1005-1010, oct./dec. 2019.

SOUZA, J. E. A. **Agronegócio da apicultura**: um estudo da cadeia produtiva do mel em Alagoas. 2006. 147 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Centro de Tecnologia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2006.

SPADA, L. Vinho de jaboticaba tem o sabor do agreste alagoano. **Blog comida com história**. Florianópolis, 24 ago. 2020. Disponível em: <https://comidacomhistoria.com.br/vinho-de-jaboticaba-tem-o-sabor-do-agreste-alagoano/>. Acesso em: 17 set. 2020.

STONER, A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. Tradução: Alves Calado. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1985. 533 p. Título original: Management. ISBN 85-705-4054-X.

TROIAN, A. et al. A vitivinicultura em Santana do Livramento/RS: análise da inserção das vitivinícolas na cadeia produtiva. **Revista Científica Agropampa**, v. 1, n. 1, jan./jun. 2021.

TV GAZETA. **Gazeta Rural**. Maceió: TV Gazeta, 02 mai. 2021. Programa jornalístico

VEGGI, P. C. et al. Anthocyanin extraction from jaboticaba (*Myrciaria cauliflora*) skins by different techniques: economic evaluation. In 11<sup>th</sup> International Congress of Engineering and Food. **Procedia Food Science**, v. 1, p. 1725-1731, 2011.

VIEIRA, A. C. P. et al. **Indicação geográficas, signos coletivos e desenvolvimento local/regional**. Erechim: Deviant, 2019. 485 p. ISBN 978-85-5324-043-2

WU, S. et al. Phytochemistry and health benefits of jaboticaba, an emerging fruit crop from Brazil. **Food Research International**, v. 54, p. 148-159, 2013.

ZERBIELLI, L. et al. Diversidade físico-química dos frutos de jaboticabeiras em um sítio de ocorrência natural. **Revista Brasileira de Fruticultura**. Jaboticabal, v. 38, n. 1. p. 107-116, fev. 2016.

**APÊNDICE A - RELATÓRIO TÉCNICO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E  
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO  
PROFNIT

FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR

**RELATÓRIO TÉCNICO DE MESTRADO**  
**ANÁLISE CONCLUSIVA DA PROSPECÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA**  
**DO VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS**

**MACEIÓ – AL**  
**2022**

FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR

**RELATÓRIO TÉCNICO DE MESTRADO  
ANÁLISE CONCLUSIVA DA PROSPECÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA  
DO VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS**

Relatório técnico apresentado à Universidade Federal de Alagoas, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. José Edmundo Accioly de Souza

Coorientadora: Profa. Dra. Cenira Monteiro de Carvalho

**MACEIÓ – AL  
2022**

**FAUSTINO FRANCISCO DOS SANTOS JÚNIOR****RELATÓRIO TÉCNICO DE MESTRADO  
ANÁLISE CONCLUSIVA DA PROSPECÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DO  
VINHO (FERMENTADO) DE JABUTICABA DA SERRA DAS PIAS**

Relatório técnico apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.

Aprovado em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2022.

---

Prof. Dr. José Edmundo Accioly de Souza  
(Instituto de Química e Biotecnologia/UFAL)  
Orientador-Presidente

---

Profa. Dra. Cenira Monteiro de Carvalho  
(Instituto Federal de Alagoas/Campus Satuba)  
Coorientador

---

Profa. Dra. Jailma Barros dos Santos  
(Setor Profissional-UNIT)

---

Prof. Dr. Fernando Melo da Silva  
(Profnit – outro ponto focal)

## RESUMO

A Indicação Geográfica (IG) é um registro que faz parte do contexto da propriedade intelectual no Brasil possuindo duas modalidades, a Indicação de Procedência e Denominação de Origem. Sinal que identifica o meio geográfico que ficou conhecido em produzir ou prestar determinado serviço, ou que fatores naturais e humanos do meio geográfico diferencie produtos/serviços. O Brasil, por sua extensão territorial, diversidade, cultura, costumes e potencialidade no agronegócio, certamente possui localidades que podem ser sinalizadas com a IG. Nesta seara, a localidade da Serra das Pias no agreste alagoano é conhecida por produzir o vinho (fermentado) de jabuticaba, produto que foi analisado na perspectiva da Indicação Geográfica. Os produtos do agronegócio possui destaque no registro de IG no Brasil, e a jabuticaba, representante deste nicho, é a matéria-prima do vinho (fermentado) produzido pelo cooperativismo. O presente relatório objetiva realizar uma análise conclusiva quanto à propositura do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias ao pleito de IG. Confrontando o seu contexto produtivo aos requisitos exigidos pelos normativos, assim como seus pontos fortes e fracos. A abordagem do relatório é qualitativa, com objetivos exploratórios e descritivos. As técnicas utilizadas foram documental, bibliográfica e estudo de caso; de concepção aplicada. Como resultado, a constatação da carência de infraestrutura produtiva e oficialidades para produzir e comercializar o produto, que inviabiliza no presente, a propositura de protocolo de processo de IG.

**Palavras-chave:** indicação geográfica; cooperativismo; cadeia produtiva; agronegócio; marca coletiva; jabuticaba.

## ABSTRACT

The Geographical Indication (GI) is a registration that is part of the context of intellectual property in Brazil, having two modalities, the Indication of Origin and Denomination of Origin. Sign that identifies the geographic environment that became known to produce or provide a certain service, or that natural and human factors of the geographic environment differentiate products/services. Brazil, due to its territorial extension, diversity, culture, customs and potential in agribusiness, certainly has locations that can be signaled with the GI. In this area, the locality of Serra das Pias in the Alagoas countryside is known for producing (fermented) jabuticaba wine, a product that was analyzed from the perspective of the Geographical Indication. Agribusiness products are highlighted in the GI record in Brazil, and jabuticaba, representative of this niche, is the raw material for (fermented) wine produced by cooperativism. This report aims to carry out a conclusive analysis regarding the proposal of the jabuticaba wine (fermented) from Serra das Pias to the GI claim. Confronting its productive context with the requirements demanded by the regulations, as well as its strengths and weaknesses. The report's approach is qualitative, with exploratory and descriptive objectives. The techniques used were documentary, bibliographic and case study; of applied design. As a result, the lack of productive infrastructure and officialdom to produce and commercialize the product, which makes it impossible at present, to propose a GI process protocol.

**Keywords:** geographical indication; cooperatives; productive chain; agribusiness; collective brand; jabuticaba.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

<b>AAGRA</b>	Associação de Agricultores Alternativos
<b>APROVALE</b>	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
<b>ASPRODEJAS</b>	Associação dos Produtores de Derivados de Jabuticaba de Sabará
<b>VPB</b>	Valor Bruto da Produção Agropecuária
<b>CNA</b>	Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil
<b>CEPEA</b>	Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada
<b>COOPCAM</b>	Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas
<b>EMBRAPA</b>	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
<b>ESALQ</b>	Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz
<b>IBGE</b>	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>IG</b>	Indicação Geográfica
<b>IN</b>	Instrução Normativa
<b>INPI</b>	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
<b>MAPA</b>	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
<b>MPA</b>	Movimento dos Pequenos Agricultores
<b>OCB</b>	Organização das Cooperativas Brasileiras
<b>PIB</b>	Produto Interno Bruto
<b>PNAE</b>	Programa Nacional de Alimentação Escolar
<b>PROFNIT</b>	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SEDETUR</b>	Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo
<b>UFAL</b>	Universidade Federal de Alagoas
<b>UNICAFES</b>	União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária
<b>USP</b>	Universidade de São Paulo



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Colheita da jabuticaba nas propriedades dos agricultores.....	125
<b>Figura 2</b> - Indicações Geográfica registradas por setor.....	125
<b>Figura 3</b> - Antigo local de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	131
<b>Figura 4</b> - Antigo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	133
<b>Figura 5</b> - Novo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	134
<b>Figura 6</b> - Canais de publicização do vinho (fermentado) de jabuticaba.....	135
<b>Figura 7</b> - Local atual da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba, doces e compotas .....	140
<b>Figura 8</b> - Pipa adquirida pela Coopcam.....	141
<b>Figura 9</b> - Arrolhador adquirido pela Coopcam.....	142
<b>Figura 10</b> - Planta baixa para produção de vinho tinto .....	143
<b>Figura 11</b> - Planta baixa atual da cooperativa Coopcam.....	143
<b>Figura 12</b> - Imagem do prédio atual da agroindústria do vinho (fermentado) de jabuticaba .....	144
<b>Figura 13</b> - Proposta da nova estrutura física da agroindústria produtora do vinho (fermentado) de jabuticaba.....	145

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Requisitos INPI para o pedido de registro de IG na modalidade Indicação de Procedência versus vinho (fermentado) de jabuticaba Serra das Pias .....	136
<b>Quadro 2</b> - Pontos fortes, fracos e recomendações para obtenção de IG referente ao vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias .....	137

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>146</b>
<b>2 OBJETIVOS .....</b>	<b>168</b>
2.1 Objetivo geral .....	168
2.2 Objetivos Específicos.....	168
<b>3 REVISÃO DA LITERATURA .....</b>	<b>179</b>
3.1 Indicação geográfica .....	179
3.2 Agronegócio .....	2921
3.3 Jaboticaba .....	123
3.4 Cooperativismo.....	126
3.5 Cadeia produtiva .....	127
<b>4 METODOLOGIA .....</b>	<b>129</b>
4.1 Enquadramento de pesquisa .....	129
4.2 Coleta de dados.....	130
4.3 Tratamento e análise dos dados pesquisados.....	130
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>131</b>
5.1 Vinho (Fermentado) de jaboticaba Serra das Pias .....	131
5.2 Matéria-prima do vinho (fermentado) de jaboticaba .....	134
5.3 O vinho (fermentado) de jaboticaba da Serra das Pias e o registro de Indicação Geográfica .....	135
5.4 A cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jaboticaba versus Indicação Geográfica .....	138
5.5 A cooperativa Coopcam como substituto processual legal no pedido de Indicação Geográfica .....	138
<b>6 CONCLUSÃO .....</b>	<b>147</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>148</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A propriedade intelectual no Brasil vem se desenvolvendo e se aperfeiçoando ao longo do tempo. A trajetória evolutiva se inicia com o Alvará de D. João VI em 1809, que visava estimular os investimentos. “O Alvará de 1809 é considerado o marco zero da propriedade industrial no Brasil” (SANTOS, 2019, p. 43). Transcende fronteiras com a participação do Brasil nos organismos internacionais que ditam parâmetros gerais da política mundial da propriedade intelectual, solidifica-se internamente com a criação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial e se firma como política de Estado com o advento da publicação da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Com a adesão do Brasil à Organização Mundial do Comércio e a consequente assinatura do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, atualiza-se sua legislação vigente relacionada à propriedade intelectual (SANTOS, 2019).

Na divisão das espécies da propriedade intelectual no Brasil, encontramos o direito autoral, proteção *sui generis* e a propriedade industrial. Nesta última, inserem-se as patentes, desenho industrial, marcas, Indicação Geográfica, concorrência desleal e segredo industrial. Em se tratando de Indicação Geográfica, compreendemos ser o reconhecimento de um nome geográfico que ficou conhecido na produção ou prestação de serviços que envolve o saber-fazer local, sua tradição, assim como os fatores naturais ou humanos que se relacionam com a qualidade ou característica do produto/serviço. Identificam produtos/serviços e sua origem geográfica, incorporando atributos como reputação e fatores naturais e humanos, ofertando produtos/serviços com características próprias, que traduzem a identidade e a cultura de um espaço geográfico (AGUIAR et al., 2021).

