

Registro de Marcas por Entidades de Agricultura Familiar dos Territórios de Identidade Médio Rio de Contas e Sertão do São Francisco

Use of Collective Trademarks by Family Farming Entities of the Middle Rio de Contas and Sertão do São Francisco Identity Territories

Iana Alves Peixoto Corrêa¹

Núbia Moura Ribeiro¹

Wagna Piler Carvalho dos Santos¹

¹Instituto Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil

Resumo

As Marcas registradas, em especial, as Marcas Coletivas, podem proporcionar inúmeros benefícios às entidades coletivas da Agricultura Familiar que refletem na ascensão a mercados que valorizem seus produtos. O objetivo do presente artigo é identificar o registro de Marcas pelas entidades da Agricultura Familiar pertencentes a dois Territórios de Identidade Baianos. Este estudo tem características de cunho exploratório evoluindo para descritivo. Foram utilizados a abordagem qualitativa e os procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental. Os resultados obtidos apontam a subutilização do registro de Marcas – sobretudo Marcas Coletivas – por essas entidades da Agricultura Familiar. Demonstrou-se a relevância e o potencial das Marcas Coletivas como uma ferramenta que pode ser utilizada pelas organizações de Agricultura Familiar de modo a contribuir para um setor agrícola mais próspero e sustentável.

Palavras-chave: Marcas Registradas; Entidades Coletivas; Agricultura Familiar.

Abstract

Trademarks, in particular Collective Trademarks, can provide numerous benefits to collective entities in Agriculture that reflect on the rise to markets that value their products. The purpose of this article is to identify the registration of Trademarks by Family Farming entities belonging to two Territories of Identity in Bahia. This study has characteristics of an exploratory nature evolving into a descriptive one, a qualitative approach and bibliographical and documental research procedures were used. The results obtained point to the underutilization of Trademark registration – especially Collective Trademarks – by these Family Farming entities. The relevance and potential of Collective Marks as a tool that can be used by Family Farming organizations in order to contribute to a more prosperous and sustainable agricultural sector was demonstrated.

Keywords: Trademarks; Collective Entities; Family Farming.

Área Tecnológica: Propriedade Industrial. Gestão de Ativos Intangíveis.



1 Introdução

De acordo com o Manual de Marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Marcas são definidas como os sinais distintivos cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins (INPI, 2023). A Lei n. 9.279/1996 – conhecida como Lei da Propriedade Industrial (LPI) – prevê proteção para três diferentes tipos de marcas: Marcas de Produtos e Serviços, Marcas de Certificação e Marcas Coletivas (Brasil, 1996).

Neste trabalho, são estudadas as Marcas Coletivas (MCs), as quais são um importante ativo imaterial de Propriedade Intelectual, cujo objetivo é indicar aos consumidores que os produtos ou serviços assinalados pela MC são oriundos de membros de alguma coletividade e, com isso, se diferenciam de outros semelhantes ou afins, de procedência diversa (INPI, 2023).

Destarte, os membros componentes dessas entidades coletivas possuem o direito sobre esse ativo, desde que sejam cumpridas as determinações presentes no Regulamento de Utilização (RU), o qual se trata do documento que dispõe sobre as condições e proibições do seu uso e que deve ser apresentado obrigatoriamente no momento do pedido de registro da MC, conforme prevê o artigo 147 da LPI (Brasil, 1996).

Desde 2006, o Brasil estabeleceu as diretrizes relativas à Política Nacional da Agricultura Familiar, pela Lei n. 11.326, de 24 de julho de 2006 (Brasil, 2006), cuja regulamentação deu-se mais de 10 anos após a sua promulgação, por meio do Decreto n. 9.064, de 31 de maio de 2017 (Brasil, 2017). A Agricultura Familiar é, indubitavelmente, o setor de maior contribuição no que se refere ao número de estabelecimentos agropecuários, respondendo por mais de 70%, bem como com a base econômica do país, especialmente para pequenos municípios – até 20 mil habitantes (IBGE, 2017).

Dentro do contexto das entidades coletivas da Agricultura Familiar (AF), Sampaio e Luna (2021) consideram as MCs como ferramentas que proporcionam uma maior capacidade competitiva a esses grupos, agregando valor à produção agrária das famílias e assegurando uma gestão mais sustentável dos recursos ambientais.

Considerando as dificuldades de acesso a mercados para produtos da Agricultura Familiar devido às limitações na infraestrutura de logística e de grandes distâncias dos principais mercados, as MCs podem ser apontadas como estratégias de diferenciação que estimulam a organização desses grupos, possibilitando sua ascensão a mercados que valorizem seus produtos (Brasil, 2020).

A Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual (ENPI), que possui o objetivo de definir ações de longo prazo para a atuação coordenada dos órgãos e das entidades da administração pública durante o período de 2021 a 2030, traz no Objetivo 4, do Eixo 1, a ação 4.3:

Inserir Propriedade Intelectual (PI) como ferramenta para apoiar a organização e diversificação da produção agropecuária em regiões e localidades de menor desenvolvimento relativo do Brasil, contemplando ações voltadas para Indicações Geográficas, Marcas Coletivas e Cultivares (Brasil, 2021).

As MCs podem ser ferramentas importantes no desenvolvimento local, haja vista que uma coletividade que desenvolve determinada atividade econômica e que se organiza em torno da gestão de um bem comum propulsiona o desenvolvimento da região na qual se encontra inserida (Brasil, 2020; Barbosa; Regalado, 2013; Barbosa; Pereira; Regalado, 2015). A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) tem atuado de forma propositiva no sentido de tornar as MCs um instrumento concreto na promoção do desenvolvimento local (OMPI, 2023).

