



Cerâmica Serra da Capivara: potencial de Indicação Geográfica com base na metodologia do Sebrae

Salatiel Amorim Barbosa¹

Dinani Gomes Amorim²

Vivianni Marques Leite dos Santos³

Recebido em: 01-10-2024

Aceito em: 15-02-2025

Resumo

As Indicações Geográficas (IG) são consideradas ativos da Propriedade Intelectual que diferenciam produtos ou serviços no mercado de outros similares por sua notoriedade, reputação e/ou características e qualidades inerentes à sua origem geográfica. O Brasil tem presenciado, nos últimos anos, um crescimento considerável no número dos registros de IG, despertando, assim, o interesse de regiões com produção de bens e serviços em potencial para se estruturarem para solicitar um pedido de IG. Este artigo tem como objetivo analisar o potencial de IG para os produtos da Cerâmica Serra da Capivara. Para isso, utilizou-se a metodologia do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, obtendo-se as respostas aos quesitos componentes desta metodologia. Em virtude da pontuação máxima (5) obtida em 77% dos critérios analisados; média final igual a 4,87, com destaque para evidências da reputação da Cerâmica Serra da Capivara, bem como das características ligadas à região e dos fatores naturais e humanos que incidem sobre a qualidade dos produtos, conclui-se que há potencial de Indicação Geográfica para esta produção, inicialmente na espécie Indicação de Procedência.

Palavras-chave: Indicação de procedência. Potencialidade. Produção artesanal.

Cerâmica Serra da Capivara: Geographical Indication potential based on Sebrae methodology

Abstract

Geographical Indications - GI are considered Intellectual Property assets that differentiate products or services on the market from similar ones due to their notoriety, reputation and/or characteristics and qualities inherent to their geographic origin. Brazil has seen, in recent years, considerable growth in the number of GI registrations, thus arousing the interest of regions with potential production or provision of services to structure themselves to request a GI request. This article aims to analyze the GI potential for Cerâmica Serra da Capivara products. For this, the methodology of the Brazilian Micro and Small Business Support Service - SEBRAE was used, obtaining answers to the questions that make up this methodology. Due to the maximum score (5) obtained in 77% of the analyzed criteria; final average equal to 4.87, with emphasis on evidence of the reputation of Cerâmica Serra da Capivara, as well as the characteristics linked to the region and the natural and human factors that affect the quality of the products, it is concluded that there is potential for Geographical Indication for this production, initially in the Indication of Origin species.

keywords: Indication of origin. Potentiality. Artisanal production.

1 Introdução

As Indicações Geográficas (IG) podem ser entendidas como um ativo da Propriedade Intelectual (PI) com capacidade de distinguir produtos/serviços de outros semelhantes, em função de sua origem, mediante sua notoriedade e reputação, qualidades e características

¹ Mestrando em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação na Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF).

² Doutorado em Electrónica y Computación (Universidad de Santiago de Compostela). Pós-Doutorado em Computação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

³ Doutorado em Química (UFPE). Professora da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF).

relacionadas à influência de fatores naturais ou humanos. As IG podem conferir diversos atributos a uma região, que podem, por exemplo, ser destacado dentre tantos outros: desenvolvimento regional e territorial; crescimento econômico; evidência da produção ou prestação de serviço, tornando-os notórios; e proteção contra falsificação e concorrência desleal (OMPI, 2023).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável, no Brasil, pelo cadastro, acompanhamento e fiscalização dos registros de IG. Conforme dados desse órgão, verifica-se que, no país, o número dos registros de IG vem crescendo na última década, com concessões a regiões de todo o país (INPI, 2024). Esse aumento no número de concessões de registro chama atenção daquelas regiões que têm seus produtos ou serviços reconhecidos nacional e internacionalmente para que se articulem e verifiquem a possibilidade de estruturar um pedido de IG. Isto está acontecendo, por exemplo, com os produtores da Cerâmica Serra da Capivara, como revela a motivação para o estudo descrito neste artigo.

A produção de cerâmica artesanal realizada no município de Coronel José Dias, no Piauí, ficou conhecida por suas peças utilitárias e ornamentais, em que são estampados desenhos de pinturas rupestres, representando o Parque Nacional Serra da Capivara e a história dos ancestrais daquela região. Por essa representatividade, segundo Sousa (2022), tal produção ganhou notoriedade tanto no Brasil quanto no exterior.

De acordo com Silva (2016), Maior (2020) e Sousa (2022), os produtos cerâmicos produzidos no município de Coronel José Dias conquistaram o mercado nacional e internacional, sendo comercializados no Brasil e exportados para países como França, Espanha, Estados Unidos, Itália e Alemanha. Para os autores, a comercialização desses produtos contribuiu significativamente para o crescimento econômico do município e para o desenvolvimento regional.

Conforme Sousa (2022), a fama e a reputação da cerâmica Serra da Capivara perante o mercado nacional e internacional aceleraram o crescimento de sua produção e, atualmente é a principal fonte de emprego e renda do município de Coronel José Dias. A autora complementou que a produção de cerâmica no município, além de contribuir para o desenvolvimento regional, foi responsável pela redução do êxodo rural, principalmente de jovens, para os grandes centros em busca de emprego. Essa produção, conforme dados do IBGE (2024), é responsável por mais de 20% dos empregos gerados no município de Coronel José Dias.

Tendo em vista a crescente notoriedade e reconhecimento da produção da Cerâmica Serra da Capivara, que está associada à identidade cultural e ao desenvolvimento regional, a ideia

central deste estudo busca responder se tal produção possui os requisitos exigidos que justifiquem o registro de Indicação Geográfica (IG). Diante disso, desenvolveu-se a hipótese de que os produtos cerâmicos do município de Coronel José Dias possuem elementos específicos, como técnicas de produção, características específicas das matérias-primas, tradição e identidade cultural, notoriedade e reputação dos produtos no mercado, diferenciando-os dos demais produzidos em outras regiões e tornando-os aptos a receber proteção por IG.

Dessa forma, o presente artigo tem o objetivo de analisar o potencial de Indicação Geográfica (IG) dessa produção, além de identificar em qual modalidade há possibilidade de pedido registro, se Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO).

2 Referencial teórico

A ideia de referir-se a um produto em razão de sua origem é um fato que existia desde a antiguidade. Bertozzi (1995) destacou que, na Grécia Antiga, por volta do século IV a.C, por exemplo, algumas regiões se destacavam por terem produções específicas e conhecidas por todo o mundo, e os produtos levavam o nome dos locais em que eram produzidos. Exemplo disso são os “vinhos de Corinto”, “amêndoas de Naxos”, “mel da Sicília” e “mármore de Paros”. O autor destaca ainda que não só na Grécia, mas também o Império Romano se destacou pelos produtos que se tornaram conhecidos em razão de seu local de fabricação ou extração, como as “tâmaras do Egito”, o “presunto de Gália”, as “ostras de Brindisi” e o “mármore de Carrara”.

Assim como o reconhecimento de um produto em função de sua procedência é algo que se faz presente desde a História Antiga, a falsificação de produtos quanto à indicação de origem também surgiu há muitos anos (PEREIRA, 1996). Segundo o mesmo autor, a visibilidade e conquista de mercado foram suficientes para o surgimento de falsificações de produtos. Como exemplo, ele discorreu sobre o vinho produzido na região do Douro, conhecido como vinho do Porto, para o qual, em 1756, o Rei D. José e o futuro Marquês de Pombal, Sebastião José de Carvalho e Melo, publicaram o Alvará de Instituição da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro em defesa da reputação da produção.

