

Análise da cultura da cebola na região de Ituporanga-SC para o reconhecimento de indicação geográfica

Claudia STALOCH¹
Valdinho PELLIN²

RESUMO

As Indicações Geográficas (IGs) são ferramentas de proteção de produtos e serviços a partir do destaque de suas características específicas ligadas a fatores naturais e humanos. Com o passar do tempo as IGs passaram a diferenciar não apenas produtos, mas também regiões. Com isso, podem estimular o desenvolvimento regional. A partir de uma pesquisa bibliográfica e documental o artigo procurou caracterizar IGs e verificar a viabilidade do reconhecimento da cebola da região de Ituporanga (SC) com IG. Verificou-se que a região é reconhecida nacionalmente como produtora de excelência do produto o que lhe atribui notoriedade. Neste contexto, há potencialidade para reconhecimento de IG na modalidade de Indicação de Procedência (IP).

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional. Indicação Geográfica. Cultura da Cebola.

Analysis of onion culture in the Ituporanga (SC) region for the recognition of geographical indication

ABSTRACT

Geographical Indications are tools to protect products and services by highlighting their specific characteristics linked to natural and human factors. Over time the GIs have started to differentiate not only products but also regions. This can stimulate regional development. From a bibliographical and documentary research the article sought to characterize GIs and verify the viability of onion recognition in the region of Ituporanga (SC) with GI. It was verified that the region is recognized nationally as producer of excellence of the product which attributes it notoriety. In this context, there is potential for recognition of GI in the Indication of Origin (PI) modality.

Keywords: Regional Development. Geographical Indication. Onion Culture.

1 INTRODUÇÃO

O processo de globalização e seus efeitos requer uma nova visão frente ao desenvolvimento, sobretudo, uma maior atenção para as iniciativas que fortaleçam o desenvolvimento regional. Este desenvolvimento pode ser caracterizado como processo de transformação econômica, social e política, construída a partir do local e com participação ativa de seus atores, sendo imprescindível a interação

¹ Pós-graduada em Desenvolvimento Regional Sustentável no Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí (UNIDAVI).

² Graduado em Economia. Doutor em Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (PPGDR/FURB). Pesquisador do Núcleo de Políticas Públicas do PPGDR/FURB.

entre eles. Com isso, valorizam-se os recursos endógenos, aproximando a comunidade na busca pelo desenvolvimento e atribuindo “valor” a região diferenciando-a de outras regiões e utilizando essa diferenciação para o desenvolvimento econômico, social, ambiental e cultural (PELLIN, 2019).

Estimuladas pela globalização diversas mudanças socioeconômicas e culturais modificaram o padrão de consumo mundial, o que fez com que cada vez mais consumidores se interessassem pela qualidade e segurança dos alimentos³. Seguindo este contexto de evolução econômica e a importância de individualizar e diferenciar produtos, principalmente os produtos tradicionais, faz-se necessário estabelecer mecanismos de proteção que permitam regulamentar características próprias adquiridas pelos produtos em decorrência de condições climáticas particulares, solos, formas de cultivo ou fabricação, visando o fortalecimento e o desenvolvimento regional.

A partir disso, ganha destaque discussões relacionadas às Indicações Geográficas (IGs). A proteção de produtos por IGs pode ser considerada estratégia mercadológica importante para estímulo do desenvolvimento regional, sobretudo em regiões agrícolas fragilizadas economicamente. Elas podem distinguir a qualidade de um produto ao assegurar que este tem história, formas de produção próprias e boa reputação em função das características da região onde é produzido.

Com base na importância que se reveste a temática, o artigo procura discutir a cultura da cebola na região de Ituporanga (SC), no Alto Vale do Itajaí (SC) como produto em potencial para obter reconhecimento de Indicação Geográfica. O Estado de Santa Catarina abastece aproximadamente um terço do mercado consumidor, e nesse cenário a região do Alto Vale do Itajaí se destaca ao ponto do município de Ituporanga (SC) ser reconhecido como “Capital Nacional da Cebola”. O município movimenta em torno de R\$ 350 milhões por ano na economia do Estado com a produção de cebola, sendo considerado por anos o principal município produtor no país. Favorecido por estações bem definidas, temperaturas baixas e altitudes que chegam a 860 metros acima do nível do mar, concedendo ao produto sabor e qualidade diferenciada (EPAGRI, 2015).

A partir deste contexto, o artigo pretende discutir a potencialidade para reconhecimento como Indicação Geográfica da cebola produzida no Alto Vale do Itajaí, em especial no município de Ituporanga. Para tanto, apresenta os seguintes objetivos específicos: (i) caracterizar IGs enquanto estratégia de desenvolvimento regional; e (ii) identificar potencialidades para o reconhecimento do produto com IG.

Além da introdução o artigo está dividido em quatro partes. A primeira parte compreende revisão da literatura e procura apresentar breve abordagem sobre desenvolvimento regional e indicação

³ Para Pecqueur (2005) o processo de globalização por um lado estimula a padronização ou homogeneização de produtos e processos produtivos contribuindo para descaracterização cultural, mas por outro lado também fortalece discussões voltadas a importância dos produtos tradicionais, considerados diferenciados, com características específicas do território de produção.

geográfica. Na sequência, são apresentados os procedimentos metodológicos. Em seguida o artigo apresenta e discute os dados obtidos na pesquisa bibliográfica e documental para, finalmente apresentar as considerações finais.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura procura apresentar breve base teórica conceitual sobre desenvolvimento regional e indicação geográfica e, a partir disso, introduzir discussões relacionadas à potencialidade de reconhecimento da cebola da região de Ituporanga (SC) como indicação geográfica.

2.1 DESENVOLVIMENTO REGIONAL: ABORDAGEM CONCEITUAL

O desenvolvimento regional compreende o crescente esforço das sociedades locais na formulação de políticas territoriais. O que ocorre com o intuito de discutir questões que incluam alterações da composição da sociedade e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia) (VASCONCELLOS e GARCIA, 1998).