Dessa forma, considerando as MCs como ferramentas que podem contribuir com a sustentabilidade e o desenvolvimento rural, somadas à ENPI que visa a utilizar ativos de PI para contribuir com o fortalecimento da produção agropecuária, o objetivo deste artigo é identificar o registro de Marcas pelas entidades da Agricultura Familiar, sediadas nos municípios pertencentes ao Território de Identidade Sertão do São Francisco e Território de Identidade Médio Rio de Contas do Estado da Bahia, Brasil.

2 Metodologia

O presente estudo apresenta características de cunho exploratório evoluindo para descritivo, com abordagem qualitativa e com procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2017).

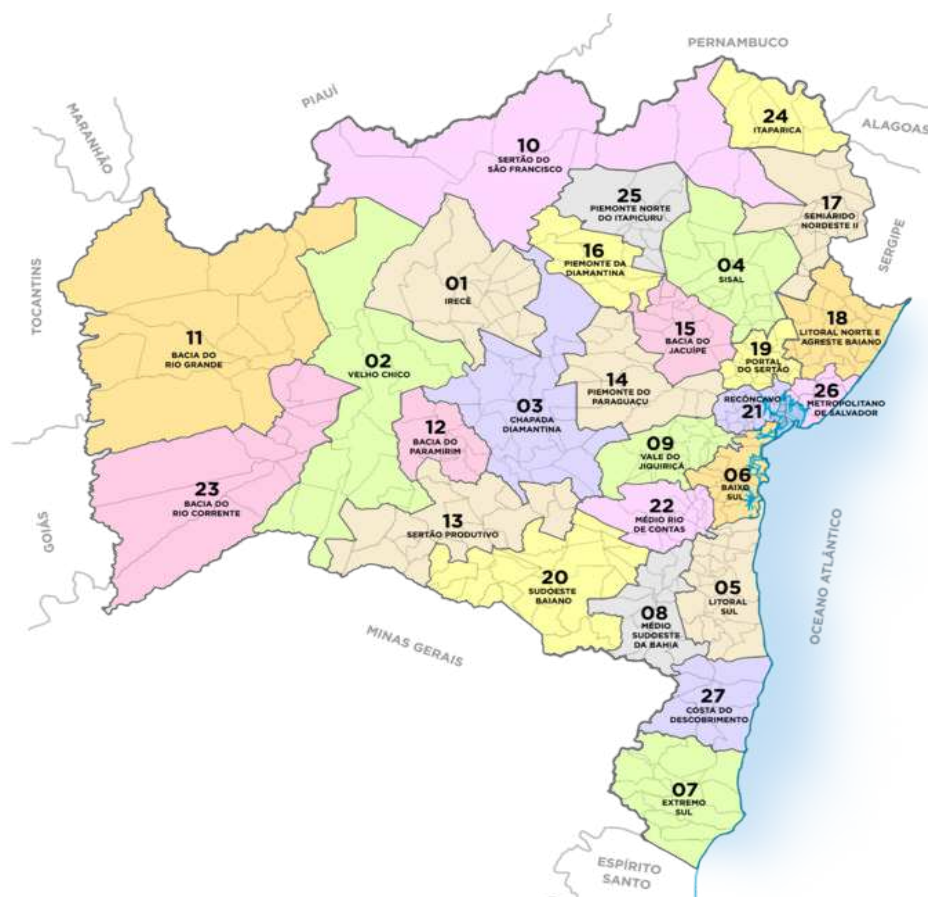
A delimitação territorial deste trabalho volta-se para dois dos 27 Territórios de Identidade (TIs) da Bahia, que foi o estado brasileiro pioneiro em promover sua política de planejamento territorial nesse formato.

A Lei Estadual n. 13.214, de 29 de dezembro de 2014, dispõe sobre os princípios, as diretrizes e os objetivos da Política de Desenvolvimento Territorial do Estado da Bahia, e conceitua Território de Identidade (TI) como:

Uma unidade de planejamento de políticas públicas do Estado da Bahia, constituído por agrupamentos identitários municipais, geralmente contíguos, formado de acordo com critérios sociais, culturais, econômicos e geográficos, reconhecido pela sua população como o espaço historicamente construído ao qual pertencem, com identidade que amplia as possibilidades de coesão social e territorial (Bahia, 2014).

Para tanto, os TIs escolhidos foram o Território de Identidade Sertão do São Francisco (TSSF) e o Território de Identidade Médio Rio das Contas (TMRC), localizados no Bioma Caatinga, porém em regiões opostas do território baiano, conforme apresentado na Figura 1, e com aspectos socioeconômicos significativamente distintos.

Figura 1 – Território Baiano dividido nos 27 Territórios de Identidade: número 10 – Território de Identidade Sertão do São Francisco; número 22 – Território de Identidade Médio Rio de Contas



Fonte: Secult-BA (2023)

Para identificar as organizações coletivas pertencentes à Agricultura Familiar do TMRC e do TSSF, foram identificadas quais as entidades que possuem Declaração de Aptidão (DAP) ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF)¹, no banco de dados da Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, (SEAD) ligada ao Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

A DAP é o documento que comprova a condição de agricultor familiar, possibilitando o acesso às políticas públicas de incentivo à produção e à geração de renda. Para acessar uma linha de crédito do Pronaf, é imprescindível a DAP, pois nela constam informações que fornecem segurança jurídica para as transações de financiamentos. A DAP será substituída gradativamente e regionalizada pelo Cadastro Nacional da Agricultura Familiar (CAF-PRONAF), cujo princípio de identificação de indivíduos da Agricultura Familiar e acesso às políticas públicas se manterão os mesmos da DAP (Brasil, 2023). Entretanto, pelo fato de o Governo Federal ter prorrogado a validade das Declarações de Aptidão ao Pronaf (DAP) até 31 de janeiro de 2024, enquanto o Cadastro da Agricultura Familiar (CAF) é implementado e aperfeiçoado (Brasil, 2022), muitas associações e cooperativas ainda não migraram para a utilização dos CAFs, sendo assim, destaca-se que, para efeito deste artigo, foram consultados apenas as DAPs Jurídicas.