Para promover harmonização internacional da legislação, no que se refere à IG, foram elaborados documentos em diversos tratados internacionais. Como exemplo, pode-se citar a ata elaborada a partir da Convenção da União de Paris (CUP), de 1883, que, entre outros fins, combatia a comercialização e/ou exportação de produtos que se utilizavam falsas denominações de procedência (Brasil, 1992), e o Acordo de Madri, de 1891, que segundo Cunha (2011), versava

sobre as falsas indicações de procedência e contra as indicações de procedência enganosas. Por fim, destaca-se o Acordo de Lisboa, de 1958, e o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS). Para Cunha (2011), o acordo de Lisboa versa sobre a proteção às DO, ao passo que o TRIPS não só reprime as falsificações quanto à procedência, como também amplia as discussões do Acordo de Madri e incentiva os pedidos de registros de IG, minimizando diferenças entre os conceitos adotados pelos países signatários.

Segundo Kakuta 2006, as primeiras IG foram registradas na França, por volta de 1935, e, a partir dessa data, houve um grande crescimento desses registros, principalmente nos países europeus e asiáticos. Mesmo o Brasil tendo sido signatário de tratados internacionais a que se referem os decretos 635/92 (promulgação da CUP) e 1355/94 (promulgação do acordo TRIPS), foi apenas em 1996 que as IG começaram a ser citadas na legislação brasileira, com a promulgação da Lei de Propriedade Industrial - Lei 9.279, de 14 de maio de 1996 (Brasil, 1992; 1994; 1996).

No artigo 176 da Lei nº 9279/96, “Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem”. Na sequência, no artigo 177, é mencionado que a IP se refere ao nome geográfico de uma região que tenha se tornado conhecida como um centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. O artigo 178, por sua vez, contém a definição de DO como sendo a designação que pode ser atribuída a produtos ou serviços cujas qualidades ou características se devam essencialmente à sua origem geográfica, incluindo os fatores naturais e humanos (Brasil, 1996).

Logo após a promulgação da Lei supracitada, alguns produtores já começaram a se articular para solicitar registro de IG para seus produtos. De acordo com dados do INPI (2024), os primeiros registros de IG foram solicitados a partir de 1997, e a primeira concessão foi a uma IG internacional em 1999: a DO Região dos Vinhos Verdes, de Portugal. Já no âmbito nacional, a primeira solicitação de IG foi de uma DO denominada Cerrado, para a produção de café, em 1998. No entanto, devido a inconsistência na documentação, o pedido foi arquivado.

O primeiro registro de uma IG nacional ocorreu no ano de 2002, quando foi reconhecida a IP Vale dos Vinhedos, para a produção de vinhos tinto, brancos e espumantes na região do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul (INPI, 2024). Desde a concessão desse registro até julho de 2024, observou-se um crescimento nos registros de IG no Brasil. Até julho de 2024, o número de IG estava assim distribuído: um total de 125 IG, sendo 88 IP, 37 DO (dessas, 10 são de IG internacionais). Ao Analisar os 115 registros de IG nacionais, 93 registros (80%) são de produtos

agroalimentares e 22 registros (20%) são de produtos não agroalimentares, como pode ser verificado na tabela 1.

Tabela 1 – Produtos/serviços objetos das IG no Brasil

PRODUTOS AGROALIMENTARES	
Produto/objeto da IG	Quantidade
Cafés	16
Frutas - exceto cacau	16
Vinhos	12
Produtos de abelhas	7
Laticínios	5
Bebidas alcoólicas exceto vinho	5
Cacaos/chocolates	5
Doçaria	5
Carnes e embutidos	5
Pescados e frutos do mar	4
Ervas	3
Farináceos	3
Condimentos	2
Raízes e tubérculos	2
Prato típico	1
Bebidas não alcoólicas	1
Grãos e cereais	1
PRODUTOS/SERVIÇOS NÃO AGROALIMENTARES	
Artesanatos	13
Rochas ornamentais	5
Calçados	2
Couros	1
Serviços	1

Fonte: INPI (2024).

As IG, segundo Vieira e Pellim (2015), vêm sendo propulsoras do desenvolvimento regional e favorecem o turismo. Os autores frisaram que o interesse dos turistas em visitar tais regiões apresenta vários aspectos positivos: fomenta a economia local e leva além dos limites da delimitação geográfica da IG o conhecimento sobre os produtos ali produzidos ou serviços prestados.

Além de impulsionar a economia local, as IG têm o potencial de agregar valor cultural em virtude da história, crenças e tradições, valorizando os saberes tradicionais quando os produtos são provenientes do artesanato. Entende-se por artesanato a atividade que, utilizando técnicas

artesanais, transforma matérias-primas em produtos acabados e que expresse o valor cultural, artístico e histórico, valendo-se da criatividade, habilidade e qualidade (Brasil, 2018).

As IG de produtos artesanais no Brasil surgiram em um período em que se buscava o desenvolvimento de determinada região por meio do impulsionamento do turismo e valorização cultural e tradicional do local. Nesse sentido, Silva e Rodrigues (2017) destacaram que a Região do Jalapão, no Estado do Tocantins, obteve o primeiro registro de IG de artesanato em 2011. Conforme dados do INPI (2024), até julho de 2024, foram registrados outras 12 IG de produtos artesanais no Brasil.

No Piauí, por exemplo, encontra-se um dos casos destas IG de produtos artesanais. Trata-se da IG Pedro II, um registro reconhecido à produção de joias artesanais de opala, no município de Pedro II, conhecido como Terra da opala. Sousa e Santos (2020) enfatizaram que a cidade de Pedro II vem se destacando desde meados do século XX pela produção de joias artesanais de opala, e, para garantir uma produção mais ordenada, de forma a evitar a falsificação dos produtos, registrou-se a IG. Os autores destacaram ainda os pontos positivos pós-registro para a região, que, entre outros, houve aumento da renda mensal das famílias produtoras, crescimento da demanda pelos produtos e aumento no fluxo de turismo na cidade.

Dentre os diversos produtos que vêm ganhando visibilidade por suas qualidades, destacam-se os produtos cerâmicos da Serra da Capivara (Maior, 2020), que motivaram a análise do potencial de registro de IG para tais produtos, nas modalidades IP ou DO, foco deste estudo.

3 Material e métodos

Quanto aos objetivos, esta pesquisa é classificada como exploratória e descritiva (Gil, 2019), isto porque aborda o tema de forma aprofundada, visando à identificação do estado da arte e sua descrição, como requisito para tomada de decisão, que neste caso refere-se ao potencial de IG para os produtos cerâmicos da Serra da Capivara.

Para obter informações sobre a produção de cerâmica, recorreu-se por meio da análise bibliográfica, a documentos publicados em plataformas científicas e acadêmicas, como Trabalhos de Conclusão de Curso e artigos que contam a história da Cerâmica Serra da Capivara e/ou evidenciam a contribuição da produção de cerâmica para o desenvolvimento regional (Martins 2011; Silva 2016; Maior 2020; Sousa 2022; Barbosa, Santos e Amorim, 2024). As informações contidas nesses estudos foram complementadas por dados disponibilizados em reportagens exibidas na plataforma do Globo Play (Globo Play, 2020; 2022). Já a análise documental foi

realizada mediante a observação de documentos legislativos como, por exemplo, a Lei nº 9.279/96; a portaria nº 4/2022 do INPI (Brasil, 1996; 2022) e a metodologia do Sebrae (SEBRAE, 2022) que deram subsídios aos estudos sobre potencial de registro de IG.