Conceitualmente, desenvolvimento regional pode ser entendido como processo de desenvolvimento socialmente equitativo e ecologicamente prudente, apoiado na democratização em todas as escalas, participação ativa da cidadania na definição de seu paradigma societário, na completa soberania dos sujeitos na escolha do seu futuro (SOUZA e THEIS, 2009).

As teorias que discorrem sobre o desenvolvimento regional, de acordo com Oliveira e Lima (2003), partem da ideia de uma força motriz, exógena que por meio de reações em cadeia influencia as demais atividades econômicas. Ao se tratar do desenvolvimento regional, deve-se ter em mente a participação da sociedade local no planejamento contínuo da ocupação do espaço e na distribuição dos frutos do processo de crescimento e servem para dar suporte às políticas econômicas que alavancam o desenvolvimento regional.

Cavalcante (2008) considera difícil definir quem foi o primeiro teórico a discorrer sobre as aglomerações como sendo um fator de atração locacional. O autor defende que Marshall, se não foi o primeiro, foi um dos mais importantes teóricos a tratar do assunto. Em sua obra trata dos ganhos de escala internos à firma, bem como se preocupa em explicar as externalidades. Acreditava o autor que muitas vezes o mais importante não era o tamanho das fábricas, mas sim, quais eram e como estavam dispostas perante a vizinhança.

Nesses preceitos, compreende-se o desenvolvimento regional como um processo de mudança social sustentada que tem como finalidade última o progresso permanente da região, da comunidade regional como um todo e de cada indivíduo residente nela (BOISIER, 1996).

2.2 A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: BREVE CARACTERIZAÇÃO

Quando buscamos produtos de qualidade única, considerando as características naturais, como o mesoclima de sua origem, e culturais como o modo de fazer e ser, sabemos exatamente de onde são provenientes. Estaremos, muito provavelmente, diante de um produto ou serviço atestado com certificado de qualidade, que afirma sua origem e garante o controle rígido de suas características únicas. Juridicamente, esses produtos são designados por uma Indicação Geográfica (MACHADO, 2012).

O assunto não é novo. Historicamente, o termo Indicação Geográfica se firmou quando alguns produtos de determinados lugares apresentavam qualidades particulares, especiais, sendo essas diferenças atribuídas as suas origens geográficas que começaram a denominá-las com o nome geográfico que indicava sua procedência (MAPA, 2010).

O interesse pela IG surgiu na Europa, há quase dois séculos. A sua origem está na França, quando produtores de vinho da região de Bordeaux e Borgogne foram convidados para serem fornecedores oficiais dos vinhos que seriam servidos em uma exposição internacional na cidade de Paris⁴. No intuito de certificar que os vinhos a serem servidos eram originários de tais regiões, os produtores criaram uma classificação que é considerada atualmente como a base das Indicações Geográficas (RODRIGUES; MENEZES, 2000).

Ainda no contexto histórico, segundo Barros (2007), existem registros mais antigos que remetem ao século IV a.C, quando IGs já eram utilizadas pelos gregos que comemoravam a qualidade dos vinhos provenientes de Corinto e Rodes. Desde essa época os homens já tinham a prática de procurar e comercializar produtos e serviços advindos de regiões com características e qualidades peculiares. Assim, começou-se a denominar os produtos, que apresentavam essa notoriedade, com o nome geográfico de sua procedência.

No Brasil a primeira IG foi concedida como Indicação de Procedência em 2002 à Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE), para os produtos vinho tinto, branco e espumante produzidos nas cidades gaúchas de Bento Gonçalves, Garibaldi e Belo Monte do Sul (FLORES, 2012).

⁴ Alguns historiadores defendem que IGs surgiram com a delimitação geográfica das regiões produtoras de vinho do Porto, em Portugal.

Atualmente a proteção às Indicações Geográficas no Brasil tem respaldo na Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96, de 14 de maio de 1996, que regulamenta as IGs em seus artigos 176 a 183 e as classifica em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO).

A Indicação de Procedência determina o território onde o produto foi produzido, sem que este esteja relacionado especificamente com fatores que diferem a sua qualidade com relação a produtos similares. No caso da IP, o que diferencia a qualidade de um produto em relação aos demais, são o modo de produção e o aspecto cultural, considerando a reputação e a notoriedade e por sua vez mais valor ao produto junto ao mercado consumidor (MAIORKI, 2014)

Já o registro de Denominação de Origem está relacionado com fatores naturais e humanos encontrados nos produtos, que devido às condições geográficas solo e clima, não poderão ser encontrados em outras regiões. Assim, a Denominação de Origem indica que um produto só poderá ser encontrado em determinada região, o que lhe confere uma característica única (MAIORKI, 2004).

O cerne da distinção entre IP e DO está na exigência desta última possuir “uma qualidade ou característica peculiar do produto ou serviço estritamente vinculada a sua origem”, enquanto para a IP basta a “notoriedade da origem geográfica de um determinado produto ou serviço”.

No Brasil, as Indicações Geográficas são consideradas marcas territoriais que reconhecem os direitos coletivos referentes aos sinais distintivos de um território. Assim, tornam-se ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios, atendendo a duas funções: agregar valor ao produto e proteger a região produtora (GURGEL, 2006).

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA (2010), uma Indicação Geográfica é considerada uma ferramenta coletiva que confere agregação de valor aos produtos e pode representar novos mercados, vantagens em marketing e servir de documento para evitar fraudes relacionadas ao aproveitamento indevido do anúncio das características peculiares associadas aos produtos ou serviços certificados.