¹ Esse é um programa que oferece financiamento para custeio e investimentos em implantação, ampliação ou modernização da estrutura de produção, beneficiamento, industrialização e de serviços no estabelecimento rural ou em áreas comunitárias rurais próximas, visando à geração de renda e à melhora do uso da mão de obra familiar.

A consulta da DAP foi realizada no dia 21 de julho de 2023 no banco de dados disponível no sítio eletrônico do Governo Federal, Casa Civil, Secretaria Especial da Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD), no endereço <https://smap14.mda.gov.br/extratodap/PesquisarDAP>. A busca foi feita preenchendo sequencialmente os campos ‘Pesquisa por Município’ > ‘UF (Unidade Federativa)’; e no campo ‘Município’ foram inseridos individualmente os municípios dos dois territórios baianos objetos de estudo deste artigo.

A cada consulta, era disponibilizada a relação das Associações e Cooperativas da Agricultura Familiar registradas em cada município. Para consultar a situação cadastral das DAPs de cada coletividade, foi clicado no botão ‘Ação’, gerando um arquivo com o Extrato da DAP de Pessoa Jurídica quando esta se encontrava em situação regular, ou a informação que a ‘DAP cadastrada do CNPJ encontra-se EXPIRADA’, nos casos em que não houve a renovação desse documento no prazo exigido.

Os Cadastros Nacionais de Pessoas Jurídicas (CNPJ) de cada Associação ou Cooperativa foram consultados no próprio Extrato da DAP, para aquelas que estavam com a DAP Ativa. Para as coletividades com DAP Expirada, a razão social destas foi consultada em *sites* de busca que disponibilizavam o CNPJ.

Em posse do CNPJ de cada entidade, foi consultada a existência de algum pedido de registro de marca, no dia 22 de julho de 2023, na base de dados de Marcas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial https://busca.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_titular.jsp, utilizando sequencialmente os campos ‘Titular’ e ‘CNPJ’.

Os dados foram organizados em tabelas, e, para análise, foi utilizada estatística básica, com inferências fundamentadas em dados de publicações acadêmicas.

3 Resultados e Discussão

O Território de Identidade Médio Rio de Contas (TMRC) abrange uma área de 10.034,11 km² e é constituído por 16 municípios, sendo eles: Aiquara, Apuarema, Barra do Rocha, Boa Nova, Dário Meira, Gongogi, Ibirataia, Ipiaú, Itagi, Itagibá, Itamari, Jequié, Jitaúna, Manoel Vitorino, Nova Ibiá e Ubatã (Sipac, 2023).

Segundo constam nos dados do Censo Demográfico de 2022, a população do TMRC totaliza 352.490 habitantes (IBGE, 2023a). Esse território se localiza na zona de transição entre o Bioma da Mata Atlântica e o Bioma Caatinga e apresenta paisagens contrastantes. Jequié, com 158.812 habitantes (IBGE, 2023a), é o principal polo de desenvolvimento regional e tornou-se o ponto de convergência de serviços e de comércio de mercadorias que se firmaram como uma das grandes vocações do município (Sipac, 2023). Apesar de estar localizado em um dos eixos viários mais importantes do Estado, ao redor da BR-116, o desenvolvimento socioeconômico desse território ainda se encontra aquém dos referenciais: o IDHM médio das cidades que o compõem é 0,582 – classificado como Baixo IDHM, conforme mostra a última publicação do IDH em 2010 (IBGE, 2023b), e responde como 14^a economia no *ranking* de todos os Territórios de Identidade da Bahia, com o PIB do território de aproximadamente R\$ 5,2 bilhões em 2020 (SEI, 2023).

Em relação ao Território de Identidade Sertão do São Francisco (TSSF), este é composto de 10 municípios: Campo Alegre de Lourdes, Canudos, Casa Nova, Curaçá, Juazeiro, Pilão Arcado, Remanso, Sento Sé, Sobradinho e Uauá. Sua extensão territorial é de 61.765,59 km² (Sipac, 2023).

Quanto aos aspectos socioeconômicos, o TSSF possuía em 2022, 553.098 habitantes (IBGE, 2023a), respondendo pela segunda maior economia dos TI, com o PIB do território de aproximadamente R\$ 8,8 bilhões em 2020 (SEI, 2023), sendo o IDHM médio dos seus municípios de 0,605 (classificado como Médio IDHM) (IBGE, 2023b). Inserido no Bioma Caatinga, o território foi identificado como área de grande relevância para preservação e uso sustentável da biodiversidade (Sevilla *et al.*, 2021). As principais fontes econômicas da região são a agropecuária, a indústria, os serviços e o fornecimento de energia. O município de Juazeiro, com 235.816 habitantes (IBGE, 2023a), é o centro polarizador regional e, dessa forma, atende às demandas do comércio, serviços educacionais e de saúde do território (Sipac, 2023).

Embora ambos os territórios se localizam no interior do estado, concentrados majoritariamente no Bioma Caatinga, o qual é tido no imaginário coletivo como região pobre (Teixeira, 2016), constata-se que seus aspectos socioeconômicos são significativamente distintos.

Ao consultar o cadastro de Declarações de Aptidão à Agricultura Familiar (DAPs) por Municípios, foram identificadas quantas e quais Associações/Cooperativas pertencem a cada município do território, totalizando 71 entidades coletivas no TMRC, e 156 no TSSF, conforme apresentado na Tabela 1.