Este artigo contém resultado parcial de uma pesquisa que está sendo desenvolvida tendo a Cerâmica Serra da Capivara como campo de estudo, sob o registro CAAE 76700923.6.0000.0282 do Conselho de Ética, com o parecer de aprovação nº 6.640.722. Este resultado foi utilizado para complementar as informações requeridas pelo questionário desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae em parceria com o Instituto de Inovação e Tecnologias Sustentáveis - INOVATES, conhecido como Metodologia para Indicação de Potenciais de Indicações Geográficas Brasileiras, na versão de 2020 (SEBRAE, 2020).

Empregou-se a metodologia do Sebrae, a qual é baseada em um questionário composto por 30 questões, estruturado em dois blocos. O primeiro bloco contém dois quesitos (Quadro 1), nomeado "Questões Críticas", devido ao fato de serem determinantes/requisitos para continuidade da avaliação. Por conseguinte, o segundo bloco é composto pelos quesitos nomeados "Questões Estruturais", abrangendo os demais 28 quesitos (Quadro 2), cujas respostas fornecem subsídios para que o analista/avaliador conclua acerca do potencial de IG (SEBRAE, 2020).

Quadro 1 - Quesitos componentes do primeiro bloco

QUESITO	CARACTERÍSTICA DA PRODUÇÃO
1	Existem evidências históricas e de mercado que são capazes de comprovar que o nome geográfico analisado é reconhecido pelos consumidores como centro produtor, extrator ou fabricante de determinado produto?
2	Existem evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características do produto como o meio geográfico analisado, incluindo os fatores naturais, relacionados ao meio ambiente, e os fatores humanos, relacionados ao saber-fazer e às tecnologias utilizadas pelos produtores?

Fonte: SEBRAE (2020).

Os 28 quesitos do segundo bloco estão divididos em 9 critérios, quesitos 3 a 30 (Quadro 2), cujo objetivo geral é avaliar a situação da produção e de seus atores para uma possível estruturação do pedido de IG. Tais quesitos estão distribuídos entre os critérios: 1) Produto (questões 3 a 7); 2) Territorialidade (questões 8 a 10); 3) Método de produção/cadeia produtiva (questões 11 a 13); 4) Governança (questões 14 a 17); 5) Identidade e senso de pertencimento (questões 18 e 19); 6) Desempenho econômico (questões 20 a 22); 7) Necessidade de proteção

(questões 23 e 24); 8) Pesquisa envolvida (questões 25 a 28); e 9) Visão de futuro (questões 29 e 30).

Quadro 2 – Quesitos componentes do segundo bloco

QUESITO	CRITÉRIO 1 – PRODUTOS
3	Quais são as características do produto vinculado à área geográfica indicada?
4	Existem derivados do produto produzido na área geográfica? Se sim, quais?
5	O produto possui características/qualidades que lhe atribuem reputação de mercado (local, regional, nacional ou internacional) e diferenciação em relação a outros produtos similares disponíveis no mercado? Se sim, quais são?
6	Desde quando o produto é produzido na área geográfica? Quais evidências históricas existem da produção desse produto na área geográfica indicada?
7	O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais (sanitária, ambiental, segurança, entre outras)?
Critério 2 - territorialidade	
8	Existe uma área geográfica específica reconhecida pelo mercado como centro produtor do produto? Qual a abrangência e qual o tamanho aproximado dessa área geográfica?
9	Quais etapas do processo produtivo (produção no campo, manufatura, fabricação/elaboração, processamento, agroindustrialização, beneficiamento, embalagem e distribuição) são executadas na área geográfica indicada?
10	Os produtores estão todos sediados na área geográfica indicada?
Critério 3 - cadeia de produtiva/método de produção	
11	Existe, por parte dos produtores ou na cadeia produtiva, uma prática comum ou um modo tradicional de produção que define a forma de fazer o produto? Está documentado ou na cabeça dos produtores?
12	Existe um sistema de controle de qualidade da produção praticado na área geográfica? Se sim, como é realizado esse controle da qualidade? Está documentado?
13	Como se comporta a cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada? Como se dá a relação comercial entre os elos da cadeia produtiva?
Critério 4 - governança	
14	Existe uma organização (associação, cooperativa, consórcio, condomínio, sindicato, federação) na área geográfica que representa a coletividade dos produtores? Se sim, essa organização é formalizada? Possui estatuto que consolida seu papel de representação dos interessados na produção do produto na área geográfica indicada?
15	Atualmente, como está a atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada?
16	Existem outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica?
17	Como se dá a interação e o relacionamento entre os produtores do produto na área geográfica indicada?
Critério 5 - identidade e senso de pertencimento	

18	Quais os valores, crenças e princípios dos produtores e lideranças da área geográfica indicada orientam a produção e a relação com os consumidores e a comunidade?
19	Há sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território?
Critério 6 - desempenho econômico	
20	Qual as quantidades de produtores que estão envolvidos em cada etapa de produção na área geográfica?
21	Qual o volume de produção do produto na área geográfica indicada? Qual a participação da produção em relação ao volume de produção do produto no estado e no país?
22	Qual o valor monetário (R\$) da produção anual do produto na área geográfica?
Critério 7 – necessidade de proteção	
23	Existem evidências de falsificações do produto no mercado com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica?
24	Os compradores do produto da área geográfica indicada têm exigido garantia de origem como requisito de compra?
Critério 8 - pesquisa envolvida	
25	Existem fatores naturais, tais como fatores ambientais, biológicos, do ecossistema ou eventos naturais, que influenciam nas características e qualidades do produto?
26	Existem fatores humanos, tais como o saber-fazer dos produtores/prestadores de serviços, tradição, tecnologias, que influenciam nas características e qualidades do produto?
27	Existem estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico? Quais são?
28	Quais ICT estão envolvidas ou podem ser envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico?
Critério 9 - visão de futuro dos produtores	
29	Quais são as metas/expectativas do conjunto de produtores da área geográfica indicada em relação ao alcance de mercados (local, regional, nacional, internacional) para o produto?
30	Quais são as metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território?

Fonte: SEBRAE (2020).

Cada um desses critérios é avaliado com pontuação entre 0 e 5 (valores inteiros), com base na legislação para concessão de IG no Brasil. Atribui-se 0 e 5 quando o produto ou serviço "não atender" ou "atender integralmente", ao critério avaliado, respectivamente. Ainda de acordo com a metodologia, destaca-se que não foi determinada uma pontuação final mínima para que um produto ou serviço apresente potencial para IG. Para os critérios que não atenderem completamente aos pré-requisitos que preconiza a legislação vigente, a metodologia prevê um parecer técnico informando quais ações devem ser tomadas para o atendimento dos critérios de acordo com as normas legais.

As respostas aos questionários da metodologia do Sebrae para avaliação do potencial de IG da Cerâmica Serra da Capivara foram elaboradas a partir do resultado parcial da pesquisa de dissertação de mestrado que visa elaborar documentos que auxiliarão na estruturação do pedido de registro da referida IG. Em tal estudo, foram feitas entrevistas com a Sócia-Gerente da empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda e 8 artesãos que trabalham na empresa. Esses artesãos foram escolhidos aleatoriamente para prestarem informações sobre a história da cerâmica e seu processo produtivo.