Por fim, IGs têm sido consideradas indutoras de desenvolvimento de uma região, garantindo benefícios econômicos, agregando valor a produtos, aumento de renda dos produtores, acesso a novos mercados internos e externos, preservação dos recursos locais, do meio ambiente e da biodiversidade. O reconhecimento de uma IG pode induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e serviços complementares⁵ relacionados à valorização do patrimônio, às atividades turísticas, à diversificação de ofertas, entre outros. Assim, desperta e cria-se uma sinergia entre os agentes locais e entre o produto ou

⁵Um exemplo no Brasil e no mundo é o fortalecimento de atividades turísticas em áreas demarcadas de IG. Uma experiência clássica neste sentido no Brasil é a região do Vale dos Vinhedos no RS.

serviço da IG e outras atividades de produção ou serviço em prol do desenvolvimento local (PELLIN, 2016).

2.3 A LEGALIDADE E OS REQUISITOS PARA O RECONHECIMENTO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

A formalização do reconhecimento da Indicação Geográfica é realizada pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI. A Instrução Normativa INPI nº 095 de 28 de dezembro de 2018, estabelece as condições para este registro, para requerer o registro o ideal é que os produtores estejam organizados e estabelecidos na região delimitada para a Indicação Geográfica em questão.

As Indicações Geográficas para produtos e para os serviços apresentam algumas diferenças, tanto em termos de seu significado quanto em suas características e requisitos necessários para o seu reconhecimento. Para a obtenção de uma IG, as principais características a serem analisadas estão na sua identificação, entre Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO).

De acordo como o Guia de Indicação Geográfica (2015), depois de identificado um produto potencial, a região em questão deve ser estudada e avaliada para identificar se ela realmente poderá se tornar uma IG.

Além do estudo e da avaliação da região, uma série de etapas e características precisam ser abordadas para o reconhecimento. Um ponto fundamental é o da “notoriedade”. Segundo a legislação brasileira, para existir uma Indicação Geográfica, na modalidade de Indicação de Procedência (IP), é necessário que o produto tenha notoriedade ligada a um nome geográfico e por este meio geográfico tenha-se tornado conhecido como centro de produção fabricação ou extração de determinado produto ou prestação serviço.

A notoriedade é a fama que um produto tem em função de suas qualidades reconhecidas pelos consumidores. Assim, argumentado por Velloso *et al.* (2014), ela pode estar ligada, por exemplo, a qualidade que um produto específico de uma região possui.

No Brasil, a legislação brasileira não define um tempo que este bem deve ser notório para que tenha uma Indicação de Procedência (IP), pois o produto através de marketing, por exemplo, pode criar uma notoriedade em um curto espaço de tempo e ser aceito como uma Indicação Geográfica.

Na modalidade de Denominação de Origem (DO) a legislação brasileira não exige a obrigatoriamente da notoriedade do produto, e sim que se comprove que as qualidades ou outras características do produto ou serviço se devem ao meio geográfico. A base de uma DO está relacionada à qualidade do produto, que é única, e devida a fatores do meio onde é produzido, ou seja, jamais terá

as mesmas características se produzido em qualquer outro local, além da notoriedade do local, e também a influência de fatores naturais e humanos (BRUCH et al. 2014).

Para a Indicação de Procedência (IP), é necessário que o produto/serviço possua notoriedade, mas não necessariamente qualidade específica ligada ao território. Como exemplo é possível citar o município de Franca em São Paulo, bastante conhecido pela fabricação de calçados. A qualidade destes, no entanto, não está necessariamente ligada ao meio geográfico, pois poderia ser fabricado em outro local e apresentar qualidades muito semelhantes (CERDAN et al. 2010)

Outra etapa importante na obtenção de uma IG é o levantamento histórico, o estudo dos fatos, eventos e acontecimentos passados. Devem-se buscar informações e elementos que comprovem e identifiquem a notoriedade da região na produção de um produto ou prestação de serviço⁶. A história do local pode ser mais ampla que a história do produto em si. Trata-se de reunir não só materiais científicos, mas também a história transmitida no tempo no qual podem se misturar relatos, lendas e fatos curiosos (SILVA et al. 2010). O levantamento histórico cultural visa buscar informações e elementos comprobatórios da notoriedade da região, sendo importante o levantamento de evidências concretas deste reconhecimento. Informações em jornais, entrevistas, fotografias, livros, entre outros, podem demonstrar desde quando a região passou a ser reconhecida pela produção do produto em estudo. Este levantamento servirá de base para a elaboração de estudos mais detalhados para a delimitação da área geográfica da IG.

A área geográfica delimitada designa o espaço no qual se realiza a produção e/ou transformação do produto. Esta delimitação geográfica deve ser precisa, claramente justificada ou argumentada e considera aspectos diferenciados para indicação de procedência ou denominação de origem. Exige-se estudos específicos diferenciados e mais complexos para as denominações de origem. Somente os produtores instalados dentro da área delimitada da IG poderão concorrer à utilização do selo (INPI, 2017).

Seguindo as etapas é necessário organizar os produtores. Cerdan *et al.* (2010), destaca que o processo de implementação de uma IG é um processo coletivo (todos os produtores ou prestadores de serviço) e participativo, no qual os atores locais, produtores, transformadores da matéria prima, pessoas ligadas ao comércio, ao turismo, toda a cadeia produtiva deve ser envolvida.

Há de destacar, que cada território é diferente e possui sua própria identidade. As estratégias para o seu desenvolvimento devem ser traçadas para cada realidade, considerando as redes de atores locais, os recursos naturais, a infraestrutura existente, o capital social e econômico, a capacidade

⁶A legislação brasileira permite o reconhecimento de IG de serviços. Até este momento a única IG de serviços reconhecida no Brasil é o Porto Digital em Recife-PE.

empreendedora dos atores, as vocações e oportunidades do território entre outros. Assim, a combinação de todas essas características determinará o êxito da organização.

