

## Opinião: Uso de marcas de qualidade para diferenciação de produtos



29/09/10 - 14:34

Por \*Aluísio Goulart Silva

O mercado de produtos agroalimentares vem passando por um processo de mudança em todo o mundo. Nas décadas mais recentes, é possível verificar uma forte tendência de “descomoditização” dos produtos agroalimentares, ou seja, de diferenciação dos produtos, visando a agregação de valor. Atualmente, existem vários mecanismos disponíveis que podem ser utilizados com essa finalidade.

No Brasil, as marcas de qualidade (sinais distintivos ou elementos gráficos, logotipos) vêm sendo cada vez mais utilizadas com o intuito de promover a diferenciação do produto no mercado, proporcionar confiança ao consumidor e outorgar uma garantia de conformidade de padrões de produção. Além disso, as marcas de qualidade têm sido uma importante aliada dos produtores para promover a organização das cadeias produtivas, quando utilizadas coletivamente.

Existem vários tipos de marcas de qualidade preconizados pela Lei de Propriedade Industrial. No Artigo 123 estão contempladas: as marcas de produtos ou serviços, utilizadas para diferenciar um produto e/ou serviço de outro semelhante ou afim, de origem diversa (são as marcas comerciais das próprias empresas); as marcas de certificação, que atestam a conformidade de um produto ou serviço em relação às normas ou especificações técnicas pré estabelecidos; e, as marcas coletivas, com o mesmo intuito anterior, entretanto, utilizada de forma coletiva, por uma representação legal de produtores. Este tipo de mecanismo já vem utilizado por algumas associações de produtores de vinhos e de carnes no Brasil. Outras marcas de qualidade previstas no Art. 182 dessa mesma lei são as indicações geográficas (IG), classificadas em dois tipos: a indicação de procedência (IP), que refere-se ao nome geográfico de uma determinada localidade reconhecida pela produção, extração ou fabricação de um determinado produto, ou pela prestação de dado serviço; e a denominação de origem (DO), que indica o nome geográfico relacionado ao produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

De acordo com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), organismo que regula os registros das marcas no Brasil, já contamos com oito IGs nacionais, sendo sete IPs e uma DO recentemente registrada, a única do País até o momento. As IPs são: “Região do Cerrado Mineiro”, para café; “Vale dos Vinhedos”, para vinhos tintos, brancos e espumantes; “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional”, para carne bovina e seus derivados; “Paraty”, para aguardentes tipo cachaça e composta azulada; “Vale do Submédio São Francisco”, para manga e uva de mesa; “Vale dos Sinos”, para couro acabado; e, “Pinto Bandeira”, para vinhos tintos, brancos e espumantes.

A DO foi denominada “Litoral Norte Gaúcho”, para arroz, concedida em agosto de 2010 e representa um importante marco para a história das marcas de qualidade brasileiras. Portanto, ao adquirir os produtos listados acima, com seus respectivos selos de IP ou DO, o consumidor terá a certeza de que eles são produtos de qualidade diferenciada oriundos daquelas regiões indicadas no próprio selo. Com isso, o consumidor poderá conhecer melhor o produto que está consumido, informações sobre a sua origem e como foi produzido.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e o Sebrae, nos Estados, têm fomentado as ações relativas à criação e à divulgação da proteção dessas marcas de qualidade junto aos produtores rurais e aos consumidores para que se tornem cada vez mais conhecidas e reconhecidas no mercado interno e externo.

**\*Analista da Embrapa Arroz e Feijão**