Assim, para responder ao questionário, recorreu-se às informações sobre a produção da Cerâmica Serra da Capivara coletadas nas entrevistas supracitadas e nas informações dispostas em estudos acadêmicos e científicos publicados a respeito dessa produção e de reportagens, recortes de jornais ou outros canais informativos. Especificamente para responder aos quesitos do primeiro bloco, foi considerado o artigo 9º da portaria 4/2022 do INPI, que define os parâmetros que uma produção ou prestação de serviço precisa apresentar para que seja reconhecida uma IG a uma determinada produção ou prestação de serviço (Brasil, 2022).

Para obter informações sobre a produção da Cerâmica Serra da Capivara também foram analisados documentos disponibilizados em sites governamentais e de notícias para complementar as informações sobre a notoriedade dessa produção. A pesquisa por esses arquivos foi realizada no google; google acadêmico e busca pelas reportagens em plataforma de notícias. Para isso, utilizou-se a busca de documentos contendo todas as palavras chaves descritas nas duas combinações: 1) cerâmica artesanal Serra da Capivara e 2) cerâmica Serra da Capivara.

4 Resultados e discussão

Os produtos de cerâmica artesanal, foco neste estudo, são produzidos no município de Coronel José Dias, que faz parte do Parque Nacional Serra da Capivara, localizado no sudeste do estado do Piauí, com área territorial de 1.926,103 km²; população estimada em 4.250 pessoas e um total de 419 pessoas assalariadas/ocupadas (IBGE, 2024).

A produção da cerâmica ocorre na zona rural do município, povoado Barreirinho, que ficou conhecida a partir da década de 1990 por suas peças de cerâmica utilitárias e ornamentais. Tal produção ganhou destaque no desenvolvimento econômico local logo após o reconhecimento, em 1991, do Parque Nacional como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (Martins, 2011).

Importante citar a contribuição dos projetos de desenvolvimento social coordenados pela representante/presidente da Fundação Museu do Homem Americano (FUMDHAM) à época, Dra. Niéde Guidom, visto que, de acordo com Sousa (2022), a empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda surgiu a partir de um deles, que visava a implantação de Núcleos de Apoio às Comunidades – NAC, com o objetivo de incentivar o desenvolvimento sustentável por meio da educação formal, ambiental e patrimonial e apoio à geração de renda e subsistência.

As demandas pelos produtos cresceram bastante, atribuindo notoriedade aos produtos e, em 2001, visando conseguir atender à demanda crescente, a FUMDHAM negociou a empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda com uma nova proprietária, mantendo 10% na participação dos lucros (Maior, 2020). Nesse contexto, Sousa (2022) destacou o aumento da produção, que era de aproximadamente 200 peças produzidas ao mês para cerca de 8.000 peças/mês, com capacidade para 10.000 a 12.000 peças mensais, sendo vendidas no mercado nacional e internacional. A autora complementou, ainda, que tal produção gerava, em 2022, mais de 80 empregos diretos, com 46 artesãos trabalhando diretamente na fabricação das peças.

Por conseguinte, os resultados da análise do potencial de IG para essa produção, com base na metodologia do Sebrae (SEBRAE, 2020), conforme descrito na metodologia, estão indicados, a seguir, para cada bloco de questões.

4.1 Bloco 1 - Questões críticas

Quanto ao primeiro quesito da metodologia verificou-se, com base na publicação de Barbosa, Santos e Amorim (2024), que a região tem um histórico de 30 anos de produção e que se tornou conhecida tanto no mercado nacional quanto no internacional. Verificou-se isto por meio da identificação de diversas pesquisas acadêmicas e científicas em que tal produção ou produtos têm sido tema, com destaque para 26 trabalhos acadêmicos que discorrem detalhadamente sobre a cerâmica. Ademais, foram encontradas 46 reportagens; históricos de exposições em museus e feiras artesanais, além do fato de ser comercializada no Brasil, desde a década de 90, e no exterior, desde o ano de 2011, conferindo à região o reconhecimento como centro de produção de cerâmica.

No que se refere às reportagens, como forma de comprovar a notoriedade da produção, cabe salientar que a Cerâmica Serra da Capivara foi tema de programações em Rede Estadual e Nacional de televisão, como Clube Rural exibido no dia 25/09/2022 (Globo Play, 2022) e uma matéria no programa Mais Você, exibida no dia 02/01/2020 na Rede Globo (Globo Play, 2020).

Nessas matérias, os repórteres e apresentadores evidenciaram a riqueza cultural e histórica que a Cerâmica Serra da Capivara representa para a região e qual a sua contribuição para a economia local, destacando, por exemplo, o seu potencial de geração de emprego e renda. O resumo das respostas desses quesitos pode ser verificado no quadro 3.

Quadro 3 - Análise do primeiro bloco

QUESITO	ASPECTOS DA PRODUÇÃO	ANÁLISE
1	Evidências históricas e de mercado capazes de comprovar que o nome geográfico é reconhecido centro produtor.	Histórico de 30 anos de produção; Mercado nacional e internacional; Pesquisas acadêmicas e científicas publicadas; reportagens; exposições em museus e feiras artesanais.
2	Evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características da cerâmica.	Argila com viscosidade que confere produção diferenciada; artesãos têm uma maneira própria de trabalhar, conhecimento sobre a região, a argila e as etapas do processo.

Fonte: Elaboração própria (2024).

No que diz respeito às evidências ou possibilidades de comprovação do vínculo das qualidades ou características da cerâmica (quesito 2 – Quadro 3), destaca-se que a argila, matéria-prima utilizada pelos artesãos, tem viscosidade diferenciada em relação àquelas de outras localidades, embora ainda sem evidência científica, ou seja, baseada em conhecimento empírico dos artesãos, os quais ressaltam que tal propriedade depende principalmente do clima característico da região, o que confere qualidade bastante diferenciada às peças (característica do meio geográfico e fatores naturais – clima). De acordo com a Sócia-Gerente, o clima semiárido e as altas temperaturas que incidem na região, quando ligadas à característica do solo, garante qualidade peculiar para a argila, o que faz o diferencial na produção.

Ainda sobre o quesito 2, no quadro 3, verificou-se que os artesãos têm uma maneira própria de trabalhar (Fatores humanos - saber fazer) e um conhecimento sobre a região, sobre a argila e os procedimentos que envolvem todo o processo produtivo. A extração da argila tem o local exato para ser feito, o tempo certo e as condições climáticas adequadas. Um desses fatores fora da rotina implicará na qualidade final do produto. Os procedimentos de fabricação das peças, o tempo em cada setor, a forma dos desenhos, as queimas, a coloração e o resfriamento das peças têm a habilidade peculiar do artesão que faz toda a diferença.

A partir da análise das informações do Quadro 3, observa-se que em virtude do reconhecimento, fama e reputação da Cerâmica Serra da Capivara, atribui-se originalidade e

notoriedade aos seus produtos, caracterizando a região como centro de produção. Há previsão de que os produtos tenham potencial para receber o registro de IG na modalidade IP. Verificou-se ainda, com base nas evidências empíricas citadas pelos artesãos, que os aspectos de qualidade típicos dos produtos podem estar ligados ao meio natural e/ou humano, tal que justifica a investigação mais detalhada no sentido de viabilizar a obtenção do registro de uma IG na modalidade DO.