Diferentemente de alguns países europeus, a exemplo de Portugal, que teve sua primeira proteção estatal de IG em 1756, para os produtores do Vinho do Porto na região do Douro, o Brasil só obteve registro de sua primeira IG em 2002, para o Vale dos Vinhedos, região do Rio Grande do Sul produtora de vinho. Vê-se que a propriedade intelectual em se tratando de IG é muito recente no Brasil, onde encontra um vasto campo de investigação de novos registros de IG, considerando a extensão territorial brasileira, sua miscigenação, riquezas naturais, diversidade cultural, história, dentre outros fatores. “No Brasil, a Indicação Geográfica é considerada declaratória, isto é, ela é desenvolvida pelos produtores

e prestadores de serviços e identificada pelos consumidores” (AGUIAR, et al., 2021, p. 606).

Dentre as IGs registradas, destacam-se às originárias do agronegócio, onde o Brasil tem vocação, expertise e a maior biodiversidade do planeta. “Diversos produtos podem ser protegidos por meio de Indicações Geográficas, como produtos industriais e agrícolas” (AGUIAR et al., 2021, p. 606). São diversas espécies conhecidas e outras a serem pesquisadas que podem ser matéria-prima para o desenvolvimento de novos produtos, novas tecnologias, gerando emprego e renda. Entre essas espécies temos a jabuticaba, nativa do Brasil e muito consumida no centro-sul tanto *in natura* ou processada em geleias, doces, compotas, licor, vinho e etc., mas com um grande potencial para a indústria farmacêutica, devido as suas potencialidades bioativas.

O vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias no município de Palmeira dos Índios-AL é um dos subprodutos da jabuticaba. Produto que possui tradição familiar em sua produção artesanal a partir de jabuticabeiras que surgiram do processo natural de disseminação da espécie na região e nos quintais dos produtores rurais.

O cooperativismo foi a modalidade encontrada para organizar o processo produtivo e gerar mais valor e renda aos produtores. A Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas, criada em 2010, tem representado os produtores e viabilizado mercados, melhoria na qualidade do produto, possibilitado maior divulgação, infraestrutura e inserção na cadeia produtiva.

Mesmo remontando a produção do vinho (fermentado) de jabuticaba à década de 70, a cadeia produtiva só passou a se constituir de forma mais estruturada a partir da criação da cooperativa, agregando agências de fomento e instituições governamentais que passaram a dar suporte a suas atividades, visando fortalecer o processo produtivo e qualificar seus produtos para o mercado consumidor.

O vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias se apresenta como um possível candidato ao registro de IG, mas para que isso ocorra, diversos elementos constitutivos do processo de registro precisam ser preenchidos. Deste modo, o presente Relatório Técnico visa a responder conclusivamente quanto a viabilidade de registro de Indicação Geográfica para o vinho (fermentado) de jabuticaba ora estudado.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Realizar análise conclusiva da viabilidade de registro de Indicação Geográfica de Procedência do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias.

### **2.2 Objetivos específicos**

- a) Confrontar os parâmetros exigidos para registro de Indicação Geográfica, segundo a Portaria/INPI/PR nº 04/2022, a Lei 9.279, e o contexto do processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias;
- b) Identificar os pontos fortes e fracos do vinho (fermentado) consoante ao registro de Indicação Geográfica.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 Indicação Geográfica

A Indicação Geográfica reconhece o saber-fazer, a tradição e os costumes de determinada localidade, no que se refere aos produtos e serviços que ficaram conhecidos pelo seu modo de produção ou por influência geográfica na sua qualidade ou característica, incluindo os fatores naturais ou humanos. “[...] É o reconhecimento de que um produto ou serviço é proveniente de determinada área geográfica” (MARQUES et al., 2019, p. 1602). Está compreendida no rol da propriedade intelectual, especificamente no que tange à propriedade industrial. “[...] é um direito de Propriedade Intelectual autônomo, reconhecido nacional e internacionalmente e de uso coletivo pelos produtores ou prestadores de serviço estabelecidos no local, desde que cumpridas determinadas condições” (MAUÉS, et al., 2021, p. 616).

A legislação brasileira contempla dois tipos de Indicação Geográfica, a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem. Segundo a Lei 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, às modalidades de Indicações Geográficas estão conceituadas da seguinte forma:

Art. 177. 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.

Art. 178. 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, incluindo fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

O Brasil possuía em 29 de setembro de 2022, 70 Indicações Geográficas de Procedência e 32 Indicações Geográficas de Origem, sendo 09 estrangeiras. O primeiro registro de Indicação Geográfica foi concedida em 2002 à Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE. Do primeiro registro aos tempos atuais, diversas localidades em diversas regiões do Brasil têm-se organizado para requerer o registro. Em um país continental como o Brasil e com a diversidade cultural e de costumes, certamente há diversos candidatos potenciais ao registro.

Podemos observar que o registro de IG na modalidade Procedência tem número mais expressivo que a modalidade Origem, fato que pode ser explicado pela necessidade de

comprovação da influência geográfica, incluindo os fatores naturais e humanos, na qualidade ou características do produto/serviço.

O requerimento de pedido de registro de Indicação Geográfica, segundo art. 16 da Portaria nº 4, de 12 de janeiro de 2022 do INPI, deverá conter os seguintes elementos:

- I – requerimento de Indicação Geográfica;
- II – caderno de especificações técnicas;
- III – procuração, se for o caso;
- IV – comprovação do pagamento da retribuição correspondente;
- V – comprovação da legitimidade do requerente;
- VI – em se tratando de Indicação de Procedência, documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção, ou fabricação do produto ou de prestação de serviço;
- VII – em se tratando de Denominação de Origem, documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, devendo conter os elementos descritivos;
- VIII – instrumento oficial que delimita a área geográfica;
- IX – se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território.

Entre todos os elementos que devem constar no processo de reconhecimento de IG, destaca-se o caderno de especificação técnica, considerado a peça central e essencial ao reconhecimento. É nele que se descreve o processo produtivo com suas particularidades, seu modo de fazer e materiais utilizados. É o regimento que deve ser seguido por todos os produtores que estão situados no meio geográfico e que terão o direito de utilizar o sinal da IG. Objetiva preservar todas as condições que permitiram o registro da IG, preservando as características do saber-fazer, da cultura e da história.

O requerimento para o registro de Indicação Geográfica pode ser realizado pelos seguintes substitutos processuais: associação, sindicato, ou qualquer outra entidade que possa atuar como tal em razão da lei, incluindo-se também cooperativas, o único produtor ou prestador de serviço local e o representante de Indicação Geográfica estrangeira já reconhecida.

O registro traduz um ressignificado na produção ou na prestação de serviços, impulsionando o desenvolvimento local, agregando valor ao produto, reconhecendo o saber-fazer, tradições e costumes, bem como maior qualificação no processo produtivo pela necessidade de manutenção das condições e parâmetros que se deu o registro, além do cumprimento do estabelecido no caderno de especificações para ambas modalidades. O principal ativo a ser utilizado é o saber-fazer da comunidade, com aguçado sentimento de pertencimento ao sistema produtivo, gere reconhecimento dos membros de toda a cadeia produtiva e possibilidades de desenvolvimento econômico (MARQUES et al., 2019).



Dado o período recente do início do registro e a pouca divulgação do significado das Indicações Geográficas, há ainda um longa trajetória para que o Brasil alcance um patamar equivalente aos países europeus, que possuem mais *know how*, história e tradição em produtos/serviços com registro de IG. São produtos/serviços que encontram um mercado ávido em consumir produtos de qualidade, procedência, respeito ambiental, além de promover renda, trabalho e desenvolvimento a localidades de povos tradicionais.

Para o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, as Indicações Geográficas ajudam na preservação da biodiversidade, do conhecimento e dos recursos naturais, e trazem contribuições positivas para as economias locais e para o dinamismo regional, pois proporcionam o real significado da criação de valor local (SEBRAE, 2017).

O mercado consumidor se modifica e se adequa às novas realidades, e isso exige novas tecnologias e produtos que estejam em sintonia com às novas tendências e demandas. Como exemplo, podemos citar a certificação de produtos orgânicos, que garantem produtos isentos de agrotóxicos; o selo de eficiência energética, que garantem menos consumo de energia e o certificado SVB Vegano, que atesta que o produto não possui ingredientes de origem animal. A penetração de mercado nacional e internacional dos produtos não é apenas firmada por sua marca, mas também pela indicação verdadeira da sua origem geográfica (MARQUES et al., 2019).

Todas as regiões do Brasil já possuem representantes de Indicação Geográfica, com maior incidência na região Sudeste e Sul. A região Centro-Oeste e Norte são as regiões com menos representantes, enquanto a região Nordeste fica na posição intermediária. A presença das Indicações Geográficas certamente pode contribuir de forma significativa com a diminuição das desigualdades no Brasil, principalmente nas regiões Norte e Nordeste do País, onde o índice de desenvolvimento humano são menores em comparação com às demais regiões e onde pode-se encontrar a presença da cultura negra, costumes, história e povos tradicionais indígenas.

### **3.2 Agronegócio**

O agronegócio é uma das forças motrizes da economia brasileira. Segundo dados da Secretaria de Política Agrícola do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o valor bruto da produção agropecuária (VBP) de 2021 atingiu o patamar de R\$ 1.129 trilhão, 10,1% acima do valor alcançado em 2020. Dados do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada – Cepea, da Esalq/USP, em parceria com a Confederação da Agricultura

e Pecuária do Brasil – CNA, constataram a participação do agronegócio em 26,6% no Produto Interno Bruto brasileiro em 2020, alcançando um patamar de quase R\$ 2 trilhões. Os números expressivos deixam claro a vocação brasileira para o agronegócio e o quão é importante na geração de emprego, renda e balança comercial.

É cada vez mais presente e necessário o investimento em pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias para aumento de produção e competitividade no campo. É um setor da economia que o Brasil se destaca no mercado mundial, competindo principalmente com os países que possuem grandes extensões territoriais e que investem em pesquisa e desenvolvimento no agronegócio, a exemplo dos Estados Unidos, China, Índia, Argentina, Rússia, dentre outros. O agronegócio acontece adotando pacotes tecnológicos intensivos em capital e tecnologia, transformando os sistemas técnicos agrícolas e difundindo um padrão estandardizado de produção (ELIAS, 2021).

O profissionalismo no campo se acentuou nas últimas décadas, graças a contribuição de centros e institutos de pesquisa, a exemplo da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA, assim como universidades e escolas estaduais na formação qualificada de profissionais. A tradicional fazenda criadora de gado e produtora de leite se transformou em empresa do agronegócio. Mesmo diante deste processo evolutivo do campo, o Brasil ainda possui uma parcela significativa de pequenos agricultores. Segundo censo agropecuário de 2017, último divulgado pelo IBGE, dos 5.073.324 estabelecimentos rurais, 72,02% pertencem a produtores individuais. Grande parte destes produtores são carentes de capacitação, infraestrutura e políticas públicas de fomento à agricultura familiar.

Segundo a Lei 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Rurais, é considerado agricultor familiar e empreendedor rural, àquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

- I – Não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II – utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III – Tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo;
- IV – Dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (BRASIL, 2006).

São também beneficiários desta Lei os silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores, povos indígenas e integrantes de comunidades remanescentes de quilombos

rurais e demais povos e comunidades tradicionais, desde que atendam aos requisitos estabelecidos na citada Lei.

A produção da agricultura familiar destina-se à subsistência e o seu excedente é vendido em feiras livres ou para o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, um dos principais instrumentos de compras públicas que possibilita o acesso a mercados e ao escoamento da produção da agricultura familiar. A produção de alimentos é a base da agricultura familiar, com destaque para o milho, mandioca, pecuária leiteira, gado de corte, ovinos, caprinos, olerícolas, feijão, cana, arroz, suínos, aves, café, trigo, mamona, fruticulturas e hortaliças.