Tabela 1 – Quantitativo de Entidades Coletivas da Agricultura Familiar por município do Território de Identidade Médio Rio de Contas (TMRC) e Território de Identidade Sertão do São Francisco (TSSF)

MUNICÍPIO DO TMRC	NÚMERO DE ENTIDADES COLETIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR	MUNICÍPIO DO TSSF	NÚMERO DE ENTIDADES COLETIVAS DA AGRICULTURA FAMILIAR
Aiquara	2	Campo Alegre de Lourdes	10
Apuarema	3	Canudos	4
Barra do Rocha	3	Casa Nova	57
Boa Nova	5	Curaçá	8
Dário Meira	6	Juazeiro	27
Gongogi	7	Pilão Arcado	5
Ibirataia	3	Remanso	10
Ipiaú	9	Sento Sé	11
Itagi	2	Sobradinho	16
Itagibá	4	Uauá	8
Itamari	-	-	-
Jequié	13	-	-
Jitaúna	6	-	-
Manoel Vitorino	3	-	-
Nova Ibiá	4	-	-
Ubatã	1	-	-
-	Total: 71	-	Total: 156

TMRC=Território de Identidade Médio Rio de Contas; TSSF=Território de Identidade Sertão do São Francisco.

Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo

Segundo o Censo de 2010, o total da população que reside em meio rural no TSSF corresponde a 36,1%, enquanto no TMRC é de 21,9%. Tal diferença pode explicar a razão do território TSSF possuir mais que o dobro de entidades coletivas cadastradas no TMRC (IBGE, 2023b).

No TMRC, Jequié possui o maior número de coletividades da AF. O município de Jequié constitui-se no mais importante polo econômico do Território. Já no TSSF verifica-se comportamento diferente, em razão de o município com maior número de entidades coletivas, Casa Nova (57), não ser aquele considerado polo de desenvolvimento. Nesse lugar figura o município de Juazeiro, que contribui com menos de 50% da quantidade de organizações daquele.

A partir da consulta do CNPJ das associações e das cooperativas, foi possível constatar, no banco de dados de Marcas do INPI, quais dessas entidades pertencentes aos dois TIs possuíam processos requerendo o registro de marcas. O resultado da busca é apresentado na Tabela 2, para o TMRC, e na Tabela 3, para o TSSF.

Tabela 2 – Número de Registros e/ou Solicitações de Registro de Marca das entidades coletivas do Território de Identidade Médio Rio de Contas (TMRC)

MUNICÍPIO	TITULAR	NÚMERO DO PROCESSO	DATA DO DEPÓSITO	MARCA	NATUREZA DA MARCA	SITUAÇÃO DO PEDIDO	DATA DO EVENTO
Apuarema	Cooap – Cooperativa Orgânica Agroindustrial de Apuarema	829288570	10/08/07	Bahia Dark Chocolate	Produto	Arquivado definitivamente por falta de pagamento da concessão	24/05/16
		906561990	29/07/13	Cooproaf	Serviço	Registro concedido – ativo	14/06/16
Manoel Vitorino	Cooproaf – Cooperativa de Produção e Comercialização da Agricultura Familiar do Sudoeste da Bahia	929913728	28/03/23	Imbuíra	Produto	Solicitação depositada – Aguardando Exame de Mérito	18/04/23
		929912896	28/03/23	Nego Bom de Umbu	Produto	Solicitação depositada – Aguardando Exame de Mérito	18/04/23

Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo

Conforme apresentado na Tabela 2, dos 16 municípios do TMRC, dois realizaram depósito de registro de suas marcas, ou seja, apenas 12% dos municípios do território baiano possuem organizações coletivas ligadas à AF que se apropriaram de alguma forma da proteção da propriedade intelectual, contribuindo com quatro depósitos de pedidos de registro de marca. Ressalta-se o fato de uma das entidades coletivas do município Manoel Vitorino apresentar três depósitos de registro de marca.

Tabela 3 – Número de Registros e/ou Solicitações de Registro de Marca das entidades coletivas do Território de Identidade Sertão do São Francisco (TSSF)

MUNICÍPIO	TITULAR	NÚMERO DO PROCESSO	DATA DO DEPÓSITO	MARCA	NATUREZA DA MARCA	SITUAÇÃO DO PEDIDO	DATA DO EVENTO
Curaçá	Coopof – Cooperativa Poçofofense Sabor do Sertão	925967432	10/03/22	Capribéee	Produto e/ou Serviço	Registro concedido- Ativo	02/05/23
Juazeiro	Cecaat – Central De Comercialização das Cooperativas da Caatinga	921345909	17/11/20	Caatingueira	Produto e/ou Serviço	Registro concedido- Ativo	03/11/21
Sobradinho	Coopes – Cooperativa de Produção e Comercialização dos Derivados de Peixes de Sobradinho	923044469	23/05/21	Sobradinho Pescados	Produto e/ou Serviço	Arquivado definitiva-mente por falta de pagamento da concessão	09/08/22
		930661141	02/06/23	Sobradinho Pescados	Produto e/ou Serviço	Publicação de pedido de registro para oposição	27/06/23
	Cooperativa Agroindustrial Vale do Paraíso	918132398	04/09/19	Cooperparaíso	Marca Coletiva	Arquivado definitiva-mente por falta de documento de Marca Coletiva	26/11/19
Uauá	Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curaçá	829812016	08/08/08	Coopercuc	Produto	Arquivado definitiva-mente por falta de pagamento da concessão	29/03/11
		904242838	10/11/11	Coopercuc	Marca Coletiva	Registro concedido- Ativo	04/11/14
		908983069	11/02/15	Gravetero	Produto	Solicitada a desistência de pedido de registro de marca como sendo de Produto	05/07/16
		909547939	18/06/15	Gravetero	Marca Coletiva	Arquivado definitiva-mente por falta de documento de Marca Coletiva	08/09/15
		910008671	18/09/15	Gravetero	Marca Coletiva	Registro concedido- Ativo	06/09/16
		915246066	17/08/18	Cerveja de Umbu	Produto	Pedido indeferido por expressão da marca sem suficiente forma distintiva	22/06/21

Fonte: Elaborada pelos autores deste artigo

Os resultados da Tabela 3 apontam que entidades coletivas de quatro municípios do TSSF, 36%, possuem organizações coletivas no âmbito da AF que realizaram depósitos de registros de marcas, contribuindo com 11 depósitos, destacando-se o município de Uauá, com mais de 50% dos processos de registro de marca.