Assim, o diagnóstico obtido no primeiro bloco aponta para a possibilidade de que os produtos da Cerâmica Serra da Capivara são promissores para obtenção de IG. Diante disso, deu-se prosseguimento à análise dos demais quesitos do questionário da metodologia do Sebrae, como pode ser verificado a seguir.

4.2 Bloco 2 - Questões estruturais

Esta etapa da análise se refere ao processo produtivo (SEBRAE, 2020), visando corroborar a possibilidade do registro de IG, examinando-se os critérios: produtos, territorialidade, método de produção, governança, identidade e senso de pertencimento, desempenho econômico, necessidade de proteção, pesquisa envolvida e visão de futuro.

Sobre o critério Produto (1º), as respostas dos quesitos 3 a 7 (Quadro 4) são baseadas nas informações sobre os produtos no que tange à sua originalidade, reconhecimento e aceitabilidade no mercado, forma de apresentação e como representam a região onde são produzidos.

Quadro 4 - Análise do segundo bloco quanto ao critério produto

QUESITO	CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS	ANÁLISE
3	Características do produto vinculado à área geográfica indicada.	Produção totalmente artesanal; Representação das pinturas rupestres vinculadas à região geográfica.
4	Derivados dos produtos de cerâmica.	Não existem derivados dos produtos da Cerâmica Serra da Capivara.
5	Características/qualidades que atribuem reputação de mercado aos produtos que os diferenciam dos seus similares disponíveis no mercado.	Figuras rupestres como vinculando os produtos à área geográfica; história da região e identidade cultural representadas pela produção da cerâmica Serra da Capivara.
6	Evidências históricas do início da produção na área geográfica delimitada.	Estudos acadêmicos e científicos contam a história da produção; reportagens caracterizando a produção e evidenciando sua notoriedade.

7	O produto/processo produtivo atende às regulamentações legais.	Alvará de vigilância sanitária; alvará/licença saúde pública; atendimento às normas trabalhistas e de minas e energias.
---	--	---

Fonte: Elaboração própria (2024).

Quanto ao quesito 3, a Cerâmica Serra da Capivara é produzida artesanalmente e se destaca pela reprodução das figuras rupestres do Parque Nacional, representando a identidade cultural da região. Em sua pesquisa, Sousa (2022) apontou que as peças utilitárias e ornamentais se diferenciam pelos seus desenhos, refletindo a cultura local e promovendo registro da história do Parque Nacional Serra da Capivara e das civilizações que lá viveram há pelo menos 6.000 anos.

Em resposta ao quesito 4, não existem derivados dos produtos de cerâmica, no entanto, observou-se que a Cerâmica Serra da Capivara apresenta uma gama de possibilidades de produção. São peças de vários tipos: utilidades domésticas, como copos, xícaras, jarras, panelas, refratários; peças ornamentais e de adornos como jarros, vasos, quadros, entre outros (Figura 1).

Figura 1 - Exemplos de peças da Cerâmica Serra da Capivara



Fonte: Imagens próprias (2024).

As respostas dos quesitos 3 e 5 se complementam. Quanto ao quesito 5, pode-se dizer que o diferencial do produto está em poder levar consigo a caracterização de seu território, pois são peças contendo elementos distintivos que não estão presentes em peças produzidas nas demais delimitações geográficas do país, pois, conforme Silva (2016), a cerâmica, por meio de suas figuras, contém parte da história dos ancestrais que habitaram as terras que atualmente são o Parque Nacional Serra da Capivara. O autor relatou ainda que a relação entre produto e territorialidade é o que faz a diferença e destaca essa produção, ao mesmo tempo em que a sua notoriedade fortalece o território no âmbito econômico, social e sustentável

Respondendo ao quesito 6, sobre a história da produção, foi possível verificar que a Cerâmica Serra da Capivara Ltda foi fundada em 1994, e a comercialização de seus produtos teve início entre os turistas do Parque Nacional Serra da Capivara. Ao longo das três décadas seguintes, essa produção ganhou notoriedade por meio de pesquisas, reportagens e vendas no mercado nacional e internacional. Sobre essa notoriedade, Martins (2011), Silva (2016) e Sousa (2022) mencionam que seus produtos estão disponíveis em galerias, órgãos públicos e privados, e lojas como Tok Stok e Pão de Açúcar, além de serem exportados para os Estados Unidos, Alemanha, Espanha, França e Itália.

Em resposta ao quesito 7, conforme destacaram Sousa (2022) e Maior (2020), na produção da Cerâmica Serra da Capivara são respeitadas as regulamentações sanitárias, ambientais, segurança do trabalho, minas e energias e saúde pública, e conforme complementou a Sócia-Gerente, a empresa mantém todos os alvarás e licenças em dias, garantindo maior segurança à própria empresa, aos colaboradores e à sociedade como todo.

Sobre o critério da Territorialidade (2ª) foram analisados os quesitos 8 a 10 (Quadro 5), cujas respostas permitiram obter, claramente, a delimitação da área em que ocorre a produção, seu reconhecimento e extensão e como se correlacionam com o método de produção. Em resposta ao quesito 8, o município de Coronel José Dias corresponde a área geográfica delimitada para a produção da cerâmica Serra da Capivara.

Quadro 5 - Análise do segundo bloco quanto ao critério territorialidade

QUESITO	ASPECTOS DA ÁREA DELIMITADA	ANÁLISE
8	Área que é reconhecida como centro produtor do produto.	A área geográfica é delimitada por todo o município de Coronel José Dias.
9	Etapas do processo produtivo são realizadas na área geográfica delimitada.	Todo o processo produtivo ocorre no município de Coronel José Dias.
10	Estabelecimento do produtor e todos envolvidos na produção.	Empresa sediada na área delimitada; colaboradores residem no entorno da localidade onde ocorre a produção.

Fonte: Elaboração própria (2024).

Quanto aos quesitos 9 e 10, toda a produção, desde a extração da argila até a comercialização das peças, acontece no município de Coronel José Dias e o processo de produção ocorre, especificamente, na localidade Barreirinho, onde está sediada a empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda, e todos os atores envolvidos na produção são moradores do entorno desta comunidade (Sousa, 2022). Assim, verificou-se que a delimitação da área

geográfica onde ocorre a produção da cerâmica está dentro dos limites político-administrativos do município.

Com relação ao Método de produção/cadeia produtiva (3º), observou-se que há aplicação de método (quesito 11 - Quadro 6) e controle da produção (quesito 12 - Quadro 6) dos produtos da cerâmica Serra da Capivara, bem como uma relação profícua entre os artesãos e a comunidade consumidora local e entre a representante da empresa e as grandes empresas nacionais e internacionais que comercializam os seus produtos (quesito 13 - Quadro 6).

Quadro 6- Análise do segundo bloco quanto ao critério cadeia produtiva/método de produção

QUESITO	MÉTODOS E CONTROLES DE PRODUÇÃO	ANÁLISE
11	Prática tradicional de produção que define o saber fazer do produto.	Método de produção aprendida na década de 1990.
12	Controle de qualidade da produção praticado na área geográfica.	Controle de qualidade realizado pelos próprios artesãos.
13	Comportamento da cadeia produtiva do produto na área geográfica indicada/relação entre os elos da cadeia produtiva.	Reconhecimento da produção por parte da comunidade; parcerias importantes com grandes empresas.

Fonte: Elaboração própria (2024).