### **3.3 Jabuticaba**

Conhecida como “fruta em botão” pelos indígenas, é considerada uma joia nacional por suas propriedades e funcionalidades, citada na literatura brasileira na obra de Monteiro Lobato (1882-1948) e encontrada de norte ao sul do Brasil. Esta é a jabuticaba, fruto nativo do Brasil que vem ganhando cada vez mais popularidade, principalmente no meio científico no Brasil e no mundo, devido a seus compostos bioativos com função antioxidante. Mesmo sendo encontrada de norte a sul do Brasil, tem maior incidência e consumo nos estados das regiões Centro-Oeste e Sudeste do País.

Tradicionalmente consumida *in natura* e empregada em receitas de doces, compotas, geleias e bolos, a jabuticaba vem ganhando espaço nas bancadas dos institutos de pesquisas, os quais vêm desvendando suas potencialidades em diversas empregabilidades que vão além do alimentício. E um dos componentes que mais tem atraído a atenção dos pesquisadores são as antocianinas, que em comparação com a uva, possui maior quantidade. “A casca da jabuticaba é uma importante fonte de compostos fenólicos, especialmente antocianinas” (ROCHA et al., 2019, p. 112).

Devido a sua concentração de açúcar, a jabuticaba tende a fermentar rapidamente, o que dificulta o seu aproveitamento e transporte, havendo necessidades de estudos que possam contribuir na durabilidade do fruto e, por conseguinte, na melhoria do transporte e armazenamento. Altamente perecível e curto período de comercialização após a colheita devido à rápida alteração da aparência, perda de umidade, deterioração e fermentação da polpa; observadas de dois a três dias após a colheita (VIEITES et al., 2011).

Possui diversas variedades, como a paulista, sabará, híbrida, pnhema, dentre outras, e o seu consumo pode ser feito na íntegra, garantindo assim todo o aproveitamento das

substâncias benéficas a saúde presente na casca, poupa e semente do fruto de jabuticaba, como vitaminas do complexo B e C, potássio, fósforo, ferro, carboidrato, taninos, fibras e gorduras do bem. Mas o destaque maior no meio científico continua sendo as antocianinas.

Além das antocianinas, há também a quercetina, o ácido elágico, taninos, além de estruturas desconhecidas pela literatura científica. Estes e outros compostos vêm sendo estudados visando o desenvolvimento de tecnologias e produtos que possam suprir carências alimentares e contribuir com a saúde humana, tendo em vista tratar-se de um alimento funcional.

No campo da saúde, doenças como a hipertensão, diabetes, Alzheimer; ações anti-inflamatórias, combate ao LDL, obesidade e a gordura no fígado, são algumas das aplicações que estão sendo estudadas com os compostos da jabuticaba. No campo alimentício e de bebidas, além dos preparados tradicionais, vinho, licor, vinagre, alimentos probióticos, macarrão, molhos e bebida à base dos compostos antioxidantes estão entre os experimentos em voga nos centros de pesquisa e desenvolvimento.

A região Nordeste do Brasil não tem muita tradição no consumo da jabuticaba, mas ela pode aparecer em algumas localidades, principalmente na região da Mata Atlântica, onde é nativa. No estado de Alagoas, tem incidência em diversas localidades, mas é na região agreste que ganhou destaque, especificamente no município de Palmeira dos Índios. A Figura 1 representa o cultivo da jabuticaba nas propriedades dos agricultores da região.

**Figura 1** - Colheita da jabuticaba nas propriedades dos agricultores.

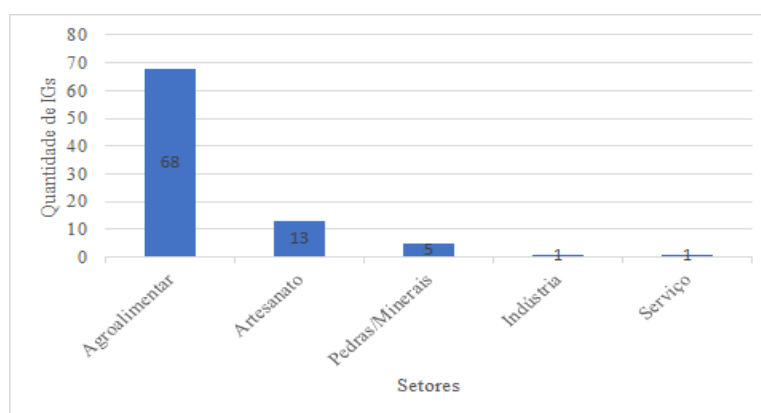


Fonte: Cooperativa Coopcam, 2021.

Podemos observar na Figura 1 a colheita manual da jabuticaba realizada pelos cooperados no período da safra nas jabuticabeiras disseminadas pela natureza na região das serras de Palmeira dos Índios, não havendo plantação comercial nem processo mecanizado.

A jabuticaba é uma representante do agronegócio brasileiro, que corresponde a 77,27% de todos os produtos/serviços registrados como Indicações Geográficas, segundo levantamento realizado na base de dados Datasebrae em novembro de 2021, demonstrado na Figura 2.

**Figura 2** - Indicações Geográfica registradas por setor.



Fonte: Datasebrae, 2021.

A forte presença do agronegócio nos registros de Indicação Geográfica, coaduna com a competitividade brasileira no mercado global em *commodities* agrícolas e com a busca por agregação de valor a esses produtos.

A jabuticaba já possui representação de Indicação Geográfica no Brasil, considerando a Indicação de Procedência Sabará para produtos derivados de jabuticaba, requerida pela Associação dos Produtores de Derivados de Jabuticaba de Sabará – ASPRODEJAS, a qual obteve registro em 23 de setembro de 2014.

### **3.4 Cooperativismo**

O cooperativismo é uma estratégia que agrega pessoas e instituições que compartilham interesses em comum, a exemplo do desenvolvimento econômico e social, maior produtividade e sustentabilidade, assim como valorização individual e coletiva. Ainda, o sistema cooperativo possui princípios que norteiam suas ações perante seus membros e sociedade, quais sejam: adesão voluntária e livre, gestão democrática, participação econômica dos membros, autonomia e independência, educação, formação e informação; intercooperação e interesse pela comunidade. “O cooperativismo é considerado um sistema que surge como solução dos problemas sociais, com o enfoque na cooperação” (MARQUES; COSTA, 2021, p. 532).

Segundo dados da Organização das Cooperativas Brasileiras, o número de cooperativas com registro ativo na OCB até a data de 31/12/2020, equivale a 4.868 cooperativas. O número de cooperados neste mesmo ano, referente a 4.411 cooperativas, chegou ao patamar de 17.121.076. O campo possui a maior representatividade entre as cooperativas, somando um total de 1.173 cooperativas com mais de 1 milhão de cooperados.

Diferentemente dos grandes conglomerados empresariais do agronegócio, os pequenos produtores rurais não dispõem de recursos humanos e materiais para a sustentabilidade de sua pequena propriedade, necessitando de políticas públicas de incentivo e apoio de instituições de fomento. Diante do mercado consumidor cada vez mais exigente e diversificado quanto aos canais de comercialização, torna-se cada vez mais necessária a proatividade do homem do campo de se profissionalizar e fazer parte das cadeias produtivas para escoar sua produção e manter vivo seu empreendimento. Assim, o cooperativismo surge como alternativa de suprir carências de estrutura e pessoal que os pequenos produtores necessitam em seus empreendimentos. “As cooperativas no meio rural são constituídas, majoritariamente, por produtores rurais associados, que buscam, com estas organizações,

atender aos anseios relacionados às suas atividades” (NEVES; CASTRO; FREITAS, 2019, p. 560).

O cooperativismo foi a estratégia escolhida pelos produtores do vinho (fermentado) de jabuticaba para adquirirem melhor estrutura e organização do processo produtivo, alcance de canais de comercialização, e fomento através de parceiros e órgãos governamentais. Produzido artesanalmente, de forma descentralizada e para o consumo familiar dos agricultores, inicialmente, o processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba ganha maior profissionalização e qualidade com a instituição da cooperativa e a construção da sede da agroindústria. “Embora relevantes no cenário agrícola, ainda são poucos os trabalhos que se dedicam a avaliar, para todo o Brasil, a influência das cooperativas agropecuárias sob a ótica econômica e financeira” (NEVES; CASTRO; FREITAS, 2019, p. 560).

### **3.5 Cadeia produtiva**

Responsável por reunir e convergir ações de diversos atores que fazem parte de um processo produtivo, a cadeia produtiva tem o objetivo de dar suporte necessário para que o produto ou serviço possa seguir seu fluxo até o consumidor final, obtendo contribuições de pessoas e empresas direta ou indireta com a produção, beneficiamento, distribuição, varejo e entrega ao consumidor final. A cadeia produtiva é um termo genérico que identifica o conjunto de atividades de um setor industrial, a exemplo da indústria de calçados, automobilística, computadores e etc. (MARQUES et al., 2019).

São parcerias e elos que se formam em prol do alcance de objetivos, individuais ou coletivos. Suprem carências em ações que se complementam numa rede de intensa interação entre seus participantes. Essa interação tem o condão de propiciar a melhoria contínua do processo produtivo com redução de custos, aumento da qualidade do produto/serviço, sustentabilidade, competitividade e eficiência. Para Patias et al. (2019, p. 521), “[...] a competitividade da cadeia produtiva está diretamente relacionada com o nível de satisfação do consumidor”. Cada fase de produção recebe a contribuição dos parceiros da cadeia num fluxo contínuo do início ao fim. A relação entre os entes da cadeia é de dependência e interdependência, numa sistemática de complementariedade.

A cadeia produtiva é cada vez mais exigida por eficiência, e esse processo se acelerou com *e-commerce*; e nos tempos atuais, com a pandemia do COVID-19, onde medidas mais restritivas como o *lockdown*, impulsionou o comércio eletrônico e, conseqüentemente, às cadeias produtivas de logística. A tecnologia é outro fator que implica mudança constante

no *modus operandi* das cadeias produtivas, pois a cada inserção de uma nova tecnologia, a readequação do processo produtivo e a entrada e saída de novos componentes da cadeia de produção faz-se necessário. Os investimentos em P&D na cadeia produtiva tem como resultados novas tecnologias que proporcionam benefícios ao setor, empresas, produtores e consumidores com menores custos, maior produtividade e qualidade; resultando em produtos mais baratos (SCHMIDT; SILVA, 2018).

Além do aspecto tecnológico, a cadeia produtiva está exposta a modificar-se devido a outros fatores, como o político-legal, econômico, ambiental, social, dentre outros que impliquem novas exigências do mercado consumidor ou restrições advindas do político-legal.

A constante metamorfose da cadeia produtiva implica mudanças também no ambiente onde a mesma está inserida. São novas oportunidades de negócios, novos arranjos produtivos, exigência por mão de obra mais qualificada, maior dinâmica na economia local, na perspectiva de jusante a montante.

É estratégico e fundamental conhecer a cadeia produtiva e seus atores, que numa visão menos ampliada, pode-se identificar os possíveis fornecedores de insumos que vão contribuir no processo de industrialização, assim como os canais mais viáveis de distribuição do produto ao consumidor final. Os elos precisam estar fortes e consolidados, e caso haja ruptura, novos elos precisam ser construídos rapidamente, de modo a minimizar os impactos.

Uma cadeia de produção é definida a partir da identificação de determinado produto final. Após esta identificação, cabe ir encadeando, de jusante a montante, as várias operações técnicas, comerciais e logísticas, necessárias a sua produção (SOUZA, 2006).