Quando comparamos os dois Territórios de Identidade investigados, quanto à apropriação da propriedade intelectual, em termos da quantidade de processos referente à marca registrada de registro de marcas de serviço e/ou produto e coletivas, constata-se maior grau de apropriação do TSSF com relação ao TRMC, contribuindo este último com apenas 26,7% dos processos de registro de marcas de serviço e/ou produto e MCs.

Nota-se que são comuns os casos nos quais associações e/ou cooperativas da Agricultura Familiar comercializam seus produtos e serviços com uma identidade visual já constituída, porém sem o registro de propriedade sobre esses elementos (Brasil, 2020). Ao avaliar as informações recuperadas na busca, verifica-se a subutilização do registro de Marcas, sobretudo MCs, por essas entidades da Agricultura Familiar. Apesar de o TSSF ter um número maior de processos envolvendo o registro de Marcas em relação ao TMRC, ainda assim fica demonstrado quão aquém está a apropriação desse importante ativo por essas organizações.

Pode-se inferir algumas possíveis causas para o baixo número de depósitos e registros de marcas, como: falta de conhecimento dos produtores rurais quanto à possibilidade, aos benefícios e aos trâmites para solicitar proteção desse ativo; falta de engajamento entre as instituições promotoras desse conhecimento e as comunidades de agricultura familiar; e custo financeiro a ser investido no processo de registro, o qual pode ser inacessível para algumas comunidades. Para essa última hipótese, corrobora o dado encontrado na Tabela 1 da Cooperativa Orgânica Agroindustrial de Apuarema (COOAP) e, na Tabela 2, da Cooperativa de Produção e Comercialização dos Derivados de Peixes de Sobradinho (COOPES), cujos processos de solicitação de registro das marcas de ambas (829288570 e 923044469, respectivamente) foram arquivados definitivamente por falta de pagamento da concessão.

Nota-se, na Tabela 2, que a Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curaçá (COOPERCUC) também teve seu processo (829812016) arquivado por falta de pagamento. Entretanto, compreende-se que, nesse caso, a falta de pagamento foi estratégica, pois, logo em seguida, foi realizada outra solicitação (904242838), alterando o tipo de marca do registro requerido – dessa vez como Marca Coletiva, cujo pedido foi deferido.

Outro dado a ser destacado é quanto à natureza da marca. Analisando os 15 processos dos dois territórios, apenas quatro (26,7%) requereram o registro como MC, optando preferencialmente em solicitar a proteção das marcas com natureza de Produto e/ou Serviço (73,3%). Faria (2011) constatou que, na prática, Marcas de Produto e/ou Serviço são mais utilizadas do que Marcas Coletivas, mesmo nos casos em que a marca possui critérios de uso tipicamente coletivo.

A preferência pelo registro de Marcas de Produtos e/ou Serviços pode ser atribuída às limitações quanto à legitimidade para requerer o registro de marca que existe no caso das coletivas, em acréscimo, para aquelas não há a exigência de se juntar ao pedido o Registro de Regulamento, além de poder ser livremente transmitidas (Carvalho, 2004). Outras hipóteses podem ser levantadas para essa questão, como desconhecimento sobre a diferenciação entre os tipos de marcas, falta de visão das perspectivas futuras que o registro como MC pode alcançar ou, ainda, a estratégia adotada pela coletividade, sendo, portanto, necessários mais estudos que aprofundem o diagnóstico.

Os custos financeiros do registro são os mesmos para os dois tipos de marcas, sejam as Coletivas, sejam as de Produto ou Serviço. Cabe, então, a reflexão sobre quais as vantagens que uma entidade coletiva da Agricultura Familiar pode obter a partir do registro de sua MC. A primeira delas é a capacidade de indicar a origem da referida coletividade, o que é um atrativo para os consumidores mais exigentes que querem saber onde, como e por quem seus alimentos são produzidos. Outro considerável benefício é quanto à redução dos custos com registro e *marketing* da marca e dos riscos da implementação de uma marca própria (Brasil, 2020; Barbosa; Regalado, 2013; Barbosa; Pereira; Regalado, 2015).

A utilização do RU também é considerada uma grande vantagem, uma vez que, por ser elaborado com base na vontade da maioria, esse documento torna-se um instrumento de empoderamento dos produtores, e garante que a marca seja utilizada apenas pelos seus membros associados com base nas condições de uso e nas proibições, e seu titular não poderá ceder o seu uso, a qualquer custo, à pessoa ou à entidade que não integre formalmente à sua organização (Brasil, 2020; Barbosa; Regalado, 2013; Barbosa; Pereira; Regalado, 2015). O Quadro 1 sintetiza os benefícios que os grupos da Agricultura Familiar podem obter ao optar pelo registro de uma Marca Coletiva no lugar de Marca de Produto ou Serviço.

Quadro 1 – Benefícios do registro de uma Marca Coletiva atribuídos à organização e aos seus membros no âmbito da Agricultura Familiar