Mais detalhadamente, quanto ao quesito 11, conforme Silva (2016), o método de produção utilizado atualmente foi repassado na década de 1990 por um descendente de japonês. Esse método inclui o conhecimento sobre o tipo de argila, sua colheita, tratamento, moldagem, queima e acabamento das peças. No quesito 12, sobre controle, a oficina segue uma sequência específica de produção para manter a qualidade. Uma equipe de artesãos monitora cada etapa do processo, e qualquer alteração pode comprometer a qualidade dos produtos. As peças de cerâmica que não foram aprovados por essa equipe, são vendidos na loja de cerâmica local como modificados naturalmente.

Finalmente, no quesito 13, a Sócia-Gerente informou que a comunidade reconhece a produção da cerâmica Serra da Capivara como um aliado ao desenvolvimento regional, e frisou ainda que a empresa possui boa relação com a comunidade e mantém parcerias com grandes empresas nacionais e internacionais que comercializam os seus produtos.

Quanto ao critério Governança (4º), a metodologia do SEBRAE visa averiguar como estão estabelecidos os produtores da região, e no caso de haver coletividade de produtores/prestadores de serviço, investiga-se a existência de uma entidade que os represente (Quadro 7).

A partir das informações obtidas, verificou-se que há apenas uma pessoa jurídica, a Empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda, que realiza a comercialização dos produtos na região, e que ela atende aos pilares da governança corporativa, cumprindo os pré-requisitos estabelecidos pela legislação vigente, buscando novos mecanismos para atender às suas demandas, de modo a deixar suas ações transparentes, atendendo às regulações da vigilância sanitária, saúde pública, segurança no trabalho visando ao bem-estar de seus colaboradores e clientes. Nesse sentido, foram verificadas afirmações, por parte de artesãos, de que se sentem parte dessa história.

Quadro 7- Análise do segundo bloco quanto ao critério governança

QUESITO	GOVERNANÇA	ANÁLISE
14	Organização na área geográfica que representa a coletividade dos produtores nos termos legais.	Não se aplica.
15	Forma de atuação dessa entidade quanto à representatividade do conjunto de produtores da área geográfica indicada.	Não se aplica.
16	Existência de outras organizações que concorrem com a representatividade dos produtores na área geográfica.	Não se aplica.
17	Interação e relacionamento entre os produtores da cerâmica.	Não se aplica.

Fonte: Elaboração própria (2024).

No entanto, não existe uma coletividade de produtores que demande a representação destes por entidades como associação, cooperativa, sindicato, conselho, entre outros. Destaca-se que, de acordo com o Manual de IG do INPI (INPI, 2023), há previsão de um substituto processual como entidade representativa da coletividade legitimada para requerer o registro de IG, de modo que não se torna o titular do registro em si, mas o intermediário entre o INPI e os produtores ou prestadores de serviço. Dessa forma, depreende-se que os quesitos 14 a 17 (quadro 7), na forma como estão descritos, não se aplicam para indicação de nota, e decidiu-se pela exclusão desses no cômputo da média final, e a inexistência da coletividade, como descrita no critério 4, não se configura em um fato impeditivo à concessão do registro de IG.

No que diz respeito ao critério identidade e senso de pertencimento (5º), foi avaliado, com base na análise das respostas aos quesitos 18 e 19 (Quadro 8), que os artesãos cultivam valores, crenças e princípios, bem como sentimentos de autoestima por pertencerem àquela área geográfica, no sentido de obter produtos que permitem identificar tais sentimentos de pertencimento.

Nesse contexto, é importante citar os estudos de Martins (2011) e Sousa (2022), quando destacaram que a produção da cerâmica tem um expressivo significado para a comunidade e

seus moradores, em razão de resultar na principal fonte de renda da região. Acrescentaram ainda que, por meio dessa produção, o município ganhou destaque e reconhecimento em nível internacional, a migração dos jovens em direção aos grandes centros em busca de empregos diminuiu, e houve a valorização de sua cultura e história constituindo assim sua identidade cultural.

Quadro 8 - Análise do segundo bloco quanto ao critério senso de pertencimento

QUESITO	IDENTIDADE E SENSO DE PERTENCIMENTO	ANÁLISE
18	Valores, crenças e princípios que os produtores da área geográfica delimitada orientam para a produção, relacionando-a aos consumidores e a comunidade.	Desenvolvimento regional; aumento do emprego e renda; valorização da história; credibilidade e reconhecimento da produção; reconhecimento da região; fortalecimento da identidade cultural.
19	Sentimento de autoestima dos produtores em pertencer à área geográfica indicada, capaz de gerar um engajamento positivo no desenvolvimento do território.	Orgulho dos artesãos em poder contar a história da região por meio de seu trabalho; reconhecimento da produção e do município a nível internacional

Fonte: Elaboração própria (2024).

Ademais, é importante mencionar que com base nas respostas ao quesito 19, os artesãos se orgulham de fazer parte dessa cadeia produtiva, sendo importante para eles o modo como a história do Parque e das civilizações que habitaram a região há muito tempo está sendo disseminada por meio da comercialização dos produtos. "Esse reconhecimento positivo produz nos artesãos um gosto pelo que fazem e o desejo de produzirem mais e com mais perfeição", discorreu a Sócia-Gerente.

Em relação ao desempenho econômico (6º), as respostas dos quesitos 20 a 22 (Quadro 9) permitem evidenciar a contribuição da produção da cerâmica Serra da Capivara para o município de Coronel José Dias e região. No quesito 20, por exemplo, em concordância com Sousa (2022) e confirmação da Sócia-Gerente, o complexo Cerâmica Artesanal Serra da Capivara Ltda é uma das mais importantes fontes de geração de emprego e renda no município, com cerca de 80 empregos diretos na região, sendo 46 deles artesãos. Haja vista que há 419 pessoas assalariadas no município (IBGE, 2024), conclui-se que o referido complexo é responsável por 20% dos empregos diretos no município.

Em resposta aos quesitos 21 e 22, verificou-se que a produção da Cerâmica Serra da Capivara é de aproximadamente 8 mil peças por mês, podendo chegar a 12 mil peças mensais,

com faturamento de aproximadamente setecentos e cinquenta mil por ano (R\$750.000,00/ano), conforme informações obtidas com a Sócia-Gerente.

Quadro 9 - Análise do segundo bloco quanto ao critério desempenho econômico

QUESITO	DESEMPENHO ECONÔMICO	ANÁLISE
20	Quantidade de produtores envolvidos em cada etapa da produção.	Geração de mais de 80 empregos diretos, correspondendo a 20% dos empregos gerados em todo o município.
21	Volume da produção do produto na área geográfica indicada.	Produção 8.000 peças/mês; capacidade de produção de até 12.000 peças mês
22	Valor monetário anual da produção.	O faturamento anual da empresa é de aproximadamente R\$750.000,00.

Fonte: Elaboração própria (2024).

Em sequência, sobre o critério Necessidade de Proteção (7º), nos quesitos 23 e 24, cujas respostas estão representadas no quadro 10, foram obtidas informações sobre ocorrências de falsificação dos produtos da Cerâmica Serra da Capivara. Na resposta ao quesito 23, de acordo com a Sócia-Gerente, os produtos cerâmicos já foram alvo de reprodução e falsificação, e por esse motivo, a empresa busca melhor forma de proteger sua produção contra a concorrência desleal e garantir maior qualidade e originalidade dos seus produtos. No entanto, como resposta ao quesito 24, não houve ainda por parte dos consumidores, uma exigência de comprovação ou garantia da originalidade da produção, razão pela qual este critério não foi avaliado com nota máxima.