A quantidade de cadeias e o seu tamanho dependerá da estratégia mercadológica, ou seja, quanto maior penetração de mercado, maior será a cadeia produtiva e o seu gerenciamento. As empresas de grande porte fazem parte de várias cadeias, sejam elas locais, regionais ou globais. Enquanto os pequenos negócios fazem parte geralmente de cadeias locais.

Os pequenos produtores rurais, em sua maioria, só conseguem alcançar o mercado local, mas havendo associação visando o aumento de produção e comercialização, podem fazer parte de outras cadeias produtivas além de suas fronteiras.

Assim como às demais cadeias que sofrem influências, a cadeia produtiva da agroindústria possui mais um elemento influenciador relevante: o clima. Fator esse que pode



ser bom ou ruim a depender dos seus impactos na maior ou menor produção da matéria-prima.

## **4 METODOLOGIA**

O presente relatório técnico propõe-se a consolidar o estudo intitulado “O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias como proposta de Indicação Geográfica: o fortalecimento da cadeia produtiva e do cooperativismo”, na perspectiva de uma discussão conclusiva a partir dos elementos colhidos no citado estudo, da propositura de registro de Indicação Geográfica do vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias no município de Palmeira dos Índios-AL.

### **4.1 Enquadramento da pesquisa**

Enquadra-se na abordagem qualitativa, onde o pesquisador procurou explorar o objeto de pesquisa em profundidade, sem se fundamentar na análise estatística. Abordou-se a temática do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias na perspectiva de registro de Indicação Geográfica, contextualizando e confrontando as características do objeto de pesquisa aos parâmetros estabelecidos para o referido registro.

Classificada como exploratória, na medida em que buscou-se estudar as características do objeto de pesquisa frente aos requisitos de registro de IG e descritiva, diante da revelação das características gerais do tema de pesquisa e a discussão de mérito do conteúdo.

Para a construção deste relatório técnico utilizou-se técnicas de pesquisa documental, por ter como arcabouço teórico o estudo já mencionado; bibliográfica, pois além do arcabouço utilizado, buscou-se ampliar a discussão com o incremento de contribuições pesquisadas em bases de dados e acervos; e estudo de caso, por se tratar do estudo em específico do vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias.

Sua concepção é aplicada, tendo em vista que a análise conclusiva deste relatório servirá de tomada de decisão estratégica quanto às potencialidades de registro de IG para o vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias.

## **4.2 Coleta de dados**

O relatório foi desenvolvido no ano de 2022, tendo como base principal de dados para análise conclusiva o estudo “O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias como proposta de Indicação Geográfica: o fortalecimento da cadeia produtiva e do cooperativismo”. Ademais, houve incremento de referencial teórico com a investigação de publicações nos idiomas português, inglês e espanhol entre os anos de 1971 e 2022 (considerando todos os documentos pesquisados), selecionando os documentos mais relevantes para enriquecer a discussão das grandes temáticas do relatório. Títulos, resumos e palavras-chave como “cooperativismo”, “jabuticaba”, “agronegócio” e “indicação geográfica”, foram utilizadas como filtros. Cadernos de Prospecção e a Biblioteca Eletrônica Científica Online – SciELO, foram as bases de dados mais consultadas.

## **4.3 Tratamento e análise dos dados**

O relatório foi dividido em seis seções e suas subseções, onde cada qual discutiu direta e indiretamente a relação com a Indicação Geográfica. Todos os dados obtidos no estudo “O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias como proposta de Indicação Geográfica: o fortalecimento da cadeia produtiva e do cooperativismo” quanto aos que constam neste relatório, foram tratados e analisados confrontando as características e o contexto produtivo do vinho (fermentado) com os requisitos exigidos para o pleito de registro de Indicação Geográfica de Procedência.

## 5 RESULTADOS

### 5.1 Vinho (Fermentado) de jabuticaba Serra das Pias

Produzido desde de 1978 pelos produtores rurais da região das serras no município de Palmeira dos Índios-AL, o vinho (fermentado) de jabuticaba era consumido apenas pelas famílias dos produtores, principalmente em épocas festivas. Segundo relatos, a receita para produzir o vinho (fermentado) foi retirada de um livreto de culinária, a qual foi sendo aperfeiçoada na medida em que o processo produtivo foi se organizando. Neste processo, um novo guia para a produção do vinho (fermentado) começou a ser seguido, Vinho Tinto, da coleção agroindústria familiar da Embrapa. Atualmente a receita do vinho (fermentado) encontra-se em processo de aprimoramento, tornando-se indisponível para compor o caderno de especificação técnica.

O início da produção do vinho (fermentado) se deu para o aproveitamento da jabuticaba existente nos quintais dos agricultores, que além de outras receitas, passaram a fermentar o fruto para produzir o que eles chamaram de vinho. A Figura 3 mostra uma imagem da produção do vinho (fermentado) pelas famílias dos agricultores, antes da organização do processo produtivo pela Coopcam.

**Figura 3** - Antigo local de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Embrapa, 2021.

A Figura 3 marca a história produtiva, o processo artesanal e o saber-fazer da comunidade que evolui com a melhoria da qualidade do vinho (fermentado) e a infraestrutura produtiva cooperativa.

Com a criação da Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa - COOPCAM em 2010, a produção do vinho (fermentado) ganhou novas perspectivas. Iniciou-se um processo de padronização com a criação de rótulos, engarrafamento, adoção de melhores práticas de produção, divulgação do produto em várias mídias e eventos, e conseqüentemente aumento da produção.

O vinho (fermentado) se tornou o principal produto da cooperativa, que produz e comercializa frutas, hortaliças, sementes e outros produtos *in natura*. Toda a matéria-prima produzida no campo são originários da agricultura familiar no conceito agroecológico, ou seja, sem uso de qualquer produto químico, prática orgânica que tem ganhado cada vez mais adeptos e consumidores. A Certificação de Produção Orgânica precisará estar no planejamento de médio e longo prazo da cooperativa, que deverá agregar mais valor aos produtos.

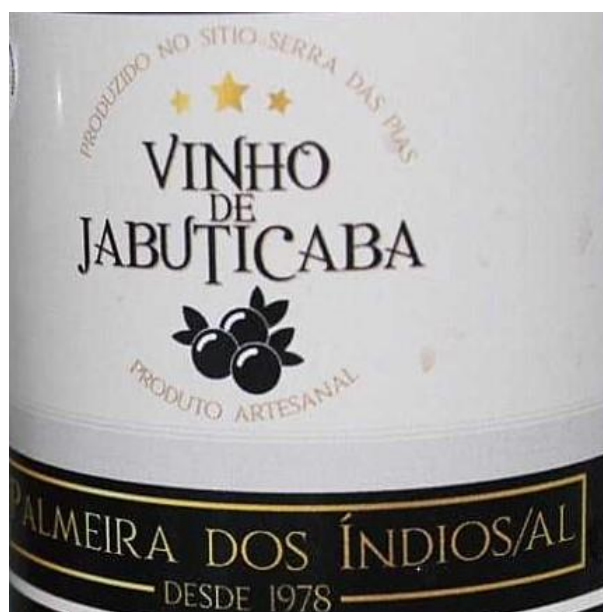
Para a regular comercialização do vinho (fermentado) de jaboticaba no mercado consumidor e seus canais, é preciso haver um esforço concentrado na superação dos entraves existentes. Entre eles, o impedimento da designação “vinho” descrito no rótulo do produto, vedado pela legislação. A Lei nº 7.678, de 08 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, e dá outras providências, no seu art. 3º, descreve que “vinho é a bebida obtida pela fermentação alcoólica do mosto simples de uva sã, fresca e madura”. Ainda, no parágrafo único desse mesmo artigo, reza que “a denominação vinho é privativa do produto a que se refere o artigo”, ou seja, a uva, “sendo vedada sua utilização para produtos obtidos de quaisquer outras matérias-primas”. Ademais, o rótulo do vinho (fermentado) da Figura 4, ainda não possui todos elementos exigidos pelo Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009, que regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Para fins de atendimento ao art.11 do Decreto supracitado, os dizeres que devem constar nos rótulos das bebidas são:

- I - nome empresarial do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;
- II - endereço do produtor ou fabricante, do padronizador, do envasilhador ou engarrafador ou do importador;
- III - número do registro do produto no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou o número do registro do estabelecimento importador, quando bebida importada;

- IV - denominação do produto;
- V - marca comercial;
- VI - ingredientes;
- VII - a expressão: Indústria Brasileira, por extenso ou abreviada;
- VIII - conteúdo, expresso na unidade de medida correspondente, de acordo com normas específicas;
- IX - graduação alcoólica, expressa em porcentagem de volume alcoólico, quando bebida alcoólica;
- X - grau de concentração e forma de diluição, quando se tratar de produto concentrado;
- XI - forma de diluição, quando se tratar de xarope, preparado líquido ou sólido;
- XII - identificação do lote ou da partida;
- XIII - prazo de validade; e
- XIV - frase de advertência, conforme estabelecido em legislação específica (BRASIL, 2009).

Vemos na Figura 4 o antigo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba, onde passou a obter mais notoriedade, mas elaborado com alguns elementos proibitivos.

**Figura 4** - Antigo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Rádio Brasil de Fato, 2020.

Em se tratando da identidade visual do vinho (fermentado) de jabuticaba e realizada às adequações necessárias ao rótulo conforme descrito, faz-se necessário ainda o registro do símbolo distintivo junto ao INPI, o que permitirá a reserva de direito do uso da marca, seu reconhecimento junto aos seus consumidores, bem como sua aparição nas mídias e propagandas. Este processo de adequações ao rótulo foi realizado, Figura 5, mas alguns elementos ainda estão ausentes e outros não devem constar. Como exemplo de proibição, podemos citar o termo “artesanal” (proibido pelo art. 10 da IN nº 34/2012-MAPA) e como ausência, a identificação do lote.

A identidade do vinho (fermentado) ganhou nova roupagem com o rótulo da Figura 5. Acrescentou-se layout mais moderno, cores e informações obrigatórias, mas outros elementos ainda precisam ser incorporados.

**Figura 5** - Novo rótulo do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2022.

O elemento figurativo do novo rótulo demonstra o processo evolutivo que o produto vem sofrendo, resultado de várias intervenções e investimento em infraestrutura e capacitação.

## 5.2 Matéria-prima do vinho (fermentado) de jabuticaba

As espécies prováveis de jabuticaba encontradas na região das serras em Palmeira dos Índios são: sabará (*Plinia jabuticaba* (Vell.) Berg) e a cabeluda (*Plinia* sp.), mas ainda carecem da caracterização genética molecular para confirmação das espécies. É encontrada nos quintais dos agricultores nas Serras das Pias, Bonita e Sítio Monte Alegre, onde é cultivada com práticas agroecológicas. Dentre as demais culturas existentes na região e comercializadas pela COOPCAM, a jabuticaba tornou-se a principal cultura, assim como seu o vinho (fermentado).

O cultivo e produção da jabuticaba na região das serras de Palmeira dos Índios-AL não é comercial, mas é um fruto bastante abundante e com perspectiva de crescimento com o plantio de novas mudas. Atualmente, apenas 20% da produção é beneficiada, o que demonstra a necessidade de investimento em infraestrutura para suprir a possível demanda crescente com o registro de IG. O gargalo existente entre produção e beneficiamento da

jabuticaba inviabiliza ações mercadológicas mais agressivas e a investidora ao pleito de Indicação Geográfica.