Além do levantamento histórico e da organização dos produtores, a caracterização do produto e a garantia de sua qualidade definem e documentam a etapa do processo de produção com o objetivo de garantir a tipicidade do produto, conforme lembra o Guia de Indicação Geográfica (2000). Todos os métodos de verificação e rastreabilidade, as características do produto, até a forma de apresentação ao consumidor devem ser descritos com detalhe. As regras aqui estabelecidas irão compor o Regulamento de Uso.

O Regulamento de Uso deve conter além de todo o processo de produção/organização, a descrição do produto e suas principais características permitindo distingui-lo de outros de mesma categoria. Deve conter a identificação dos agentes e as etapas que cada um tem no papel da produção, elaboração e comercialização do produto e/ou o impacto sobre a qualidade ou as características específicas do produto, a hierarquização da importância de cada atividade em relação à qualidade e à especificidade do produto e redação das regras e um plano de controle para todo o processo (CERDAN et al. 2010).

Por fim, além do regulamento de uso é necessário a criação de um Conselho Regulador que deverá orientar e controlar a produção, elaboração e a qualidade do produto amparado pela IG. Ter um bom conselho regulador, isto é, um órgão capaz de gerir, manter e preservar a IG regulamentada é o alicerce para um sistema de controle eficaz (MAPA, 2018).

2.4 CONTRIBUIÇÕES DAS IGS PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

As IGS, consolidadas na União Europeia, se desenvolveram de forma natural e gradativa no Brasil e, muito embora não tenham sido concebidas para promover o desenvolvimento regional, elas podem servir como ferramenta para tal. De acordo com Dullius (2009), uma das principais estratégias que elevam as potencialidades de identidade territorial com finalidade de promover ações de desenvolvimento são aquelas que se pautam pela obtenção de dispositivos de reconhecimento, no qual as IGS são as mais indicadas, apresentando-se como um meio de reconhecimento, proteção e divulgação da identidade do território e das especificidades locais.

Trata-se de instrumento de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à identidade da região. Utilizada pelos produtores como uma maneira de agregar valor e acessar novos mercados, e reputados pelos consumidores como mecanismo de garantia de qualidade (PELLIN, 2016). Pecqueur (2005) reforça que as Indicações Geográficas podem compor um modelo chamado cesta de bens e serviços. Tal modelo se caracteriza por um conjunto de bens e serviços

complementares que reforça a imagem mercadológica do local, podendo conter uma combinação de bens privados e públicos que contribuindo para elaborar a imagem e reputação de qualidade do território, sendo uma combinação interativa entre os produtores da cesta com a finalidade de internalizar a renda da qualidade territorial e valorizar da identidade territorial.

De acordo com Dullius (2009), IGs valorizam o território e constituem-se em importante estratégia de agregação de valor aos produtos locais, possibilitando maior competitividade. Além disso, por estarem pautadas nos saberes, modo de ser e de fazer local, servindo de apoio para preservação do patrimônio material e imaterial. Também representam uma importante ferramenta para o desenvolvimento territorial ao permitirem que territórios promovam seus produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas a sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos no referido território.

Para reforçar a importância de IGs no fortalecimento do desenvolvimento regional, Gollo e Castro (2008) apresentam algumas repercussões do reconhecimento de IGs na área geográfica e no contexto mercadológico:

Quadro 01 - Repercussões na Área Geográfica e no Mercado Gerados por uma IG

Repercussões na área geográfica	Repercussões de caráter mercadológico
<ul style="list-style-type: none"> • Traz satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados com a IG que corresponde a seu local de trabalho, valorizando sua propriedade. • Estimula investimentos na própria zona de produção – melhorias tecnológicas nos processos produtivos etc. • Aumenta a participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico. • Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que os mesmos são submetidos a controles de produção e de elaboração. • Contribui para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região / país. • Possibilita desenvolver atividades paralelas a produção reconhecida com IG, como por exemplo, o turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumenta o valor agregado dos produtos e/ou gera maior facilidade de colocação no mercado. Os produtos ficam menos sujeitos à concorrência com outros produtos de preço e qualidades inferiores. • 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. • Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto dentre outros, inclusive de preços inferiores. • Oportuniza mecanismos legais contra fraudes e usurpações, facilitando a ação contra o uso indevido da IG.

Fonte: Adaptado de Gollo e Castro (2009)

Por fim, Velloso (2008) lembra que, de modo geral, há de enfatizar que para o consumidor IGs podem significar durabilidade, seriedade, confiança, qualidade, familiaridade e satisfação. Para os produtores é uma forma de fidelizar os consumidores que optarem por um determinado produto único, pois criando uma relação de confiança entre o produto ou serviço e o seu comprador ou utilizador.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa está ancorada em classificação exploratório-descritiva quanto aos fins e quanto aos meios é classificada como investigação bibliográfica e documental.

Segundo Gil (1999), a pesquisa bibliográfica é aquela em que os dados são obtidos por meio de livros, artigos, revistas, jornais dentre outros. A pesquisa documental se diferencia da pesquisa bibliográfica pela natureza das fontes. Enquanto pesquisa bibliográfica se ampara nas contribuições de vários autores sobre o tema, pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam tratamento analítico. Fachin (2003), argumenta que a pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos nas obras, que tem como finalidade proporcionar a produção, coleção, armazenamento, reprodução, utilização e comunicação das informações coletadas para o desempenho da pesquisa.

A pesquisa também possuiu um caráter exploratório descritivo. De acordo com Gil (1999) de todos os tipos de pesquisas, as exploratórias, são as que apresentam maior rigidez no planejamento, envolvendo habitualmente levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudo de caso.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

A cebola é originária do Oriente Médio e de lá foi levada para os outros países. Primeiro foi a Mesopotâmia, há mais de 4.000 anos, depois o Egito. Os gregos e romanos a espalharam pela Europa, e os europeus com as grandes navegações a distribuíram pelo mundo todo.