Quadro 10 - Análise do segundo bloco quanto ao critério necessidade de proteção

QUESITO	NECESSIDADE DE PROTEÇÃO	ANÁLISE
23	Evidências de falsificações do produto com usurpação do uso do nome geográfico, da tradição e saber-fazer por produtores que estão fora da área geográfica.	Houve evidências de comercialização em outras regiões, de produtos apresentando formatos e características similares aos da Cerâmica Serra da Capivara.
24	Exigência de garantia de origem por parte dos compradores do produto.	Não houve registros até a realização desta pesquisa.

Fonte: Elaboração própria (2024).

No critério Pesquisa envolvida (8º), mediante as respostas aos quesitos 25 a 28, no quadro 11, elaboradas com base na análise dos estudos publicados em periódicos especializados, há evidências da notoriedade da produção. Porém, não foram encontrados estudos técnico-

científicos contendo comprovação de que as características ou fatores naturais da região conferem qualidades específicas aos produtos.

Quadro 11 - Análise do segundo bloco quanto ao critério pesquisa envolvida

QUESITO	PESQUISA ENVOLVIDA	ANÁLISE
25	Pesquisa sobre fatores naturais que influenciam nas características e qualidades do produto.	Clima semiárido influencia a característica da argila e define a qualidade dos produtos.
26	Pesquisa sobre fatores humanos que influenciam nas características e qualidades do produto.	O saber-fazer da referida produção diferencia os produtos, conferindo a eles originalidade.
27	Existência de estudos técnico-científicos de Instituições de Ciência e Tecnologia (ICT) que podem comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico.	Artigos científicos; trabalhos de conclusão de cursos e demais estudos sobre a Cerâmica Serra da Capivara, realizados por ICT e outras entidades.
28	ICT envolvidas na realização de estudos técnico-científicos para comprovar o vínculo do produto com o meio geográfico.	FUMDHAM; IFPI; UFPI; UnB; UNICAMP; UNIVASF.

Fonte: Elaboração própria (2024).

Na resposta ao quesito 25, com base em informações já descritas neste artigo, a argila apresenta características específicas quanto à sua viscosidade devido ao clima da região, porém, tal como supracitado, não há publicações de estudos técnico-científicos que permitam concluir que tal propriedade tenha efeitos diretos nos produtos cerâmicos produzidos na região. Quanto ao quesito 26, rebuscando dados já informados neste estudo, o saber-fazer dos artesãos confere originalidade aos produtos, diferenciando-os dos seus similares disponibilizados no mercado. Essa informação pode ser confirmada no estudo de Silva (2016), por exemplo, onde há registro de que a produção segue um método específico e que ele começou a ser utilizado pelos artesãos na década de 1990, e segundo informou a Sócia-Gerente, esse modelo de produção ainda é seguido até os dias atuais.

Para responder ao quesito 27, retomando dados informados anteriormente nesse artigo, obtém-se a informação de que há estudos acadêmicos e científicos, como artigos e trabalhos de conclusão de curso, realizados a partir de pesquisas diretamente com a Cerâmica Serra da Capivara, de modo a comprovar o elo entre a produção e a região produtora. E como resposta ao item 28, conforme a Sócia-Gerente, tais pesquisas vêm sendo realizadas por pesquisadores de Institutos Federais, (Instituto Federal do Piauí-IFPI); Universidades Estaduais (Universidade

Estadual do Piauí-UESPI, Universidade Estadual de Campinas-INICAMP); Universidades Federais, (Universidade Federal do Piauí- UFPI, Universidade Federal do Vale do São Francisco- UIVASF, Universidade de Brasília- UnB), além de estudos realizados pela FUMDHAM.

Por fim, o critério Visão de futuro (9º) se refere à análise das metas e objetivos de crescimento da produção e do desenvolvimento territorial, como se verifica nas respostas dos quesitos 29 e 30 disponibilizadas no quadro 12.

Quadro 12 - Análise do segundo bloco quanto ao critério visão de futuro

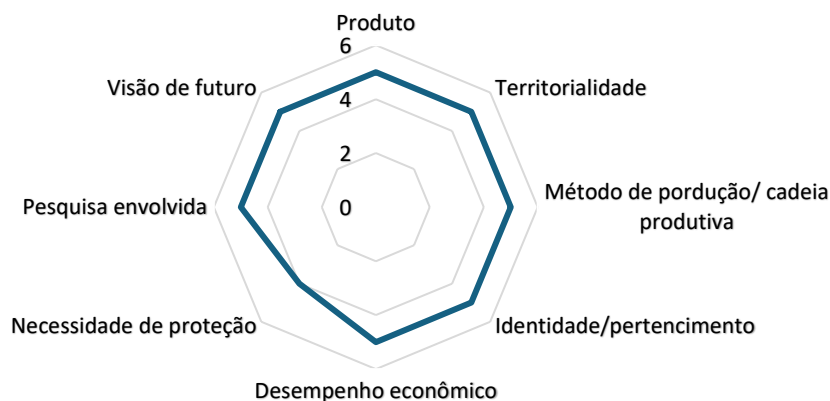
QUESITO	VISÃO DE FUTURO	ANÁLISE
29	Metas/expectativas dos produtores em relação ao alcance de mercados.	Aumento da produtividade; busca pela ampliação da área de produção.
30	Metas/expectativas dos produtores da área geográfica indicada em relação ao desenvolvimento do território.	Ampliação da geração de emprego e renda; crescimento da economia local; desenvolvimento regional.

Fonte: Elaboração própria.

Em resposta ao quesito 29 e 30, a Sócia-Gerente informou que, em virtude da capacidade de aumento da produção da Cerâmica Serra da Capivara, há a pretensão de investimento para aquisição de equipamentos e ampliação do espaço físico, se necessário, para dar suporte à produção. Para atingir esse objetivo, a empresa vem buscando ampliar a rede de relacionamento comercial, expandir o comércio local e ampliar as exportações. Ressalta-se que o crescimento econômico da Cerâmica Serra da Capivara influencia diretamente no desenvolvimento econômico local e na geração de emprego e renda.

Elaboradas as respostas ao questionário, os critérios do segundo bloco, acima detalhados, foram avaliados pelos autores com atribuição das notas entre 0 e 5. Ao final, obteve-se a média da pontuação igual a 4,87. O resultado da pontuação para cada critério está representado no gráfico 1.

Gráfico 1 – Avaliação dos critérios para definição do potencial de Indicação Geográfica



Fonte: Elaboração própria (2024).

Como pode-se observar, o diagnóstico apontou que os produtos da Cerâmica Serra da Capivara atendem a todos os critérios com pontuação máxima, exceto o critério necessidade de proteção. Ademais, conforme citado anteriormente, a pontuação um pouco menor (4) atribuída ao critério de necessidade de proteção refere-se ao fato de que, apesar de já terem ocorrido evidências de reproduções indevidas das peças, os clientes ainda não solicitam comprovação de origem dos produtos.

Posto isso, como pode ser observado na análise do gráfico 1, a Cerâmica Serra da Capivara apresenta alto potencial para Indicação Geográfica, tanto para a modalidade IP, devido à notoriedade e reputação de seus produtos, quanto para DO, desde que comprovadas as incidências do meio natural que conferem características e qualidades específicas aos produtos.

