

A INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PAMPA GAÚCHO DA CAMPANHA MERIDIONAL

GERMANO EHLERT POLLNOW¹; LUIS HENRIQUE DAL MOLIN²; DAIANE ROSCHILDT SPERLING³; JÉSSICA GONSALEZ CRUZ⁴; FERNANDA NOVO DA SILVA⁵; FLÁVIO SACCO DOS ANJOS⁶

¹ Graduando em Agronomia, Bolsista IC CNPq, FAEM-UFPEL – germanop.faem@ufpel.edu.br

² Graduando em Agronomia, Bolsista IC Faperg, FAEM-UFPEL – luisdalmolin@gmail.com;

³ Graduanda em Agronomia, Bolsista IC CNPq, FAEM-UFPEL – daianesperling@hotmail.com

⁴ Graduanda em Agronomia, FAEM-UFPEL – jessica.gonzalez@hotmail.com

⁵ Doutora em Agronomia, Bolsista PNPd-CAPES, PPGSPAF-UFPEL – fernandanovo@gmail.com;

⁶ Professor do DCSA-FAEM-UFPEL – saccodosanjos@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos tempos temos presenciado a eclosão de diversos processos de (re)valorização dos capitais territoriais, os quais estão conectados a um movimento mais amplo que a literatura acadêmico-científica batizou de “*quality turn*” (RENTING, MARSDEN e BANKS, 2003). Nesta vertente, a sociedade contemporânea tem clamado por produtos com apelos identitários fortemente atrelados ao seu território e aos atores envolvidos nos processos produtivos.

Este novo cenário – em grande medida, marcado por grandes escândalos alimentares (vacas loucas, crise aviária e suína, leite adulterado, etc.) provocados, entre outros fatores, pela crescente desvinculação entre produto agrário e produto alimentar e entre a esfera da produção e a do consumo – tem propiciado que os produtos com certificação e selos de qualidade territorial sejam cada vez mais requisitados pelos consumidores e, por conseguinte, vem transformando a esfera da produção.

A busca pela agregação de valor a partir da diferenciação deu corpo aos programas de certificação de carnes, que em última análise visam atestar a qualidade de carnes de raças específicas (por exemplo, Hereford e Angus) segundo determinados padrões, que propiciam maior rentabilidade aos produtores que recebem bonificações por alcançar os patamares estabelecidos, ao mesmo passo em que fideliza consumidores que procuram por produtos com características específicas.

Por outro lado, há instrumentos que protegem não somente produtos, mas também os territórios, o tecido social e os processos produtivos que originam produtos com determinadas exclusividades. As particularidades vinculadas aos territórios e atreladas aos produtos podem ser reconhecidas e protegidas através de instrumentos como as Indicações Geográficas. Indicações Geográficas¹ (doravante IGs) atuam como signos distintivos, basicamente, com vistas a (re)constituir a interconexão entre produtos e locais de origem.

Conforme DULLIUS et al. (2008), os dispositivos de reconhecimento, dos quais as IGs são exemplo, constituem-se como uma importante ferramenta para o

¹ A legislação brasileira (Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996) regulamenta duas modalidades de IGs: a Indicação de Procedência (IP), onde o nome geográfico de um país, cidade, região ou localidade que se tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de um serviço específico; e a Denominação de Origem (DO), onde o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

desenvolvimento territorial, pois permitem que os territórios promovam seus produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos no referido território.

Nesse sentido, recai sobre a região do Pampa Gaúcho o vínculo de um produto característico com o reconhecimento e tradição do território e do “saber fazer” local. Conforme aludem SACCO DOS ANJOS et al. (2013), o período subsequente à expulsão dos jesuítas das Missões corresponde ao surgimento das estâncias e das grandes internadas, onde o gado era criado e engordado para ser comercializado dentro e fora das fronteiras do Brasil meridional. A partir disso, a região passou a ser tradicionalmente reconhecida com vocação pecuarista. Com o passar dos anos o Bioma Pampa foi se mostrando com cada vez mais pendor para a pecuária, especialmente para a criação de raças europeias, como Hereford e Angus, a partir de sua vegetação nativa, rica em espécies forrageiras, que conferem sabor e qualidade à carne bovina produzida nessa região.