Em Santa Catarina, como no Rio Grande do Sul, foi introduzida pelos portugueses, principalmente os açorianos. Seu cultivo na costa brasileira é conhecido desde o século XVI, mas se intensificou a partir de 1750 com a chegada dos açorianos ao litoral dos estados catarinense e gaúcho. A produção se destinava primordialmente ao consumo local e, ocasionalmente, ao abastecimento dos navios que aportavam no litoral do sul do Brasil para adquirir víveres (EPAGRI, 2017).

No Alto Vale do Itajaí (SC) a cultura foi introduzida pelos colonizadores alemães, que mantiveram contato com os descendentes de portugueses a partir de 1829, quando foi fundada a primeira colônia germânica, localizada próximo ao litoral, em São Pedro de Alcântara.

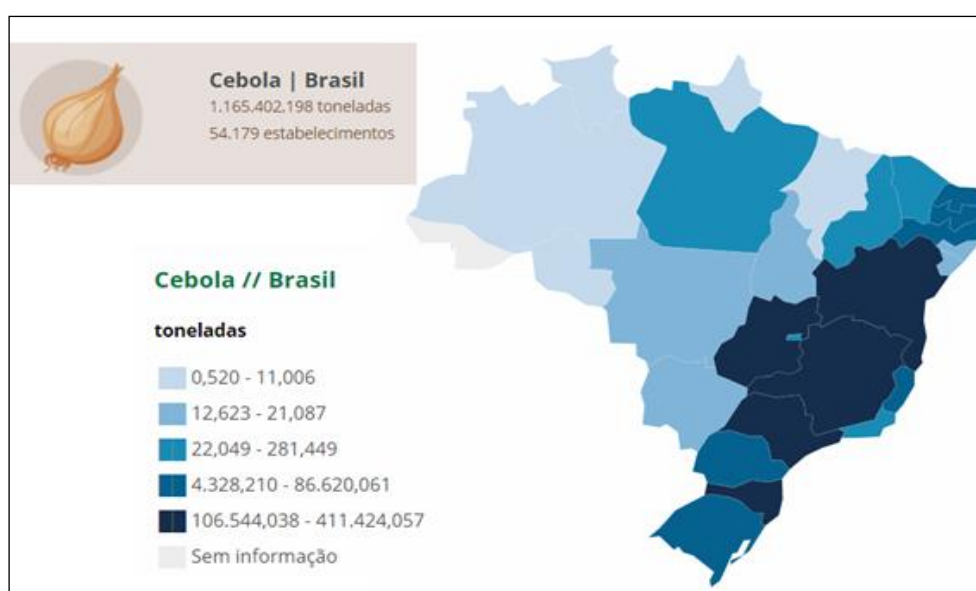
No convívio com os açorianos os alemães adotaram vários costumes e técnicas: a produção de cana-de-açúcar e a fabricação de açúcar, doces, cachaça e licores; a produção de mandioca e farinha; e muito provavelmente a técnica de cultivo de cebola. A integração cultural foi grande, pelo convívio nas comunidades, pela religião (os alemães, assim como a maioria dos açorianos, eram católicos) e pela miscigenação (EPAGRI, 2017).

A origem açoriana/alemã do cultivo de cebola na região de Ituporanga pode ser comprovada pela distribuição geográfica do cultivo no Alto Vale do Itajaí. Somente nos municípios que foram colonizados a partir da corrente migratória de São Pedro de Alcântara a cebolicultura tem importância econômica.

Nos demais municípios da região, que surgiram da expansão da colônia de Blumenau, a produção de cebola não é uma tradição. Além disso, municípios que ficam localizados entre o Vale do Itajaí do Sul e o litoral, como Angelina, Leoberto Leal e Rancho Queimado, mantem o cultivo de forma bastante tradicional, mostrando junto com Alfredo Wagner e Bom Retiro o caminho que a cebola percorreu até chegar à região de Ituporanga (EPAGRI, 2017)

Atualmente o Brasil registra em torno de 58 mil hectares totais de área plantada de cebola. A produção nacional bate a casa de 1,7 milhões de toneladas por hectare, cultivo este que envolve 180 mil agricultores familiares e gera mais de 350 mil empregos diretos e indiretos em todo Brasil. A produção nacional é responsável por abastecer 85% do mercado consumidor interno, segundo informações da Associação Nacional de Produtores de Cebola – ANACE (2018).

Figura 01 – Produção de Cebola no Brasil



Fonte: IBGE – Censo Agro/2017

4.1 O CULTIVO DA CEBOLA EM ITUPORANGA

Oficialmente, os primeiros registros do cultivo de cebola com finalidade comercial em Santa Catarina, aparecem na década de 1930. Em 1946 surge o primeiro dado estatístico informando uma produção de 2.185 t no estado, com área cultivada de 1.106 ha e rendimento médio de 1.976 kg/ha. Em Ituporanga o primeiro registro histórico foi feito pelo renomado geógrafo Peluzzo Júnior que visitou o então distrito de Bom Retiro em 1947 e que no seu texto “A Vila de Ituporanga”, relata que “as principais explorações agrícolas eram milho, feijão, suínos e cebola”.