### 5.3 O vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias e o registro de Indicação Geográfica

Analisando o vinho (fermentado) de jabuticaba na seara da Indicação Geográfica, e considerando as duas modalidades de registro, descarta-se a prospecção do pleito de registro na modalidade Denominação de Origem, por não haver elementos comprobatórios da influência do meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos, na qualidade ou característica do produto. Na modalidade de Indicação Geográfica de Procedência, a prospecção encontra mais viabilidade, mas há ausência de diversos elementos necessários ao encaminhamento do requerimento.

Na perspectiva da Indicação de Procedência, onde a característica central é a notoriedade, o vinho (fermentado) cumpre esse requisito com publicidade em várias mídias e eventos. A Figura 6 expõe alguns dos canais que publicizam o produto.

**Figura 6** - Canais de publicização do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Coopcam, 2020.

Fonte: Movimento dos Pequenos Agricultores, 2019.



Fonte: Gazeta Rural, 2021.

Fonte: Instagram coopcam\_agroindustria, 2021.

Os canais que têm proporcionado notoriedade ao vinho (fermentado) estão concentrados nos digitais, principalmente em redes sociais, mas sua divulgação tem sido cada vez maior e alcançando cada vez mais público.

Em referência aos requisitos constante na Portaria nº 4, de 12 de janeiro de 2022 do INPI para fins de registro de IG de Procedência, o Quadro 1 faz um paralelo entre os requisitos do INPI e o contexto atual do vinho (fermentado).

**Quadro 1** - Requisitos INPI para o pedido de registro de IG na modalidade Indicação de Procedência versus vinho (fermentado) de jabuticaba Serra das Pias.

<b>Requisitos INPI</b>	<b>Vinho (fermentado) de Jabuticaba</b>
Requerimento de indicação geográfica	Preenchimento eletrônico na plataforma do sistema e-IG
Caderno de especificação técnica	O produto encontra-se na fase de aprimoramento do seu processo produtivo, registros e licenças. Superada essas fases, é possível a elaboração do caderno de especificação técnica
Procuração, se for o caso	Dispensável
Comprovante do pagamento da retribuição correspondente	Passível de pagamento
Comprovante de legitimidade do requerente	Presente
Documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto	Mesmo havendo relatos do início da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba na década de 70, os registros só passaram a ser realizados a partir de 2010, com a criação da COOPCAM.
Instrumento oficial que delimita a área	Área não delimitada oficialmente
Se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território	Ausente

Fonte: Elaborado pelo autor, 2022.

Vê-se que alguns elementos precisam ser supridos para compor o processo de requerimento de IG do vinho (fermentado), dentre eles o caderno de especificação técnica, considerado o elemento central.

A priori, para que o produto/serviço possa ser produzido/prestado/comercializado, faz-se necessário que tanto o produto/serviço, quanto o estabelecimento que produz/presta o serviço, obtenha junto aos órgãos governamentais os devidos registros e licenças para o seu devido funcionamento. Nesse ínterim, cabe a COOPCAM, legitimada para representar seus cooperados, protocolar, na medida em que houver aptidão, às licenças e registros do vinho (fermentado) de jabuticaba junto aos órgãos governamentais para produção e



comercialização, para só então pleitear registros, certificações e selos que possam agregar valor ao produto.

O Quadro 2 mostra um resumo dos pontos fortes e dos pontos fracos, e as recomendações necessárias para que a COOPCAM obtenha o registro de Indicação Geográfica para o vinho (fermentado) de jabuticaba.

**Quadro 2** - Pontos fortes, fracos e recomendações para obtenção de IG referente ao vinho (fermentado) de jabuticaba da Serra das Pias.

<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>	<b>Recomendações<sup>8</sup></b>
1. O produto é diferenciado para a realidade local e regional, possuindo história, tradição e identidade.	1. Sistema de controle não estabelecido.	1. Estabelecer controle interno de produção e posterior controle externo.
2. A região é conhecida como produtora.	2. Área geográfica sem delimitação.	2. Elaboração de memorial descritivo das instalações e equipamentos.
3. Existência de estatuto social.	3. Ausência de descrição do processo de produção.	3. Elaboração de manual de boas práticas.
4. Mesmo recentes, há documentos que comprovam que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de produção.	4. Estabelecimento e produto sem registro no MAPA.	4. Solicitar laudo de análise físico-química e microbiológica da água utilizada.
5. Fomento e apoio dos órgãos governamentais, instituições de pesquisa e sem fins lucrativos.	5. Produto sem marca registrada no INPI.	5. Solicitação de alvará de funcionamento e licença ambiental.
6. Representante legal constituído.	6. Estabelecimento sem Alvará de Funcionamento e Licença Ambiental.	6. Anotação de responsabilidade técnica.
7. O produto é originário da agricultura familiar.		7. Declarar aptidão ao PRONAF (DAP), ou documento equivalente conforme lei específica
		8. Registro de produto e estabelecimento no MAPA.
		9. Delimitação da área geográfica.
		10. Elaboração de caderno de especificação técnica.
		11. Solicitar registro de marca do produto ao INPI

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2022.

<sup>8</sup> Recomendações levaram em consideração às exigências documentais para registro de estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de bebidas e de derivados da uva e do vinho, regulamentados, respectivamente pela Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994 e pela Lei nº 7.678, de 08 de novembro de 1988 e o Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006.

O Quadro 2 faz um diagnóstico dos pontos fortes e fracos e algumas recomendações para o percurso da trajetória na instrução do processo de IG. Algumas pendências podem ser resolvidas a curto prazo, outras a longo prazo.

No estudo do processo produtivo do vinho (fermentado), além da prática agroecológica no cultivo das jabuticabeiras, não foi identificado outro fator diferencial que pudesse ser mencionado.

#### **5.4 A cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba versus Indicação Geográfica**

Assim como a infraestrutura de produção, a cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba está em fase de formação e crescimento, consoante ao aumento da produção e da comercialização. No presente, a mesma está recebendo relativo apoio de órgãos governamentais, instituições de ensino e pesquisa, organizações não governamentais e instituições do mercado privado no fornecimento de alguns insumos básicos.

Entende-se que os produtos/serviços candidatos a pedido de registro de Indicação Geográfica, via de regra, façam parte de uma cadeia produtiva consolidada e que lhe dê suporte no suprimento de seus insumos, no processamento produtivo e na sua comercialização, basicamente. Neste sentido, a cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba ainda se consolida, ganhando adesão de novos componentes com o aumento de qualificação do processo produtivo.

#### **5.5 A cooperativa Coopcam como substituto processual legal no pedido de Indicação Geográfica**

Criada em 2010 com a comunhão dos agricultores da região das serras no município de Palmeira dos Índios-AL, a Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas – COOPCAM-AL possui como objeto, segundo seu estatuto, a produção, industrialização e comercialização da produção dos associados, envolvendo toda e qualquer produção agropecuária, agroflorestal e agroenergética, primária, beneficiada, semi elaborada ou industrializada, bem como a comercialização de insumos e a prestação de serviços em geral em todos os âmbitos da produção agropecuária, agroflorestal e agroenergética. Sua área de atuação, para fins do exercício das atividades da cooperativa, e para efeito de admissão de associados, compreende todo o estado de Alagoas.

O Estado de Alagoas, segundo dados de 2020 da OCB, possui 66 cooperativas registradas. A Coopcam, por sua vez, não faz parte da OCB ou outra entidade de classe na data presente, mas encontra-se em articulação para filiação à União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária – UNICAFES. Além do vinho (fermentado) de jabuticaba, a COOPCAM produz/comercializa no Espaço Camponês e em feiras de eventos o licor de jenipapo, polpa de fruta, geleia de jabuticaba, compota de jabuticaba, jabuticaba cristalizada, doce de fruta, frutas desidratadas, farinha, macaxeira, feijão, fava, ovo de codorna, hortaliças agroecológicas, plantas ornamentais e composto agroecológico. Os produtos são originados da agricultura familiar e sem uso de defensivos agrícolas.

A Cooperativa congregou os esforços dos produtores, melhorou a estrutura produtiva e buscou parceiros que pudessem contribuir com pesquisas, equipamentos, treinamentos, assessorias, recurso financeiro e etc. Hoje, diversas instituições fazem parte da cadeia produtiva do vinho (fermentado) de jabuticaba, a qual ainda está no processo de estruturação como foi dito anteriormente. Diversas medidas precisam ser tomadas para adequações de maquinários, espaço físico, fornecimento dos materiais para envasamento, rotulagem do produto, dentre outras exigências do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, para efeito de registro junto ao Órgão. A Figura 7 exibe imagens do ambiente de produção do vinho (fermentado) de jabuticaba na sede da Coopcam.

**Figura 7** - Local atual da produção do vinho (fermentado) de jabuticaba, doces e compotas.



Fonte: Embrapa, 2021.

O processo de produção do vinho (fermentado) na agroindústria da Figura 7 ainda se configura como artesanal e manual em todas as etapas, com recente incremento de alguns equipamentos. A cooperativa vem adquirindo, por intermédio dos parceiros, equipamentos necessários e adequados ao processo produtivo do vinho (fermentado), a exemplo de pipas, sacarímetro e arrolhador. Sua produção é comercializada atualmente no Espaço Camponês (ponto de venda pertencente a cooperativa), redes sociais, e nas feiras do agronegócio e da agricultura familiar, principalmente. A Figura 8 mostra as pipas de 250 litros adquiridas através do Edital nº 001/2020 da Prefeitura de Palmeira dos Índios.

**Figura 8** - Pipa adquirida pela Coopcam.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2021.

O edital 001/2020 da Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios contemplou a cooperativa Coopcam com vários equipamentos. Outro exemplo de aquisição de equipamento e melhoria da infraestrutura produtiva através deste agente de fomento foi o arrolhador, fundamental para o processo de vedação das garrafas com a cortiça. A Figura 9, exhibe o equipamento em uso na cooperativa Coopcam.

**Figura 9** - Arrolhador adquirido pela Coopcam.

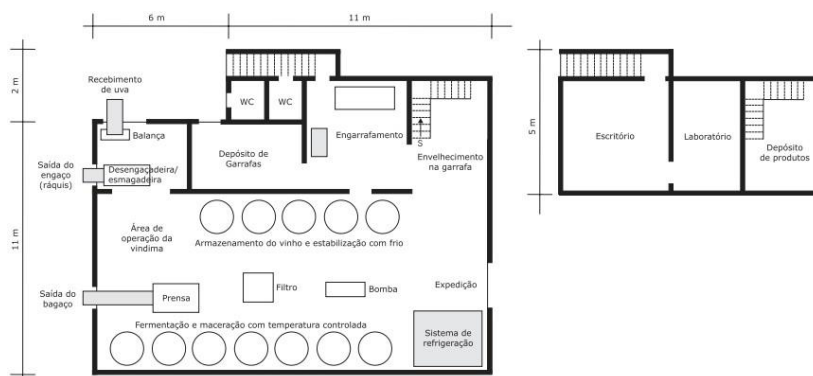


Fonte: Cooperativa Coopcam, 2021.

Equipamentos a exemplo do arrolhador da Figura 9, tem proporcionado agilidade, profissionalismo, higiene e boas práticas produtivas que evitam contaminação.

A estrutura física da agroindústria produtora do vinho (fermentado) de jaboticaba foi arquitetada para se tornar uma unidade de processamento de frutas para produção de doces, havendo a necessidade de adequações estruturais e de equipamentos para produção de bebidas. Deste modo, podemos constatar esta necessidade de adequação, comparando a planta atual da agroindústria do vinho (fermentado), com a planta da Figura 10, relatada no Manual da Embrapa Informação Tecnológica da Coleção Agroindústria Familiar, o qual orienta quanto à estrutura e equipamentos necessários para a produção de vinho tinto, visto possuir semelhança no processamento da jaboticaba para fins de produção do vinho (fermentado).