BENEFÍCIO	DESCRIÇÃO
Representação coletiva	Uma Marca Coletiva é utilizada por membros de uma organização ou grupo específico, como uma associação/cooperativa de agricultores familiares. Isso permite que os produtores se unam sob uma única marca, criando uma imagem de unidade e identidade conjunta. A Marca Coletiva pode ser usada para destacar produtos específicos produzidos por membros da Agricultura Familiar, criando uma conexão emocional com os consumidores e reforçando o valor do trabalho dos produtores locais.
Proteção e controle	Ao registrar uma Marca Coletiva, a entidade de Agricultura Familiar pode estabelecer regras e critérios para o uso da marca pelos membros participantes. Isso garante que a marca seja usada de forma consistente e de acordo com padrões de qualidade específicos. Assim, a entidade pode proteger a reputação da marca e garantir que seus produtos sejam reconhecidos como autênticos produtos de agricultura familiar.
Diferenciação no mercado	Uma Marca Coletiva pode ser usada para destacar os produtos da Agricultura Familiar em um mercado competitivo. Ao utilizar uma marca coletiva, a entidade pode enfatizar a origem local dos produtos e os métodos tradicionais de produção, que muitas vezes são valorizados pelos consumidores.
Acesso a novos mercados	As Marcas Coletivas podem propiciar a expansão do mercado consumidor, pois algumas plataformas ou varejistas podem ter preferência por produtos com identidade regional ou de origem específica. Ademais, a Marca Coletiva pode atrair a atenção de consumidores preocupados com questões sociais e ambientais, que buscam apoiar a Agricultura Familiar e produtos sustentáveis.
Fortalecimento da comunidade	O uso de uma marca coletiva pode fortalecer os laços entre os produtores da Agricultura Familiar, criando uma comunidade coesa e promovendo colaboração e cooperação entre eles.

Fonte: Elaborado pelos autores deste artigo com base em Barbosa e Regalado (2013), Brasil (2020) e Barbosa, Pereira e Regalado (2015)

A Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual (ENPI), ao contemplar as MCs como parte das ações a serem implementadas, demonstra o interesse e o incentivo do governo para a criação e o uso dessas marcas como uma ferramenta de valorização e diferenciação dos produtos

com características específicas e vínculo com determinadas regiões ou comunidades produtoras. A ENPI, formulada e implementada por órgãos governamentais, tem o propósito de impulsionar o desenvolvimento econômico, a inovação e a competitividade das regiões menos desenvolvidas do Brasil. Todavia, apesar de o fomento governamental pelo registro de MCs pelas organizações da Agricultura Familiar ser grafado na ENPI, se uma entidade coletiva decide registrar sua marca como de produto ou serviço, essa também é uma forma válida de proteção intelectual e pode fornecer benefícios específicos, como a proteção do nome comercial, a materialização da estratégia de posicionamento, a valorização da imagem no mercado, a facilitação da interpretação da informação, a garantia da qualidade, a permissão da personalização pelo caráter lúdico e a potencialização de uma relação de familiaridade (Nascimento; Gomes; Santos, 2016). A escolha entre uma ou outra dependerá dos objetivos e da estratégia específica de cada entidade coletiva.

Apesar de a relação entre MCs e os demais tipos de Marcas não ser de autoexclusão, a literatura apresenta estudos de caso sobre a utilização bem-sucedida de MCs por organizações da Agricultura Familiar. Entre eles, pode-se citar o estudo de caso da Marca Coletiva Amorango, na qual os autores demonstram os ganhos que a associação titular obteve na comercialização do seu produto e na expansão do seu mercado consumidor (Barbosa; Pereira; Regalado, 2015).

Da mesma forma, Melo e Bezerra (2023) observaram que as mulheres extrativistas da Ilha do Combú conseguiram organizar suas atividades de produção de óleo de andiroba em torno da sua Marca Coletiva própria, e, com isso, conseguiram atingir um maior grau de maturidade e crescimento.

A marca Gravetero, apresentada na Tabela 2, também pode ser citada como exemplo de Marca Coletiva que tem ampliado seu mercado consumidor nacional, expandindo sua comercialização ao mercado externo com produtos oriundos do extrativismo das plantas nativas do Bioma Caatinga (Coopercuc, 2023).

É por meio da Marca Coletiva Gravetero que a Coopercuc expressa os valores que a cooperativa adotou em relação à manutenção da sociobiodiversidade, da tipicidade, da qualidade e do destaque ao protagonismo feminino, se comunicando com consumidores que se identificam com eles (Brasil, 2020). Os resultados expressos na Tabela 2 podem sinalizar que esse foi o entendimento que a cooperativa teve quando solicitou a desistência do registro da Marca Gravetero como sendo de Produto (908983069) e a registrou posteriormente como Marca Coletiva (910008671).

Não obstante os benefícios trazidos pelas MCs às associações e cooperativas de Agricultura Familiar, na Tabela 2, nota-se que, tanto na primeira solicitação de registro da Marca Gravetero como Marca Coletiva (909547939) como na solicitação de registro da Marca Cooperparaíso (918132398), ambas tiveram seus pedidos indeferidos e arquivados pela ausência do RU. Conforme consta no parágrafo único do artigo 147 da LPI (Brasil, 1996), o pedido de registro de marca coletiva deverá ser seguido do RU, sendo possível de este ser protocolado no prazo de 60 dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido (Brasil, 1996).

De fato, uma possibilidade de incentivo ao cooperativismo, na perspectiva da inclusão das comunidades tradicionais e pequenos produtores, é o uso da MC como instrumento de agregação de valor e profissionalização. A OMPI e outros atores nacionais, como Ministério das Relações Exteriores, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e demais organizações governamentais e da

sociedade civil, têm contribuído com a sustentabilidade de projetos trazendo como resultado o desenvolvimento local (OMPI, 2023; Observatório de Marcas Coletivas, 2023).

Ao optar por registrar uma MC, é necessário que a entidade da agricultura familiar cumpra com os requisitos legais específicos para esse tipo de registro. Ademais, para viabilizar a construção do Regulamento de Utilização, é preciso que a coletividade esteja solidamente unida, uma vez que esse documento será para a marca, reflexo do compromisso compartilhado com a qualidade e os valores dos seus membros.

4 Considerações Finais

Os dados encontrados na presente pesquisa indicam a subutilização do registro de Marcas pelas entidades coletivas da Agricultura Familiar, especialmente no que diz respeito às Marcas Coletivas. Possíveis razões para essa subutilização podem ser: falta de conhecimento dos produtores rurais quanto à possibilidade, aos benefícios e aos trâmites para solicitar proteção desse ativo; falta de engajamento entre as instituições promotoras desse conhecimento e as comunidades de agricultura familiar; e o custo financeiro a ser investido no processo de registro, o qual pode ser inacessível para algumas comunidades.