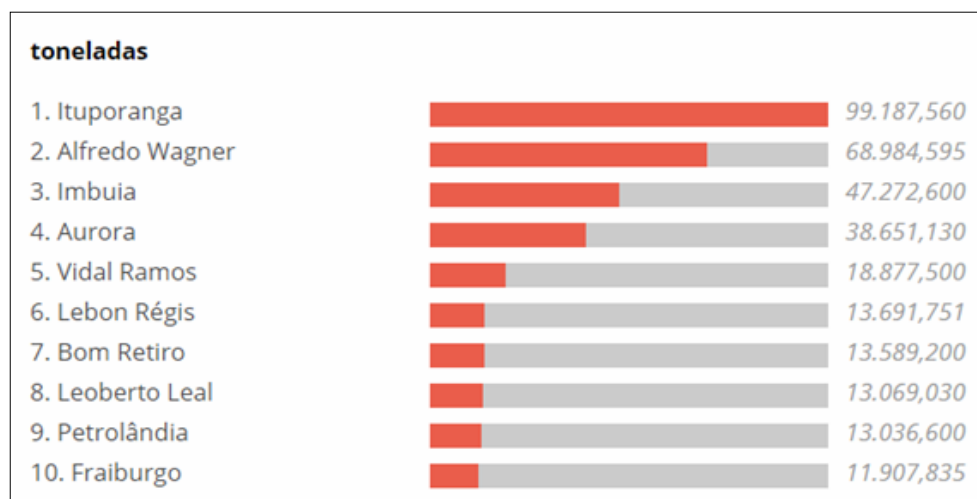
Da década de 1950 até 1970 os poucos registros, mostram que plantar cebola era uma cultura secundária na região. O cultivo de milho para a criação de suínos, o feijão e o fumo eram as atividades de maior relevância.

A partir de 1975 iniciou-se nova fase com o cultivo mais intenso em toda a região. A adoção de tecnologias, como o preparo mecanizado do solo, adubação e alguns tratamentos fitossanitários, fez com que a produtividade aumentasse, chegando a 10 t/ha na década de 80. A produção é então direcionada para os grandes centros consumidores do país e Ituporanga torna-se, nesta época, o município que mais produz cebola no Brasil, sendo declarada Capital Nacional da Cebola. Surge a Expocace em 1975 e em 1985 a Festa Nacional da Cebola.

De acordo com a Epagri (2017), outro marco importante na produção e comercialização da cebola, foi o acordo do Mercosul em 1985. O livre comércio fez com que na década de 90 as importações do produto da Argentina crescessem gradualmente e se estabilizassem neste século em torno de 200 mil toneladas/ano. Parecia o fim, mas os produtores e toda a cadeia produtiva encaram a concorrência de frente. A produtividade aumentou, atingindo 25 toneladas/ha de média, sendo que alguns produtores já ultrapassam 45 toneladas/ha. Na safra 2013/14 Santa Catarina produziu mais de 500 mil toneladas e Ituporanga mais de 120 mil toneladas.

O Estado de Santa Catarina é líder na produção nacional de cebola, e o município de Ituporanga, no Alto Vale do Itajaí, mantém há mais de 20 anos o status de maior produtor do país, favorecido pelas estações bem definidas, temperaturas baixas e altitudes que chegam a 860 metros acima do nível do mar, o que garante sabor e a qualidade ao produto (EPAGRI, 2015).

Gráfico 01 – Maiores Produtores de Cebola em Santa Catarina



Fonte: IBGE – Censo Agro/2017

O município de Ituporanga segundo o IBGE (2010) possui 22.250 habitantes. É a "capital nacional da cebola", responsável por 12% do abastecimento nacional. Ituporanga vive da atividade e movimenta em torno de R\$ 350 milhões por ano na economia do Estado. São aproximadamente 1.100 agricultores os responsáveis por essa produção, que contam, anualmente com a ajuda de aproximadamente 1.500 pessoas contratadas para plantar, colher e beneficiar as melhores cebolas do Brasil. A atividade gera, portanto, emprego e renda. Além disso, segundo especialistas, a cebola produzida em nossa região tem diversidade de tamanho, cor, casca e são conhecidas pelo sabor picante. O zelo no plantio, o manejo adequado e o clima garantem uma melhor qualidade à planta que cresce no tamanho certo para atender a preferência dos consumidores e abastecer o mercado consumidor em todo o Brasil.

4.2 Potencialidades para reconhecimento da IG da cebola da região de Ituporanga (SC)

Há certo consenso entre pesquisadores que o estado de Santa Catarina possui grande potencial para reconhecimento de IGs, principalmente em função da miscigenação de culturas estimulado pela sua colonização europeia. Um recente projeto de pesquisa coordenado por professores da Universidade do Contestado (UNC)⁷ e que contou com participação de pesquisadores de todas as regiões de Santa

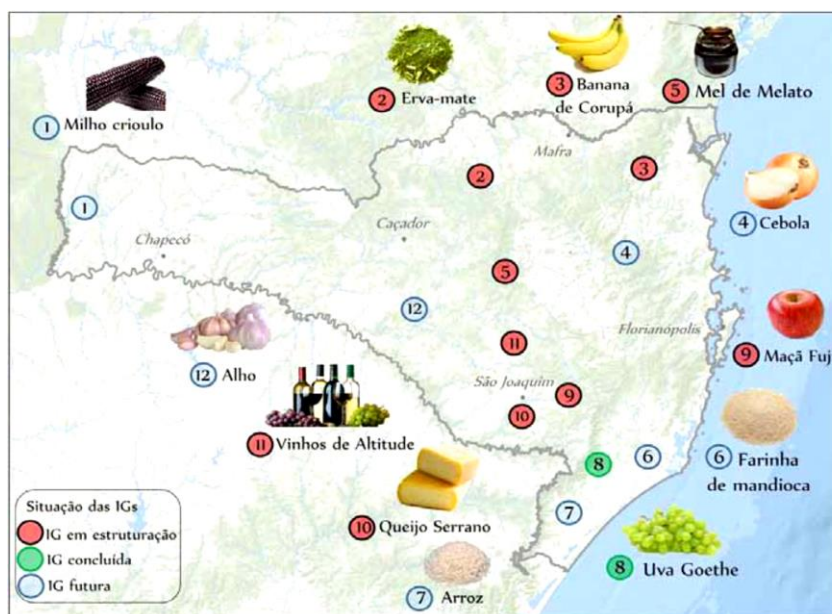
⁷ Todos os produtos com potencial para reconhecimento de IG em Santa Catarina estão destacados no artigo de Sakr et al. (2015).