Dessa forma, longe de nossa alçada, não pretendemos esgotar o assunto, mas com o presente trabalho objetivamos analisar o processo de criação da Associação dos Produtores do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (APROPAMPA), bem como a construção do projeto de IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional e sua trajetória inicial.

2. METODOLOGIA

O trabalho foi executado dentro das ações do Núcleo de Pesquisa e Extensão em Agroecologia e Políticas Públicas para Agricultura Familiar (NUPEAR)², vinculado ao Departamento de Ciências Sociais Agrárias da Universidade Federal de Pelotas. Trata-se de investigação apoiada pelo projeto PRONEM/FAPERGS (Processo nº 112044-2) intitulado "Qual o sabor dos territórios gaúchos? Estudo sobre estratégias de diferenciação de produtos agroalimentares no Estado do Rio Grande do Sul”.

O procedimento metodológico envolveu duas etapas. A primeira delas foi o trabalho de campo, havendo sido realizadas 10 entrevistas semiestruturadas, realizadas em junho de 2012 com diferentes atores implicados com a APROPAMPA e com a cadeia produtiva da carne bovina na Campanha (Embrapa Pecuária Sul, SEBRAE, Emater e Frigorífico Marfrig), além da coleta de dados secundários atinentes ao tema. A segunda etapa envolveu a conformação de um banco de dados e a análise do conjunto de informações, possibilitando a extração dos resultados expostos na sequência.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Tudo se iniciou em 2003, com o empenho do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), que inspirado no marco legislativo europeu, em identificar no estado do Rio Grande do Sul regiões potenciais para o desenvolvimento de projetos de IG. A partir desse trabalho, identificou-se na Região da Campanha Meridional, especificamente no bioma Pampa Gaúcho, uma real potencialidade para criação de uma IG para a carne bovina e seus derivados, produtos ancorados na tradição e na cultura regional.

² Cabe agradecimentos ao CNPq, à CAPES e à FAPERGS pelo fomento ao projeto e pela concessão de bolsas de pesquisa.

Transcorrido aproximadamente um ano iniciaram-se reuniões de sensibilização, apoiadas no projeto do SEBRAE “Juntos pra Competir”, para fomento ao processo de construção da IG. Após uma série de seminários e eventos apoiados pelo SEBRAE, em 2005, fundou-se a APROPAMPA (Associação dos Produtores do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional).

A partir daí, em conjunto com a Embrapa Pecuária Sul e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o SEBRAE liderou consultorias que levantaram dados acerca da história, da tradição e da cultura da região, mapas com delimitações geográficas, laudos de flora e tipos de solo, que são documentos exigidos pela legislação para pedido de uma IG. Em 08 de agosto de 2005, a APROPAMPA depositou no INPI³ (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual), o pedido para a IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, tendo como produtos protegidos a carne bovina e seus derivados. Após análise, o pedido foi deferido e teve seu registro concedido em 12 de dezembro de 2006.

A região de produção da IP Pampa Gaúcho da Campanha meridional compreende parte de 8 (oito) municípios, sendo eles Bagé, Aceguá, Hulha Negra, Pedras Altas, Lavras do Sul, Dom Pedrito, São Gabriel e Santana do Livramento, delimitada em função da caracterização botânica dos campos, do tipo e do uso do solo destes municípios.

Segundo os entrevistados, a APROPAMPA sofre com um “*baixo número de adesão dos produtores, apesar de haver 109 associados*”. Cerca de apenas 10 (dez) associados são considerados ‘ativos’⁴, quer dizer, aqueles que realmente participam das atividades de produção da associação. Isso se deve em grande parte a outras formas de bonificação por produção de carnes de qualidade, como os Programas Hereford e Angus, que não necessariamente necessitam do regramento para produção exigido pela IP. Tal fato é explicitado por um dos entrevistados:

“Valorização. Preço. Esse é um problema sério. E eu creio que se tivesse esse preço, 15%, 20% mais que o valor de mercado... [...] Se juntava mais gente rapidamente. Porque hoje tem programas de premiação por abate de animais melhores, da carne Hereford, da carne Angus, e do novilho precoce. Dentes de leite, dois dentes. Determinado peso, com determinada terminação. Que mais ou menos são iguais ao sobrepreço da APROPAMPA. A APROPAMPA paga 1% mais.” (E1, junho de 2012)

Toda essa estrutura e problemática que hoje enfrenta a referida associação se deve, em grande medida, a todo o processo que envolveu a mobilização dos produtores, sua criação e o pedido de concessão da IP. Essa foi uma questão recorrente entre os diversos entrevistados, aparecendo sistematizada em um dos depoimentos, que relata que a motivação inicial não partiu dos próprios produtores, e sim de agentes externos:

“Todo esse contexto de que a indicação geográfica é uma coisa boa, veio da ideia de alguém, SEBRAE, Universidade, Embrapa ou o que seja, que a indicação geográfica é a melhor coisa. Não partiu deles [dos pecuaristas] tampouco. Então, há esse problema cultural, da mudança, da inovação, de tudo isso, e também, de que a ferramenta vem porque alguém [que não é produtor] disse que é uma boa coisa.” (E2, junho de 2012)

³ Conforme legislação brasileira (Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996), o INPI é o órgão responsável pela análise, deferimento ou indeferimento e concessão de IGs no Brasil.

⁴ Estritamente do ponto de vista produtivo, segundo os entrevistados.

Ainda, como pode ser observado no trecho abaixo, outro entrevistado relata que o SEBRAE contratou consultorias para desencadear todo o processo, não partindo a iniciativa dos próprios produtores:

“[...] o INPI exige muitos outros documentos, como a história, que isso na época o SEBRAE contratou uma historiadora, para levantar as informações. A questão também do trabalho cultural, da questão para elaboração de mapas. Tudo isso. Havia uma consultoria por trás. O professor Nabinger, da UFRGS, foi um dos consultores, ele que vinculou esse laudo técnico, porque essa região e a delimitação da área.” (E9, junho de 2012)

Após estruturada a APROPAMPA e concedida o selo da IP, conseguiu-se uma organização produtiva e mercadológica que de certo modo propiciou a chegada de produtos ao mercado. Em virtude da existência e concorrência com outros programas de bonificação para carnes de qualidade, como os Programas Hereford e Angus, o único frigorífico habilitado para abater as carcaças, não “comprou” e não apostou na ideia da IP, dificultando o fornecimento contínuo de produtos aos consumidores.

Atualmente, os consumidores não encontram no mercado produtos oriundos da APROPAMPA, o que prejudica cada vez mais a cadeia produtiva, não havendo incentivo para o real envolvimento dos associados com a associação e com o processo produtivo.

4. CONCLUSÕES

Desde nosso ponto de vista a conversão dessa cadeia produtiva em uma cadeia de valor depende, em última análise, do robustecimento das estruturas sociais de governança, da rearticulação e apropriação por parte, especialmente, dos produtores dos ativos territoriais que permitem a diferenciação do seu produto, mediante sua vinculação com o território, o ambiente natural, o saber local, a tradição e os aspectos socioculturais.

Neste sentido, a consolidação do capital social também se mostra essencial para que, tanto a APROPAMPA, quanto a IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional cumpram com seu real papel de fortalecimento do tecido sócio-produtivo, valorização do território e agregação de valor aos produtos e à cadeia produtiva.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SACCO DOS ANJOS, F. et al. sobre 'efígies e esfinges': indicações geográficas, Capital social e desenvolvimento territorial. In: DALLABRIDA, V. R. **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional**. São Paulo, SP: LiberArs, 2013. Cap.9, p. 159-196.

DULLIUS, P. R., FROELICH, VENDRUSCOLO, R. Identidade territorial e agricultura familiar – a abordagem das indicações geográficas no Brasil. In: **IV CONGRESSO INTERNACIONAL DE LA RED SIAL**, Mar del Plata, Argentina, 2008. Anais do IV Congresso Internacional de Sistemas Agroalimentares Localizados. Mar del Plata, 2008.

RENTING, H; MARSDEN, T; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and Planning A**, v. 35(4), 2003, p. 393-411.