Também foi evidenciado que a maior parte dos registros e solicitações de marcas foi direcionada para o registro de Marcas de Produtos e/ou Serviços (73,3%), preterindo as Marcas Coletivas (26,7%), as quais possuem um grande potencial para promover e proteger a produção conjunta das organizações de Agricultura Familiar, podendo-se conjecturar a esse respeito possíveis causas como: limitações quanto à legitimidade para requerer o registro de Marca Coletiva, exigência de se juntar ao pedido o Registro de Regulamento, o que implica a necessidade de uma relação sólida entre os membros para a construção desse documento, desconhecimento sobre a diferenciação entre os tipos de marcas, falta de visão das perspectivas futuras que o registro como MC pode alcançar, ou ainda, a estratégia adotada pela coletividade.

Os resultados encontrados nesta pesquisa ressaltam a relevância e o potencial das MCs para a Agricultura Familiar, permitindo fortalecer a identidade dessas entidades, estimular o desenvolvimento econômico local, garantir a sustentabilidade dos produtos tradicionais no mercado e propiciar a promoção dos produtos junto a consumidores que se conectam emocionalmente com os valores refletidos por essas marcas.

Ampliar e promover a conscientização sobre os benefícios do registro de Marcas, sobretudo as Coletivas, entre as entidades da Agricultura Familiar, constituem ações a serem recomendadas, refletidas, planejadas e executadas pelos diversos atores do ecossistema no qual estão inseridas as organizações coletivas rurais, com o intuito de aumentar a adesão e o empoderamento desse importante recurso de fortalecimento econômico. Ao fazer isso, espera-se que as entidades coletivas da Agricultura Familiar possam se consolidar no mercado, ganhar maior reconhecimento e competitividade e, conseqüentemente, contribuir para um setor agrícola mais próspero e sustentável.

5 Perspectivas Futuras

Os estudos realizados orientam para que se identifique em novos trabalhos, junto às titulares das marcas registradas ou solicitadas dos dois territórios, o motivo da preferência pelo tipo de registro escolhido.

São importantes também diagnósticos junto às organizações que ainda não possuem registros ou solicitações de marcas para identificar as causas da subutilização do registro de marcas e, assim, elencar ações para uma melhor apropriação desse ativo por parte dessas coletividades, podendo, posteriormente, estender esses estudos aos demais territórios da Bahia.

Pode-se também prospectar que, à medida que as Marcas Coletivas forem mais compreendidas e suas vantagens forem mais difundidas, por exemplo por meio de ações da OMPI ou do Observatório de Marcas Coletivas, tais entidades, devidamente apropriadas desse importante ativo de propriedade intelectual, consigam agregar valor a seus produtos e, com isso, melhorar o seu posicionamento no mercado.

Referências

- ALMEIDA, P. N. A.; CRUZ, M. N. Importância da agricultura familiar na agropecuária baiana: uma análise de regressão múltipla multivariada. **Revista Gestão e Secretariado (GeSec)**, São Paulo, SP, v. 14, n. 3, 2023, p. 2.912-2.937. DOI: <http://doi.org/10.7769/gesec.v14i3.1762>. Disponível em: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=0bb64fb9-119b-4feb-a37b-eb466f91ce9f%40redis>. Acesso em: 9 jun. 2023.
- BAHIA. Lei n. 13.214, de 29 de dezembro de 2014, que dispõe sobre os princípios, diretrizes e objetivos da Política de Desenvolvimento Territorial do Estado da Bahia, institui o Conselho Estadual de Desenvolvimento Territorial – CEDETER e os Colegiados Territoriais de Desenvolvimento Sustentável – CODETERs. **Diário Oficial do Estado da Bahia**, Salvador, 2014.
- BARBOSA, P. M. S.; PEREIRA, M. M. R.; REGALADO, P. F. Da teoria à prática: o caso da marca coletiva “Amorango” como estratégia de valorização da produção de morangos na região de Nova Friburgo, RJ. In: VIEIRA, A. C. P. E BRUCH, K. L. (org.). **Indicação Geográfica, Signos Coletivos e Desenvolvimento**. São Paulo: Editora IBPI, 2015. Cap. 9. p. 225-241.
- BARBOSA, P. M. S.; REGALADO, P. F. Determinação de origem, empoderamento dos produtores, redução de custos, riscos e desenvolvimento local: os múltiplos usos da marca coletiva no mercado de café. In: SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 8, 2013, Salvador. Resumo Expandido. Salvador, BA: SPCB, 2013. **Anais** [...]. Salvador, BA, 2013.
- BELLÉ, L. A.; CADORE, C. Riscos e vantagens do registro de marcas: estudo em uma empresa do agronegócio no sudoeste do Paraná. **Revista Panorâmica**, on-line, v. 27, n. 2, 2019. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/revistapanoramica/index.php/revistapanoramica/article/view/864>. Acesso em: 29 jul. 2023.
- BRASIL. **Portaria SAF/MAPA n. 174, de 28 de junho de 2022**. Altera o art. 81-A da Portaria SAF/MAPA n. 242, de 8 de novembro de 2021, que estabelece as condições e os procedimentos gerais para inscrição no Cadastro Nacional da Agricultura Familiar. Brasília, DF: Ministério da Agricultura e Pecuária, 2022.

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 1996.

BRASIL. Lei n. 11.326, de 24 de julho de 2006, que Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 2006.

BRASIL. **Decreto n. 9.064, de 31 de maio de 2017**. Dispõe sobre a Unidade Familiar de Produção Agrária, institui o Cadastro Nacional da Agricultura Familiar e regulamenta a Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, que estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e empreendimentos familiares rurais. Brasília, DF: Presidência da República, 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Guia prático: marcas coletivas para a comercialização de produtos da agricultura familiar/Secretaria de Agricultura Familiar e Cooperativismo. Brasília, DF: Mapa/AECS, 2020.