**Figura 10** - Planta baixa para produção de vinho tinto.

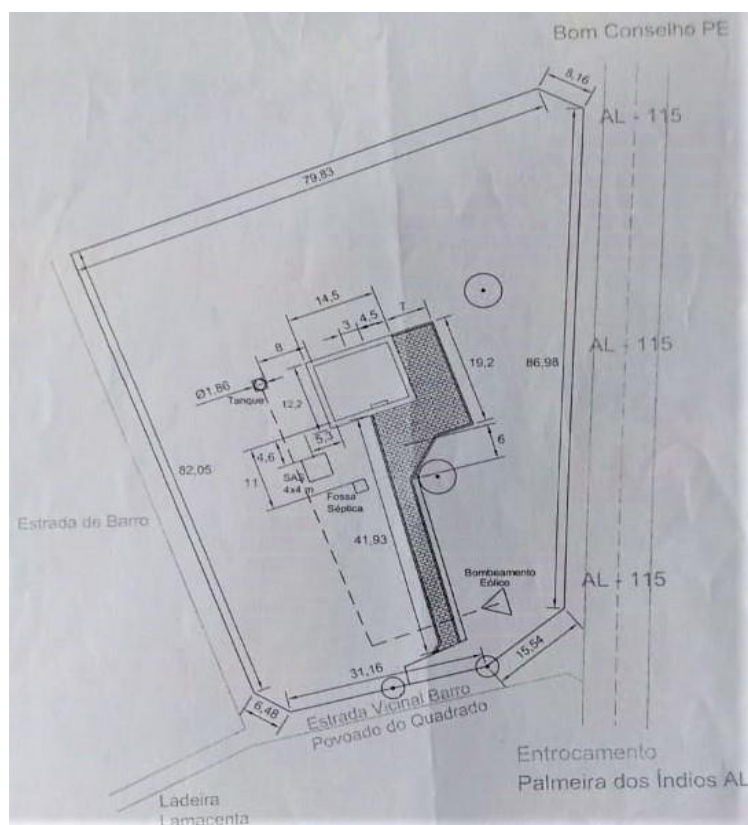


Fonte: Rizzon; Dall'Agnol, 2007.

A princípio, a planta baixa da Figura 10 pode servir de parâmetro para estruturação de uma agroindústria para produção de bebidas, mas que peculiaridades precisam ser consideradas no desenho do projeto.

A Figura 11 exibe a planta baixa atual da agroindústria produtora do vinho (fermentado), projetada para fins de processamento de frutas para a produção de doces.

**Figura 11** - Planta baixa atual da cooperativa Coopcam.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2022.

Reforma e readequações dos ambientes produtivos da Figura 11 precisam ser realizadas para tornar o ambiente próprio à produção de bebidas, em atendimento aos órgãos fiscalizadores e aos regimentos legais.

A Figura 12 exibe a imagem da estrutura física do atual prédio da agroindústria do vinho (fermentado), em registro fotográfico de novembro de 2020, na primeira visita *in loco* realizada pelo autor do estudo.

**Figura 12** - Imagem do prédio atual da agroindústria do vinho (fermentado) de jabuticaba.



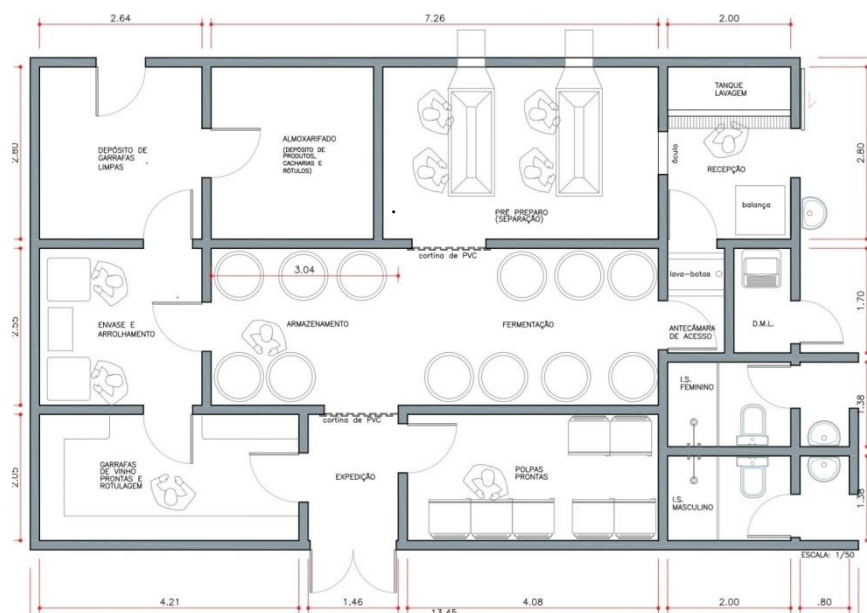
Fonte: Acervo do autor, 2020.

A Figura 12 complementa a Figura 11, com imagem externa do atual espaço físico da agroindústria do vinho (fermentado).

A necessidade de adequação do processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba aos requisitos legais, estruturais e sanitários, tende a ser solucionada com a proposta da nova estrutura física da agroindústria que está sendo apresentada aos agentes de fomento, representada na Figura 13.



**Figura 13** - Proposta da nova estrutura física da agroindústria produtora do vinho (fermentado) de jabuticaba.



Fonte: Cooperativa Coopcam, 2022

Um salto de qualidade será dado com a futura sede da agroindústria, mas o projeto demandará recursos que a Coopcam não dispõe e que dependerá de articulação com os agentes de fomento, principalmente os públicos.

A Coopcam possui identidade visual e processo em tramitação de registro da marca coletiva junto ao INPI. Conta atualmente com 45 cooperados, beneficiando cerca de 150 pessoas indiretamente com suas atividades. Diversos parceiros dão suporte e fomentam à cooperativa, dentre eles podem ser citados à Universidade Federal de Alagoas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuária, Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas, Cáritas Diocesana, Associação de Agricultores Alternativos, Movimento dos Pequenos Agricultores e Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios.

Em novembro de 2021, através da publicação da Lei nº 2.398 do município de Palmeira dos Índios, a Coopcam torna-se uma instituição de utilidade pública. Ainda, tramita na Assembleia Legislativa do Estado de Alagoas o projeto de lei para o mesmo fim. Com isso, espera-se que haja maior viabilidade de incentivos fiscais e demais ações de fomento por parte dos entes públicos à cooperativa.

Em se tratando de registro de Indicação Geográfica, e segundo o art. 14 da Portaria/INPI/PR nº 04/2022, estão aptos a requerer o referido registro “na qualidade de

substitutos processuais, a associação, o sindicato, ou qualquer outra entidade que possa atuar como tal em razão da lei”. O Caput do citado artigo não faz referência direta às cooperativas como substituto legal, a exemplo de associação e sindicato, gerando impedimento na tramitação de registros realizados por cooperativas. Mas com a publicação da Lei nº 13.806, de 10 de janeiro de 2019, que altera a Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, atribuindo às cooperativas a possibilidade de agirem como substitutas processuais de seus associados, o INPI muda seu entendimento e passa a incluir as cooperativas como requerentes ao pedido de registro de Indicação Geográfica, levando em consideração a alteração do dispositivo legal que se segue.

A cooperativa poderá ser dotada de legitimidade extraordinária autônoma concorrente para agir como substituta processual em defesa dos direitos coletivos de seus associados quando a causa de pedir versar sobre atos de interesse direto dos associados que tenham relação com as operações de mercado da cooperativa, desde que isso seja previsto em seu estatuto e haja, de forma expressa, autorização manifestada individualmente pelo associado ou por meio de assembleia geral que delibere sobre a propositura da medida judicial (BRASIL, 2019, p.1).

Ademais, no caso do substituto processual, os requisitos exigidos para fins de impetrar com pedido de registro de Indicação Geográfica são: estar estabelecido na área, ser representativo da coletividade e possuir quadro social composto por membros da cadeia produtiva.

Ante ao exposto, pode-se concluir que a Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas – COOPCAM-AL possui aptidão para requerer registro de Indicação Geográfica do vinho (fermentado) de jabuticaba na qualidade de substituto processual.

## 6 CONCLUSÃO

Mesmo com tanta riqueza cultural e diversidade brasileira, a Indicação Geográfica se tornou uma realidade nacional somente em 2002, com o registro Vale dos Vinhedos, diferentemente dos países europeus que possui registros de IG a séculos. Isso nos mostra o potencial do Brasil na descoberta de produtos/serviços que preencham os requisitos de uma Indicação Geográfica.

O vinho (fermentado) de jabuticaba produzido na Serra das Pias, município de Palmeira dos Índios, Estado de Alagoas, é um produto que remete à tradição, cultura e história desde a década de 70. Possui diversos atributos que remetem ao conceito de Indicação Geográfica, principalmente na modalidade Indicação de Procedência, mas ainda lhes faltam outros mais. É fato que o processo produtivo do vinho (fermentado) de jabuticaba vem ganhando contribuições valiosas de instituições de fomento e pesquisa, mas ainda não obteve licença e registros necessários para sua produção comercial, tendo que se manter no anonimato mercadológico. “As legislações sanitária, ambiental e trabalhista, entre outras, devem obrigatoriamente ser respeitadas para qualquer produto ou serviço assinalado pela IG” (BRASIL, 2021, p. 60).

A estrutura física da COOPCAM encontra-se em processo de adaptação para a produção do vinho (fermentado), em atendimento às exigências do órgão sanitário. Outro fator que vem sendo trabalhado é a melhoria da qualidade do produto com as intervenções das consultorias promovidas pelo SEBRAE/SEDETUR, o que inviabiliza no presente, a confecção do caderno de especificação técnica exigido para compor o processo de pedido de Indicação Geográfica.

O elemento distintivo do vinho (fermentado) não possui registro no INPI e o seu rótulo precisa de adequações ao Decreto nº 6.871, de 04 de junho de 2009, com a supressão e a inclusão de elementos na sua identificação.

Mesmo havendo relatos de sua produção na década de 70, o vinho (fermentado) só passou a ter publicidade e registros nas mídias em 2010, com o advento da COOPCAM, desconhecendo-se a existência de documentos que tenham acompanhado a sua trajetória produtiva.

Por fim, concluímos que no presente, o vinho (fermentado) de jabuticaba não tem aptidão para requerimento de pedido de IG em curto prazo, mas, suprida às carências apresentadas, o produto se mostra um promissor candidato.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, M. E. A. et al. A indicação geográfica e o paradoxo do direito de propriedade intelectual no Estado do Pará: desafios e potencialidades do território paraense. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 14, n. 2, p. 604-614, jun. 2021.

BRASIL. Lei 13.806, de 10 de janeiro de 2019. Altera a Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971, que define a Política Nacional de Cooperativismo e institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, para atribuir às cooperativas a possibilidade de agirem como substitutas processuais de seus associados. Brasília, 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13806.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2013.806%2C%20DE%2010,su bstitutas%20processuais%20de%20seus%20associados](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13806.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2013.806%2C%20DE%2010,su bstitutas%20processuais%20de%20seus%20associados). Acesso em: 5 jan. 2022.

BRASIL. Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971. Define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República [1971]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/15764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15764.htm). Acesso em: 17 jan. 2022.

BRASIL. Lei 11.326, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Brasília, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm). Acesso em: 11 fev. 2022.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula Direitos e Obrigações Relativos à Propriedade Industrial. Brasília, DF: Presidência da República, [1996]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes). Acesso em: 1 mar. 2022.

BRASIL. Lei nº 7.678, de 8 de novembro de 1988. Dispõe Sobre a Produção, Circulação e Comercialização do Vinho e Derivados da Uva e do Vinho, e dá Outras Providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1980-1988/17678.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/17678.htm). Acesso em: 12 fev. 2022.