5 Considerações finais

Em virtude do reconhecimento da região da Serra da Capivara como centro produtor de cerâmica, da evidência da sua produção, das características próprias das matérias-primas que conferem qualidade excepcional aos produtos, das influências naturais e humanas nos métodos produtivos e da notoriedade da produção, verificou-se que a Cerâmica Serra da Capivara apresenta condições favoráveis para a estruturação de um pedido de registro de IG para a sua produção.

Observou-se que na região há apenas um produtor (pessoa jurídica), o que não constitui um empecilho para a solicitação do registro. Nesse caso específico, o produtor precisa estar em conformidade legal para aptidão ao uso da IG e comprovar por meio de documento próprio e de acordo com a legislação vigente que é o único produtor na região.

Os produtos da Cerâmica Serra da Capivara atendem aos critérios com pontuação final média bastante expressiva (4,87). Ademais, a análise dos critérios de necessidade de proteção (com nota 4) e de governança (não se aplica) não inviabilizam o potencial para obtenção do selo de Indicação Geográfica, tanto para a modalidade IP, quanto para DO.

Considerando a possibilidade de obter um registro de DO para os produtos da Cerâmica Serra da Capivara, recomenda-se o desenvolvimento de estudos futuros pautados pela comprovação técnico-científica de que os fatores climáticos, naturais e/ou humanos possam incidir diretamente na qualidade da matéria-prima, conferindo aos produtos características únicas.

Referências

BARBOSA, Salatiel Amorim; SANTOS, Vivianni Marques Leite dos; AMORIM, Dinani Gomes. Notoriedade da Cerâmica Artesanal Serra da Capivara. **INGI**, Aracaju, v. 8, n. 1, p. 2506-2519, 2024. Disponível em: <https://ingi.api.org.br/index.php/INGI/about>. Acesso em: 25 ago. 2024.

BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, n. 3, p.143-147, 1995. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0950-3293\(95\)00013-Y](https://doi.org/10.1016/0950-3293(95)00013-Y). Acesso em: 28 fev. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 365, de 21 de agosto de 1992**: Promulga a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, revista em Estocolmo a 14 de julho de 1967. Brasília. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/d0635.htm#:~:text=D0635&text=DECRETO%20No%20635%2C%20DE,14%20de%20julho%20de%201967. Acesso em: 09 jan. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 1355, de 30 de dezembro de 1994**. Promulgo A Ata Final Que Incorpora Os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do Gatt. Brasília, 1994. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/antigos/d1355.htm. Acesso em: 05 jan. 2024.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula Direitos e Obrigações Relativos À Propriedade Industrial. Brasília, 15 maio de 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 02 fev. 2024.

BRASIL. **Portaria nº 4, de 12 de janeiro de 2022**. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas, dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e sobre o Manual de Indicações Geográficas. Disponível em: https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_04_2022.pdf. Acesso em: 25 fev. 2024.

BRASIL. **Portaria nº 1007-SEI, de 11 de junho de 2018**. Institui O Programa do Artesanato Brasileiro, Cria A Comissão Nacional do Artesanato e Dispõe Sobre A Base Conceitual do Artesanato Brasileiro. Brasília, 01 ago. 2018. Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/34932949/do1-2018-08-01-portaria-n-1-007-sei-de-11-de-junho-de-2018-34932930. Acesso em: 18 fev. 2024.

CONHEÇA a produção de Cerâmica Serra da Capivara. 2022. 1 Vídeo (4 min). Publicado pela Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10964325/>. Acesso em: 18 jan. 2024.

CUNHA, C. B. V. da. **Indicações Geográficas**: regulamentação nacional e compromissos internacionais. 2011. 272 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Direito, Faculdade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2135/tde-03072012-132746/publico/Versao completa Camila Biral Vieira da Cunha.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2135/tde-03072012-132746/publico/Versao%20completa%20Camila%20Biral%20Vieira%20da%20Cunha.pdf). Acesso em: 09 jan. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. **Coronel José Dias**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/coronel-jose-dias/panorama>. Acesso em: 05 mar. 2024.

Instituto Nacional de Propriedade Industrial. INPI. **Manual de Indicação Geográfica**. 3ª edição. 2023. Disponível em: <https://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>. Acesso em: 29 ago. 2024.

Instituto Nacional de Propriedade Industrial. INPI. **Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 07 mar. 2024.

JIMMY e Carol Aprendem a fazer Cerâmica na Serra da Capivara. 2020. 1 Vídeo (8 min). Publicado pela Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8206774/?s=0s>. Acesso em: 18 jan. 2024.

KAKUTA, Susana Maria. **Indicações Geográficas**: guia de respostas. Porto Alegre. SEBRAE. 2006. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/\\$File/NT00040FE2.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/$File/NT00040FE2.pdf). Acesso em: 02 set. 2024.

MAIOR, P. M. S. Retorno Social da Arqueologia: ações e projetos da FUMDHAM nas comunidades próximas ao Parque Nacional Serra da Capivara, PI. **Fundamentos**, São Raimundo Nonato, v. XVII, n. 1, p. 03-31, 2020. Disponível em: http://fumdham.org.br/cpt_revistas/fundamentos-xvii-2020-2/. Acesso em: 10 fev. 2024.

MARTINS, A. M. F. **Parque Nacional Serra a Capivara**: patrimônio cultural da humanidade. 2011. 184 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Mestrado em Bens Culturais e Projetos Sociais, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – Cpdoc, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/a927e85f-8b6c-4dd8-b64b-7f300f527ddc/content>. Acesso em: 24 fev. 2024.

Organização Mundial da Propriedade Intelectual. OMPI. **World Intellectual Property Indicators 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4678>. Acesso em: 19 jan. 2024.

PEREIRA, G. M. A região do vinho do Porto: origem e evolução de uma demarcação pioneira. **Douro: Estudos e Documentos**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 177-194, 1996. Disponível em: <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9294.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2024.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. **Metodologia para a identificação de potenciais Indicações Geográficas Brasileiras**. Brasília: Inovates, 2020.

SILVA, L. P.; RODRIGUES, W. A Indicação Geográfica dos artesanatos em Capim Dourado da região do Jalapão do estado do Tocantins sob o enfoque dos princípios da boa governança dos

Coom-Pool-Resource. **Revista Brasileira de Gestão de Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 13, n. 3, p. 4-25, 2017. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/3233>. Acesso em: 13 jan. 2024.

SILVA, P. O. **Responsabilidade Socioambiental da empresa Cerâmica Artesanal Serra da Capivara**: análise da percepção da comunidade local do entorno do parque nacional serra da capivara. 2016. 68 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/20833/1/Silva%2c%20Paulo%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 06 jan. 2024.

SOUSA, L. M.; SANTOS, M. J. C. dos. Indicação Geográfica e desenvolvimento territorial: um estudo sobre o caso da gema opala em Pedro II no Piauí. **INGI**, Aracaju, v. 5, n. 1, p. 1662-1178, 2021. Disponível em: <https://ingi.api.org.br/index.php/INGI/article/view/148>. Acesso em: 07 mar. 2024.

SOUSA, P. L. P. de. **Objetos que são**: as peças da Cerâmica Serra da Capivara e suas relações. 2022. 301 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas- Unicamp, Campinas, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/1261639>. Acesso em: 27 fev. 2024.

VIEIRA, A. C. P. PELLIN, V. As Indicações Geográficas como estratégias para fortalecer o território: o caso da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. **Unijui**, Ijuí, v. 13, n. 30, p. 155-174, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/3062>. Acesso em: 19 jan. 2024.