Catarina, identificou pelo menos vinte e sete produtos⁸ com potencial para reconhecimento de IG no Estado, e entre estes produtos está a cebola da região de Ituporanga (SC) (PELLIN, 2016).

Entretanto, embora o estado possua potencial para reconhecimento de vários produtos com IG, Pellin e Curadi (2018) destacam pelo menos quatro fatores que podem estar obstaculizando o reconhecimento destes produtos no estado: (i) a falta de políticas públicas específicas para fortalecer discussões de IG no estado; (ii) necessidade de políticas públicas para fortalecer IGs já reconhecidas no estado; (iii) desafios para articular atores envolvidos nas discussões de IG no estado; e (iv) necessidades de linhas de financiamento específicas para reconhecimento de IGs no estado.

No entanto, mesmo com todos estes desafios, atores importantes como a Epagri tem se destacado nas discussões de IG, principalmente relacionadas a doze produtos, entre eles a cebola, como destacado na figura a seguir:

Figura 02– Produtos com potencial de IG



Fonte: Epagri (2017)

Particularmente em relação a produção de cebolas na região de Ituporanga (SC), há elementos importantes que podem justificar um possível reconhecimento do produto com IG. O principal elemento está relacionado com a notoriedade da produção na região.

⁸ No entanto, mesmo com tantos produtos em potencial início de 2019 Santa Catarina contava com apenas dois produtos reconhecidos pelo INPI: o vinho dos Vales da Uva Goethe na região de Urussanga e a banana doce da região de Corupá.

A notoriedade da região de Ituporanga (SC) como produtora de cebola é reconhecida nacionalmente, ao ponto da cidade de Ituporanga ser denominada de “Capital Nacional da Cebola”. Registros históricos demonstram que a produção de cebola ocorre na região desde 1947.

Produtores estão relativamente organizados em associações e sindicatos (o que fortalece a relação entre atores locais) e possuem apoio, em maior ou menor grau, das diretorias e secretarias municipais de agricultura e desenvolvimento econômico. Há indícios, portanto, da existência de uma governança regional em torno da produção. Além disso, segundo a Epagri, o produto possui qualidade e características importantes que podem diferencia-lo em relação a outras regiões produtoras.

Por fim, mas não menos importante, na dimensão cultural o município de Ituporanga (SC) realiza anualmente a Festa Nacional da Cebola, fortalecendo a cultura da produção local e os laços entre os produtores locais do produto. A festa está amplamente consolidada e, em 2019, ocorreu sua 25ª edição.

Estes elementos corroboram para o reconhecimento do produto como IG na modalidade de Indicação de Procedência⁹, o que poderia agregar valor ao produto e facilitar o acesso do produto a mercados exigentes promovendo emprego e renda local e contribuindo para o desenvolvimento regional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme a Embrapa (2003) o padrão de consumo e as exigências dos consumidores de classe média e alta vêm mudando, quanto à qualidade do produto e quanto a sua procedência. De uma maneira geral, os consumidores vêm manifestando interesse em conhecer a origem dos produtos, e esse interesse cresce à medida que aumenta a consciência sobre as restrições ambientais e a responsabilidade social quanto à produção e segurança alimentar. O consumidor está cada vez mais atraído por produtos singulares, pela tradição e com garantia de produção. E é neste contexto que está relacionado à importância da Indicação Geográfica no mercado competitivo e globalizado.

As Indicações Geográficas também podem colaborar com políticas que objetivam incentivar o desenvolvimento dos produtos regionais, ou seja, produtos ou serviços que possuam uma identidade local ou própria, a fim que estes sejam reconhecidos nacional e internacionalmente por serem possuidores do selo de IG, levando o reconhecimento de seu território.

⁹ Nesta modalidade, a comprovação da notoriedade da região na produção é suficiente para justificar o reconhecimento com IG.

Portanto, IGs podem ser importante ferramenta estratégica para desenvolver uma região a partir da produção de produtos diferenciados, possibilitando ampliar mercados, agregar valor ao produto, gerar mais empregos, movimentar a economia local e também preservar o “saber fazer”.

O setor ceboleiro em Estado de Santa Catarina é um dos mais importantes do país. A cultura é a principal renda da maioria das famílias no município de Ituporanga e da região e possui uma grande importância para a economia regional. Para manter-se neste mercado e continuar produzindo com qualidade, faz-se necessária uma organização eficiente por parte de todos os atores envolvidos na cadeia produtiva da cebola, visando aumentar a competitividade e se diferenciar no mercado. E é a partir deste último aspecto – o da diferenciação - que o reconhecimento do produto com IG pode ser fundamental.

Neste contexto, entende-se que há elementos presentes no cultivo da cebola da região de Ituporanga (SC) que podem justificar um possível reconhecimento do produto com IG. O principal elemento é a notoriedade. A região é conhecida nacionalmente como produtora de cebola o que justificaria seu reconhecimento na modalidade de Indicação de Procedência (IP).

O reconhecimento poderia agregar valor ao produto, facilitar o acesso a novos mercados, aumentar e melhorar a produção promovendo geração de emprego e renda e, a partir disso, estimular o desenvolvimento regional.

REFERÊNCIAS

ANACE. Associação Nacional dos Produtores de Cebola. **Cebola é fonte de renda para agricultores familiares em SC**. Brasília, 2018. Disponível em: <<http://www.anacebrasil.com.br/cebola-e-fonte-de-renda-para-agricultores-familiares-em-sc>>. Acesso em 05 maio 2019.

BARROS, Carla Eugenia Caldas. **Manual de Direito da Propriedade Intelectual**. Aracaju: Evocati, 2007.