BRASIL. Decreto n. 6.871, de 4 de junho de 2009. Regulamenta a Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, que dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas. Brasília, DF: Presidência da República [2009]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6871.htm). Acesso em: 12 jan. 2022.

BRASIL. Decreto n. 5.741, de 30 de março de 2006. Brasília, 2006. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2006/decreto/d5741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/decreto/d5741.htm). Acesso em: 19 abr. 2022.

BRASIL. Lei 8.918, de 14 de julho de 1994. Dispõe sobre a padronização, a classificação, o registro, a inspeção, a produção e a fiscalização de bebidas, autoriza a criação da Comissão Intersetorial de Bebidas e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República

[1994]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8918.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8918.htm). Acesso em: 01 fev. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Portaria 04/2022**. Brasília: Ministério da Economia, 12 jan. 2022. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT\\_INPI\\_PR\\_04\\_2022.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_04_2022.pdf). Acesso em: 20 fev. 2022.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Manual de Indicações Geográficas**. 1. ed. Brasília: Ministério da Economia, 2021.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa 34/2012**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 29 nov. 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/instrucao-normativa-no-34-de-29-de-novembro-de-2012.pdf/view>. Acesso em: 12 jan. 2022.

CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (CNA). **Publicações**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.cnabrasil.org.br/boletins/pib-do-agronegocio-alcanca-participacao-de-26-6-no-pib-brasileiro-em-2020>. Acesso em: 10 jan. 2022.

DATASEBRAE, Indicações Geográficas Brasileiras. Sistema Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/>. Acesso em: 01 dez. 2021.

ELIAS, D. Mitos e nós do agronegócio no Brasil. **Geosp**, São Paulo, v. 25, n. 2, e-182640, ago. 2021. ISSN 2179-0892.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo agro 2017 resultados definitivos**. Disponível em: [https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo\\_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html](https://censoagro2017.ibge.gov.br/templates/censo_agro/resultadosagro/estabelecimentos.html). Acesso em 02 dez. 2021.

LAMIR, D. Agricultura camponesa produz vinho de jabuticaba em Palmeira dos Índios (AL). 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/03/25/agricultura-camponesa-produz-vinho-de-jabuticaba-em-palmeira-dos-indios-al>. Acesso em: 19 de abr. 2022.

MARQUES, B. N. et al. Artefatos de couro de Ipirá: potencial de indicação geográfica no território da Bacia do Jacuípe – Bahia. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 12, n. 5, p. 1598-1611, dez. 2019.

MARQUES, H. R.; COSTA, J. O. O cooperativismo e o desenvolvimento local: um estudo da cooperativa de crédito Sicredi União MS/TO – Comitê Ação Social. **Interações**, Campo Grande, v. 22, n. 2, p. 531-541, abr./jun. 2021.

MAUÉS, A. A.; RICHARTZ, F. Indicação geográfica: mapeamento e análise sistêmica das publicações. **Cadernos de Prospecção**. Salvador, v. 14, n. 2, p. 615-632, jun. 2021.

MOVIMENTO DOS PEQUENOS AGRICULTORES (MPA). **MPA Alagoas apresenta o seu vinho de jabuticaba**. 2018. Disponível em: <https://mpabrasil.org.br/noticias/mpa-alagoas-apresenta-o-seu-vinho-de-jabuticaba/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

NEVES, M. C. R.; CASTRO, L. S.; FREITAS, C. O. O impacto das cooperativas na produção agropecuária brasileira: uma análise econométrica espacial. **RESR**, 57(4), p. 559-576, 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS (OCB). **Números do cooperativismo**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://anuario.coop.br/>. Acesso em 15 jan. 2022.

PALMEIRA DOS ÍNDIOS. Lei 2.398, de 05 de novembro de 2021. Declara utilidade pública municipal a Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas, e dá outras providências. Palmeira dos Índios: Gabinete do Prefeito, 2021.

PATIAS, J. et. al. Uma cadeia produtiva mais integrada? A utilização do hedge dinâmico na oscilação dos preços diários da cadeia produtiva da carne suína. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. 57 (4), 519-529, 2019.

PEREIRA, R. C. Jabuticaba é bom pra quê? Conheça os benefícios da nossa joia nacional. **Veja Saúde**, São Paulo, 05 janeiro 2019. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/alimentacao/jabuticaba-e-bom-pra-que-conheca-os-beneficios-da-fruta/>. Acesso em: 3 fev. 2022.

RIZZON, L. A.; DALL'AGNOL, I. Vinho tinto. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2007. 45 p.; il. – (Coleção Agroindústria Familiar).

ROCHA, J. C. G. et al. Protein beverages containing anthocyanins of jabuticaba. **Food Science and Technology**. Campinas, 39 (1): 112-119, jan-mar. 2019.

SCHMIDT, N. S.; SILVA, C. L. Pesquisa e desenvolvimento na cadeia produtiva de frangos de corte no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**. 56 (3), jul-set. 2018.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Indicações geográficas brasileiras. 2017. Disponível em: <http://https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/indicacoes-geograficas-brasileiras,8a47d106b5562510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 3 mar. 2022.

SANTOS, W. P. C. (Org.). Propriedade intelectual [Recurso eletrônico on-line] – Salvador (BA) : IFBA, 2019. 532 p. – (PROFNIT, Conceitos e aplicações de propriedade intelectual; v. 2).

SOUZA, J. E. A. **Agronegócio da apicultura**: um estudo da cadeia produtiva do mel em Alagoas. 2006. 147 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Centro de Tecnologia, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2006.

TV GAZETA. **Gazeta Rural**. Maceió: TV Gazeta, 02 mai. 2021. Programa jornalístico

VIEITES, R. L. et al. Caracterização físico-química, bioquímica e funcional da jaboticaba armazenada sob diferentes temperaturas. **Revista Brasileira de Fruticultura**. Jaboticabal, v. 33, n. 2, p. 362-375, jun. 2011.

**APÊNDICE B - REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DE MARCA COLETIVA  
COOPCAM**





**REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DE MARCA COLETIVA**

PALMEIRA DOS ÍNDIOS - ALAGOAS  
2021

## SUMÁRIO

<b>1. DADOS DO REQUERENTE .....</b>	<b>155</b>
1.1 Dados do representante legal .....	156
<b>2. QUALIFICAÇÃO DAS PARTES AUTORIZADAS A UTILIZAR A MARCA COLETIVA.....</b>	<b>157</b>
2.1. Condições de afiliação à entidade .....	157
2.2. Condições adicionais para utilização da marca. ....	157
2.2.1. Descrição das condições adicionais para utilização da marca.....	157
<b>3. CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA O USO DA MARCA COLETIVA.....</b>	<b>158</b>
3.1. Formas autorizadas para utilização da marca coletiva .....	158
3.2. Formas não autorizadas para utilização da marca coletiva.....	159
<b>4. SANÇÕES EM CASO DE USO INDEVIDO DA MARCA COLETIVA .....</b>	<b>159</b>
4.1. Descrições das sanções a serem aplicadas em uso indevido, e em quais situações as mesmas serão aplicadas .....	159
<b>5. CONDIÇÕES PARA RENÚNCIA PARCIAL OU TOTAL DOS DIREITOS RELATIVOS À MARCA COLETIVA .....</b>	<b>159</b>
<b>6 DISPOSIÇÕES FINAIS.....</b>	<b>160</b>
<b>7. LISTA DE ANEXOS AO REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA.....</b>	<b>160</b>

## 1. DADOS DO REQUERENTE

**Nome:** Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas – COOPCAM

**Tipo de entidade:** Cooperativa

**Endereço da sede:** Sítio Serra da Pias, zona rural do município de Palmeira dos Índios - AL

**CNPJ:** 14.458.284/0001-79

**Objeto social:** Visa à melhoria das condições de vida dos seus associados através das seguintes ações:

- Congregar pequenos agricultores, bem como suas iniciativas de cooperação;
- Estimular a cooperação entre os associados e entre os pequenos agricultores;
- Estimular o desenvolvimento e a defesa de suas atividades econômicas e sociais de caráter comum;
- Assessorar e, dentro do possível, coordenar o planejamento, organização e controle da produção;
- Propor linhas de produção aos associados;
- Prestar serviços com máquinas e equipamentos necessários;
- Prestar serviços de assistência técnica e Extensão Rural;
- Efetuar serviços de infraestrutura, tais como: transporte terrestre como caminhões, beneficiamento, classificação, padronização, embalagem e registro se for o caso de produtos destinados ao mercado e aos seus associados;
- Prestar serviços de locação de espaço físico para formação, alojamento, plenária e fornecimento de refeições;
- Prestar serviços de alocação de veículos;
- Realizar a venda em comum da produção agropecuária e agroindustrial, de seus associados;
- Industrializar a produção;
- Oferecer bens de consumo e insumos de produção;
- Implantar projetos de reflorestamento, de produção leiteira, de produção de energia e alimentos e de outros necessários para o desenvolvimento dos associados e da cooperativa;

- Estimular a preservação ambiental e a produção agroecológica;
- Incentivar a comercialização direta e promover feiras de produtos dos associados;
- Participar e promover campanhas de promoção de cooperativismo, da produção familiar cooperativada, da agroecologia, da agricultura camponesa, dos povos e comunidades tradicionais;
- Promover a intercooperação, especialmente com outras cooperativas em áreas de pequenos agricultores;
- Celebrar convênios e/ou firmar contratos com instituições financeiras, entidades e órgãos públicos municipais, estaduais, federais que se destinem a atender seus objetivos, tais como: crédito agrícola, seguro agrícola, abastecimento popular, combate à fome, fornecimento de alimentos para escolas, hospitais, presídios, programas governamentais, entre outros;
- Participar de licitações públicas ou quaisquer outras modalidades de concorrência visando alcançar seus objetivos e comercializar a produção de seus cooperados ou de cooperativas interligadas;
- Constituir fundos garantidores de aval para garantir acesso a crédito e seus associados, bem como intermediar, conveniar ou contratar junto a instituições financeiras, fundos públicos ou outras entidades creditícias, visando o acesso ou o repasse de créditos e financiamento na consecução dos objetivos da cooperativa.

**Local do registro:** Palmeira dos Índios-AL

**Data do registro:** 10 de junho de 2018

#### 1.1 Dados do representante legal

**Nome:** José Hélio Pereira da Silva

**Qualificação:** Presidente

**Identidade:** 2001004110239 – SESP/AL

**CPF:** 050.870.014-08

## **2. QUALIFICAÇÃO DAS PARTES AUTORIZADAS A UTILIZAR A MARCA COLETIVA**

### **2.1. Condições de afiliação à entidade**

Ser trabalhador rural ou autônomo, técnicos de áreas afins aos objetivos da cooperativa, pescadores artesanais, indígenas, quilombolas e jovens do meio rural de todo estado de Alagoas que cumprirem com os seguintes requisitos:

- Subscrever e integralizar as quotas-partes do capital nos termos do estatuto;
- Zelar pelo bom funcionamento da cooperativa;
- Cumprir com as disposições da lei, do estatuto, do regimento interno e demais resoluções tomadas pela assembleia geral, pelo conselho deliberativo e pelo conselho administrativo;
- Entregar sua produção à cooperativa e realizando com ela, na medida do possível, as demais operações que constituem seus objetivos econômicos e sociais;
- Responder subsidiariamente pelos compromissos da cooperativa até o valor do capital por ele subscrito.

### **2.2. Condições adicionais para utilização da marca**

Sim, há condições adicionais para um afiliado estar habilitado a utilizar a marca.