BRASIL. **Decreto n. 10.886, de 7 de dezembro de 2021**. Institui a Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual. Brasília, DF: Presidência da República, 2021.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA). **Carta de Serviços**, 23 de agosto de 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/orgaos/ministerio-do-desenvolvimento-agrario-e-agricultura-familiar/@@download.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2023.

CARVALHO, M. M. **Marcas colectivas**: breves considerações, estudos em homenagem ao Professor Doutor Manuel Henrique Mesquista. Portugal: [s.n.], 2004.

COOPERCUC – COOPERATIVA AGROPECUÁRIA FAMILIAR DE CANUDOS, UAUÁ E CURAÇÁ. **Nossa História**. [2023]. Disponível em: <https://coopercuc.com.br/nossa-historia/>. Acesso em: 9 jun. 2023.

FARIA, R. S. V. **A Marca Coletiva como ferramenta de diferenciação de Arranjos Produtivos Locais – APLs**: o Caso do Polo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região – Brasil. 2011. 156f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico publicado em 2022**: dados populacionais dos municípios pertencentes ao Território de Identidade Sertão do São Francisco e Médio Rio de Contas. 2023a. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 28 jun. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Publicação do IDHM no ano de 2010 dos municípios pertencentes ao Território de Identidade Sertão do São Francisco e Médio Rio de Contas**. 2023b. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 29 jun. 2023.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Agropecuário 2017**. Brasília, DF: IBGE, 2017. Disponível em: agricultura_familiar.pdf (ibge.gov.br). Acesso em: 28 jun. 2023.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Manual de Marcas**. 6. ed. [S.l.]: INPI, 2023. Disponível em: http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#2-O-que-%C3%A9-marca. Acesso em: 22 mar. 2023.

MELO, P. T. A.; BEZERRA, M. G. F. Desenvolvimento de Marca Coletiva para Comunidade de Mulheres Extrativista de Óleo de Andiroba da Ilha do Combú – Belém – Pará. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 16, n. 1, p. 128-143, 2023.

NASCIMENTO, R. L. L.; GOMES, I. M. A.; SANTOS, R. M. Análise custo-benefício do registro de marcas pelas pequenas e médias empresas. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 9, n. 1, 2016.

OBSERVATÓRIO DE MARCAS COLETIVAS. **Marcas coletivas**. [2023]. Disponível em: <https://marcascoletivas.com.br/>. Acesso em: 26 nov. 2023.

OMPI – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. **Marcas coletivas como um instrumento de desenvolvimento**: Brasil. [2023]. Disponível em: <https://www.wipo.int/collective-marks/pt/brazil.html>. Acesso em: 26 nov. 2023.

QUEIROZA, A. F. *et al.* Entendendo a importância do controle gerencial para a performance econômica na agricultura familiar. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, [s.l.], v. 25, 2023.

REGALADO, P. F. *et al.* Marcas coletivas: onde estamos e para onde queremos ir? In: V ENCONTRO ACADÊMICO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO, 2012, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, 2012. 1 CD-ROM.

SAMPAIO, G. M.; LUNA, W. Marca coletiva de cooperativas de agricultores familiares: Ferramenta para o desenvolvimento econômico. **Brazilian Journal of Development**, [s.l.], v. 7, n. 10, p. 101248-101262, 29 out. 2021.

SECULT-BA – SECRETARIA DE CULTURA DA BAHIA. **Divisão Territorial da Bahia**. [2023]. Disponível em: <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=314>. Acesso em: 25 jul. 2023.

SEI – SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **Territórios de Identidade**. [2023]. Disponível em: https://sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2289&Itemid=1043&lang=pt. Acesso em: 15 jul. 2023.

SEPLAN – SECRETARIA DE PLANEJAMENTO DO ESTADO DA BAHIA. **A Política Territorial do Estado da Bahia**: Histórico e Estratégias de Implementação. Bahia: Seplan, 2022. 14p.

SEVILHA, A. C. *et al.* **Projeto Bem Diverso Sustenta e Inova**: integrando conservação e uso sustentável da biodiversidade às práticas produtivas de produtos florestais não madeireiros e sistemas agroflorestais em paisagens florestais de múltiplo uso e alto valor de conservação. Brasília, DF: Projeto Bem Diverso – Embrapa/PNUD/GEF. 2021. Disponível em: <http://www.bemdiverso.org.br/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

SIPAC – SISTEMA DE INFORMAÇÕES DO PATRIMÔNIO CULTURAL DA BAHIA. **Territórios de Identidade**. 2023. Disponível em: <http://patrimonio.ipac.ba.gov.br/>. Acesso em: 20 jul. 2023.

TEIXEIRA, M. N. O sertão semiárido. Uma relação de sociedade e natureza numa dinâmica de organização social do espaço. **Revista Sociedade e Estado**, [s.l.], v. 31, n. 3, 2016.

Sobre os Autores

Iana Alves Peixoto Corrêa

E-mail: iana.peixoto02@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8784-6337>

Especialista em Fitoterapia Aplicada à Nutrição Clínica pela Faculdade Unileya e Mestranda do Programa de Pós Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PROFNIT.

Endereço profissional: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnológica da Bahia, Câmpus Jequié, Jequié, BA. CEP: 45201-767.

Núbia Moura Ribeiro

E-mail: nubia@ifba.edu.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0468-9760>

Doutora em Química pela Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ.

Endereço profissional: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnológica da Bahia, Câmpus Jequié, Jequié, BA. CEP: 45201-767.

Wagna Piler Carvalho dos Santos

E-mail: wagna.ifba@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7494-5179>

Doutora em Química pela Universidade Federal da Bahia – UFBA.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnológica da Bahia, Câmpus Salvador, Salvador, BA. CEP: 40300-010.