BOISIER, S. **Modernidad y territorio. Santiago do Chile**: ILPES/CEPAL, 1996.

BRASIL. Lei nº9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Brasília, 1996. Disponível em: <http://planalto.gov.br/ccivil_03/-Leis/9279.htm>. Acesso em 03 out. 2018.

BRUCH, K. L. **Indicações Geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. 2008. Disponível em: http://nute.ufsc.br/bibliotecas/upload/indica%C3%A7%C3%B5es_geogr%C3%A1ficas_par . Acesso em: 03 nov. 2018.

CAVALCANTE, L. R. M. T. Produção Teórica em Economia Regional: uma proposta de sistematização. *Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos*. São Paulo, vol. 02, nº 1, p. 09-32, 2008.

CERDAN, C. Produtos localizados, desenvolvimento territorial e patrimônio cultural: indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In. Indicações geográficas qualidade e origem nos mercados alimentares. NIERDELE, P. A. (Org.). Porto Alegre: UFRGS. 2013.

DALLABRIDA, V. R.; MARCHESAN, J. Desenvolvimento regional na região do contestado. In. **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especialidade territorial**. DALLABRIDA, V. R. (Org.). São Paulo: LiberArs, 2013.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul**. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria/RS, 2009.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Pesquisa, desenvolvimento e inovação para o agronegócio brasileiro: cenários 2002-2012**. Brasília: Embrapa informação tecnológica, 2003.

EPAGRI. **Porque se planta tanta cebola na região?** Engenheiro Agrônomo Daniel Rogério Schmitt – Epagri/Estação Experimental de Ituporanga, SC, 2017.

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. São Paulo: Saraiva, 4 ed. 2003.

FLORES, M. A. D.; FLORES, A. **Diagnóstico do enoturismo brasileiro**. Brasília, DF: SEBRAE; Bento Gonçalves, RS: IBRAVIN, 2012.

GLASS, R. F.; CASTRO, A. M. G. **As Indicações Geográficas como estratégia mercadológica para vinhos**. Texto para discussão 35. EMBRAPA. Brasília, DF, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

GURGEL, V. Aspectos jurídicos da indicação geográfica. In: LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C. (Orgs). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2006.

Instituto Nacional da Propriedade Intelectual - INPI. Resolução nº 75 de 28 de novembro de 2000. **Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas, 2000**.

Disponível em:< http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_indicacao_geografica>. Acesso em: 03 out. 2017.

MACHADO, Alexandre Frago. **AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS**. Disponível em:<www.revistageintec.net/index.php>. Acesso em: 07 de out. 2018.

MAIORKI, Giovane José. **A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre a contribuição econômica no desenvolvimento territorial**. Dissertação de Mestrado apresentada no programa de desenvolvimento regional. Universidade do Contestado, 2014.

Disponível em: <http://www.unc.br/mestrado/editais/dissertação_final_giovane.pdf>. Acesso em: 05 de out 2018.

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Indicação Geográfica: potencial.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimentosustentavel/-indicacao-geografica/produtos-potenciais>>. Acesso em: 10 out. 2018.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários.** Brasília, 2015. Disponível em: <http://agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Producao%20Integrada/Guia_in-dicacao_geografica.pdf>. Acesso em 03 out. 2018.

OLIVEIRA, G. B.; LIMA, J. E. S. **Elementos Endógenos do Desenvolvimento Regional: considerações sobre o papel da sociedade local no processo de desenvolvimento sustentável.** Revista FAE. Curitiba, v. 6, n. 2, p. 29-37, mai/dez. 2003.

PECQUEUR, B. **O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul.** Raízes, Campina Grande, Vol. 24 n. 01 e 02, p. 10 – 22, jan/dez 2005.

PELLIN, V. **Indicações geográficas (IGs), políticas públicas e desenvolvimento territorial sustentável: uma análise a partir do processo de reconhecimento da IG para chope e cerveja artesanal da região de Blumenau (SC), em sua arena pré-decisional.** 320 f., il. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2016.

PELLIN, V. CURADI, F. C. **Potencialidades e limites das indicações geográficas (IGs) como estratégia de desenvolvimento territorial sustentável em Santa Catarina.** Revista Metropolitana de Governança Corporativa. V. 03. Nº 2, 2018.

PELLIN, V. **Indicações geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho.** Revista Interações. V.20, nº 01. Campo Grande MS. 2019.

RODRIGUES, M. A. C.; MENEZES, J. C. S. DE. **A Proteção Legal à Indicação Geográfica no Brasil.** Revista da ABPI, v. 48, n. set/out, p. 3–21, 2000.

SAKR, M. R.; ZEITHAMMER, N.; ABIB, S. W.; DALLABRIDA, V. R. Produtos com identidade territorial no Estado de Santa Catarina: potenciais para a indicação geográfica. In. In DALLABRIDA, V. R. (Org): **Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial: reflexões sobre o tema e potencialidades no Estado de Santa Catarina.** São Paulo –SP: LiberArs, 2015.

SILVA, A. L; CERDAN, C; VELLOSO, C; VITROLLES, D. **Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza.** In. **Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio - modulo II Indicação Geográfica/ministério da agricultura, pecuária e**

abastecimento. CERDAN, C. M. T; BRUCH, K.L; SILVA, A.L; PIMENTEL, L. O. (Org.). 2 ed. Brasília: MAPA, 2010.

SOUZA, C. M. M.; THEISS, I. M. **Desenvolvimento Regional:** abordagens contemporâneas. Blumenau. Edifurb. 2009.

VASCONCELLOS, Marco A.; GARCIA, Manuel E. **Fundamentos de economia.** São Paulo: Saraiva, 1998.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável:** a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC). Dissertação (Pós-Graduação em Agroecossistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina/SC, 2008.

Recebido: 08/06/2019

Aceito: 01/11/2019

Publicado: 29/11/2019