#### **2.2.1. Descrição das condições adicionais para utilização da marca**

O uso da marca Coopcam estará autorizado nas condições que se seguem.

#### **Cooperados**

- A todos os cooperados registrados e que tenham integralizado as quotas-partes do capital nos termos do Estatuto;
- Que tenham cumprido com as disposições da lei, do Estatuto, do regimento interno e demais resoluções tomadas pela Assembleia Geral, pelo conselho deliberativo e pelo conselho administrativo;
- Que tenham entregue sua produção à cooperativa e realizando com ela, na medida do possível, as demais operações que constituem seus objetivos econômicos e sociais.

### **3. CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA O USO DA MARCA COLETIVA**

Sim, existem condições específicas para o uso da marca coletiva, detalhadas nos campos abaixo.

#### **3.1. Formas autorizadas para utilização da marca coletiva**

- Uso da marca deverá ser realizada conforme critérios registrados no INPI e de acordo com a legislação competente;
- Os parâmetros estabelecidos no manual de identidade visual da cooperativa devem ser respeitados em todas as aplicações no uso da marca;
- A logomarca é a forma gráfica própria e exclusiva para veicular os materiais gráficos e digitais. O desenho original não pode, sob nenhuma hipótese, ser alterado, observando-se, para tanto, o uso dos originais digitais autorizados;
- As versões monocromáticas, em preto e branco, devem ser usadas em meios onde houver limitações técnicas e/ou de visibilidade;
- Quando não for possível aplicar o selo colorido por limitação de tecnologia de impressão, como em impressos a laser, jornais, fax, etc., deve-se usar preferencialmente a versão em escala cinza;
- Para integridade do selo, seu tamanho em meio impressos não seja inferior a 55,9mm de largura 16,2mm de altura para a aplicação principal;
- A família tipográfica escolhida para o conjunto da identidade visual da logomarca foi a Arial;

### 3.2. Formas não autorizadas para utilização da marca coletiva

- Uso em desconformidade com os critérios registrado no INPI e/ou em desacordo com a legislação competente;
- Que não atenda aos parâmetros estabelecidos no Manual de Identidade Visual da cooperativa;
- É vedada qualquer vinculação da marca, para fins de promoção pessoal, vinculação político-partidários e/ou religiosos;
- O uso por pessoas físicas ou jurídicas que não se enquadre como cooperados;
- Sem a devida autorização expressa da cooperativa.

## 4. SANÇÕES EM CASO DE USO INDEVIDO DA MARCA COLETIVA

Sim, serão aplicadas sanções nos casos de uso indevido da marca coletiva, detalhadas no item a seguir.

4.1. Descrições das sanções a serem aplicadas em uso indevido, e em quais situações as mesmas serão aplicadas.

### **Cooperados**

O cooperado ficará impedido do uso da marca coletiva por seis meses, e em caso de reincidência, poderá ser eliminado ou excluído pelo Conselho de Administração.

### **Pessoas físicas ou jurídicas que não se enquadre como cooperados**

Serão notificadas a fazer a correção ou retirada da mesma, e em caso de reincidência ou persistência, responderá pela infração conforme Art. 189 e 190 da Lei nº 9.279/96, e demais legislações que protegem a propriedade intelectual e industrial.

## 5. CONDIÇÕES PARA RENÚNCIA PARCIAL OU TOTAL DOS DIREITOS RELATIVOS À MARCA COLETIVA

Não serão estabelecidas neste regulamento condições para a renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva.

## **6. DISPOSIÇÕES FINAIS**

Este regulamento faz parte do processo de depósito de marca coletiva, e tem o objetivo de estabelecer parâmetros para a correta utilização da logomarca Cooperativa Mista de Produção e Comercialização Camponesa do Estado de Alagoas.

As questões não previstas neste regulamento serão decididas pelo Conselho Administrativo, de acordo com a Lei e os princípios doutrinários do cooperativismo.

## **7. LISTA DE ANEXOS AO REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA MARCA COLETIVA**

- Manual de Identidade Visual.

Palmeira dos Índios/AL, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_  
Presidente



## APÊNDICE C - PROCESSO DE REGISTRO DE MARCA COLETIVA COOPCAM



21/12/2021 850210558280  
21:49  
29409171943992750

### Pedido de Registro de Marca Coletiva (Mista)

Número do Processo: 925286168

#### Dados Gerais

**Nome:** COOPERATIVA MISTA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO  
COMPONESA DO ESTADO DE ALAGOAS

**CPF/CNPJ/Número INPI:** 14458284000179

**Endereço:** Sitio Serra das Pias

**Cidade:** Palmeira dos Indios

**Estado:** AL

**CEP:** 57600970

**Pais:** Brasil

**Natureza Jurídica:** Cooperativa assim definida em lei

**e-mail:** coopcamal@gmail.com

#### Dados do(s) requerente(s)

**Nome:** COOPERATIVA MISTA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO  
COMPONESA DO ESTADO DE ALAGOAS

**CPF/CNPJ/Número INPI:** 14458284000179

**Endereço:** Sitio Serra das Pias

**Cidade:** Palmeira dos Indios

**Estado:** AL

**CEP:** 57600970

**Pais:** Brasil

**Natureza Jurídica:** Cooperativa assim definida em lei

**e-mail:** coopcamal@gmail.com

#### Dados da Marca

**Apresentação:** Mista

**Natureza:** Coletiva

**Elemento Nominativo:** COOPCAM - COOPERATIVA MISTA DE PRODUÇÃO E  
COMERCIALIZAÇÃO CAMPONESA DO ESTADO DE ALAGOAS

**Marca possui elementos em  
idioma estrangeiro?** Não

## Imagem Digital da Marca



A eventual deformação desta imagem, com relação à constante do arquivo originalmente anexado, terá sido resultado da necessária adequação aos padrões requisitados para a publicação da marca na RPI. Assim, a imagem ao lado corresponde ao sinal que efetivamente será objeto de exame e publicação, ressalvada a hipótese de substituição da referida imagem decorrente de exigência formal.

## Especificação de Produtos ou Serviços, segundo a Classificação de NICE e listas auxiliares

Classe escolhida: NCL(11) 33

### Descrição da Especificação:

- Bebidas alcoólicas prontas
- Bebidas amargas [licor]
- Bebidas destiladas
- Licores
- Vinho
- Vinho de fruta

## Declaração de Atividade

- Em cumprimento ao disposto no art. 128 da Lei 9279/96, o(s) requerente(s) do presente pedido declara(m), sob as penas da Lei, ser(em) pessoa(s) jurídica(s) representativa(s) de coletividade e que exerce(m) atividade de forma efetiva e lícita, de modo direto ou através de empresas controladas direta ou indiretamente.

## Classificação dos Elementos Figurativos da Marca - CFE(4), segundo a Classificação de Viena

Categoria	Divisão	Seção	Descrição
1	3	6	Sol com paisagens
1	3	13	Sol com inscrições
6	1	2	Montanhas, paisagens de montanha
27	5	8	Letras ligadas a um elemento figurativo
29	1	12	Duas cores predominantes

**Classificação dos Elementos Figurativos da Marca - CFE(4), segundo a Classificação de Viena**

Categoria	Divisão	Seção	Descrição
1	3	6	Sol com paisagens
1	3	13	Sol com inscrições
6	1	2	Montanhas, paisagens de montanha
27	5	8	Letras ligadas a um elemento figurativo
29	1	12	Duas cores predominantes

**Anexos**

Descrição	Nome do Arquivo
Regulamento de utilização da marca coletiva	REGULAMENTO DE UTILIZACAO DE MARCA COLETIVA.pdf
Manual de identidade visual	MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL.pdf

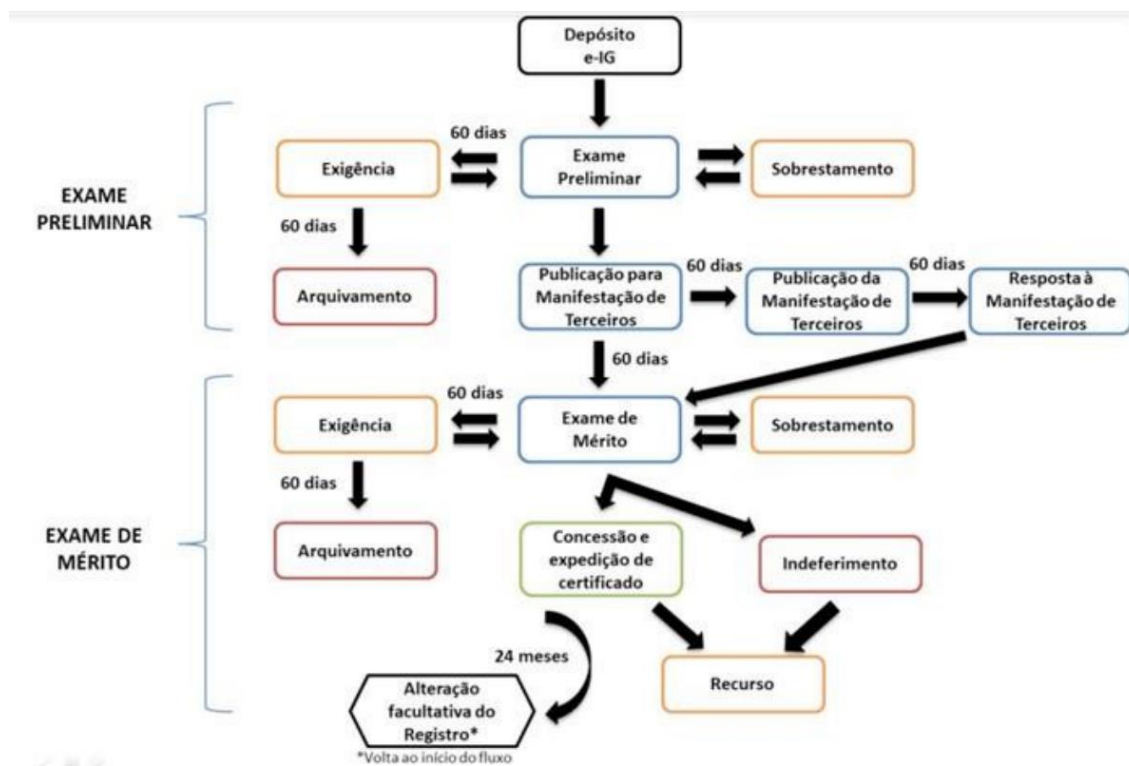
Declaro, sob as penas da lei, que todas as informações prestadas neste formulário são verdadeiras e que estou ciente de que o Regulamento de Utilização da Marca Coletiva, dispendo sobre condições e proibições de uso da marca, caso não tenha sido anexado ao presente pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido, nos termos do artigo 147 da Lei da Propriedade Industrial.

**Obrigado por acessar o e-Marcas.**

A partir de agora, o número 925286346 identificará o seu pedido junto ao INPI. Contudo, a aceitação do pedido está condicionada à confirmação do pagamento da respectiva GRU (Guia de Recolhimento da União), que deverá ter sido efetuado previamente ao envio deste formulário eletrônico, bem como ao cumprimento satisfatório de eventual exigência formal, (prevista no art. 157 da Lei 9.279/96), em até cinco dias contados do primeiro dia útil após a publicação da referida exigência na RPI (disponível em formato .pdf no portal [www.inpi.gov.br](http://www.inpi.gov.br)), sob pena do presente pedido vir a ser considerado inexistente.

 Este pedido foi enviado pelo sistema e-Marcas (Verso 4) em 21/12/2021 às 22:15

## ANEXO A - FLUXO DO PEDIDO DE REGISTRO DE IG NO INPI



Fonte: BRASIL (2022, apud TIBAU, 2020).