

Recebimento: 17/01/2010

Aceite: 15/04/2020

AVALIAÇÃO PRELIMINAR DO PROJETO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DO FEIJÃO-MANTEIGUINHA DE SANTARÉM

A PRELIMINARY ASSESSMENT OF THE GEOGRAPHICAL INDICATION PROJECT INVOLVING THE *FEIJÃO-MANTEIGUINHA* FROM SANTARÉM

Rosiane de Sousa Cunha¹
Luciana Goncalves de Carvalho²

Resumo

Instigado pela originalidade de uma possível Indicação Geográfica (IG) no oeste do Pará e pelo seu potencial de gerar benefícios para agricultores locais, este artigo propõe uma avaliação preliminar do projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém, uma variedade de *Vigna unguiculata* (L.) Walp cultivada nesse município. O exame das condições em que tal projeto está sendo gestado, realizado por meio de trabalho de campo etnográfico, permite identificar seus principais responsáveis e as respectivas formas de atuação, revelando potenciais e limites da proposta. Com efeito, há forte entusiasmo entre representantes dos setores público e privado envolvidos no projeto, mas falta absolutamente aos produtores locais conhecimento do assunto. Assim, restam inobservados importantes critérios para concessão e gestão da IG, já amplamente expostos e debatidos na literatura pertinente. Portanto, frente às exigências implicadas no empreendimento, conclui-se que o Feijão-Manteiguinha de Santarém ainda não está apto a receber tal sinal distintivo.

Palavras-chave: *Vigna unguiculata* (L.) Walp. Feijão-Manteiguinha de Santarém. Indicação geográfica. Sinais distintivos. Santarém, Pará, Brasil.

Abstract

Motivated by the original possibility of a Geographical Indication (GI) product in the western state of Pará and its potential benefits for local producers, this paper carries out a preliminary assessment of the GI project involving the beans traditionally known as Feijão-Manteiguinha de Santarém – a variety of *Vigna unguiculata* (L.) Walp beans cultivated in Santarém in state of Pará, Brazil. The study of the conditions in which this project is emerging – via an ethnographic field work – allows identifying its main actors and their respective ways of working, which unveil likely potentials and limits in regard to the current proposal. Representatives of the public and private sectors linked to the project enthusiastically expressed their interest in it, but the local producers absolutely lack the necessary knowledge in connection with it. Thus, some important criteria for the issuance and

¹ Mestre em Ciências da Sociedade pela Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), Santarém – PA, Brasil. E-mail: rosi_historiadora@hotmail.com

² Doutora em Antropologia (uFRJ). Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Sociedade e do Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Natureza e Desenvolvimento, Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), Santarém – PA, Brasil. E-mail: luciana.gdcarvalho@gmail.com

management of a GI seal – which have been extensively treated and discussed by the literature on the topic – must still be met. Considering the necessary requirements for carrying out this initiative, it can be said that the Feijão-Manteiguinha from Santarém is not yet ready to receive this distinctive sign.

Keywords: *Vigna unguiculata* (L.) Walp. Feijão-manteiguinha from Santarém. Geographical indication. Distinctive signs. Santarém, Pará, Brazil.

Introdução

Este artigo analisa um processo, recentemente deflagrado, cujo propósito é obter o registro da Indicação Geográfica (IG) do Feijão-Manteiguinha de Santarém. Essa é uma variedade crioula de feijão-caupi (*Vigna unguiculata* (L.) Walp), cujos pequenos grãos de cor creme e hilo claro são muito apreciados na culinária local (CORUMBÁ, 2015). Tradicionalmente, o feijão-manteiguinha é consumido na receita de um prato regional denominado baião-de-dois, mas, ultimamente, tem sido aproveitado em vinagretes, saladas, risotos e até como pipoca em determinados círculos de gastronomia no estado do Pará.

Na esteira das inovações culinárias com o feijão-manteiguinha, a produção desse grão tem sido estimulada em diversos municípios do estado como uma promissora alternativa social e econômica, levando a uma expansão expressiva das áreas plantadas (BOTELHO *et. al.*, 2014). Aposta-se que o Pará, hoje importador de feijões, pode alternar as plantações do feijão-caupi com as de soja e milho, já amplamente desenvolvidas em localidades como Santarém, principal município do Baixo Amazonas.

A sojicultura foi introduzida nessa região nos anos 1990 e rapidamente se expandiu, substituindo a preexistente diversidade de espécies cultivadas. Segundo Goldfarb (2015), esse processo, que tem conexões globais, vem promovendo impactos relevantes na produção, circulação e distribuição de produtos alimentares para a população regional. Em contrapartida, pesquisadores e órgãos públicos têm implementado projetos com o objetivo de fomentar a diversificação da produção agrícola, principalmente entre pequenos produtores.

No âmbito de tais projetos, o feijão-manteiguinha tem sido objeto de ações de incentivo à produção (inclusive melhoramento) e comercialização, bem como de apoio à sua difusão e divulgação em circuitos gastronômicos. Destacam-se, nesse sentido, as iniciativas da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Pará (Emater) e do Fórum Estadual de Marcas Coletivas e Indicações Geográficas, criado em 2016 com a missão de incrementar o uso de sinais distintivos para produtos do Pará. Alinhando-se a um fenômeno crescente no Brasil, que envolve órgãos de estado, organizações de produtores, universidades, agências de fomento e outros entes, esse Fórum tem trabalhado em prol do registro de Indicações Geográficas para produtos selecionados.

Atualmente, os produtos para os quais se pretende a IG são: a Farinha de Bragança e o Queijo do Marajó, cujos processos estão em andamento; o Açaí das Ilhas de Belém, o Artesanato de Miriti de Abaetetuba, a Farinha de Tapioca de Americano, o Mel de Pirabas, o Piracuí de Prainha, o Tucupi de Vigia, a Castanha-do-Pará de Oriximiná, Pirarucu Defumado de Santarém, as Cuias de Santarém e o Feijão-Manteiguinha de Santarém, para os quais ainda não foi instruído processo de IG. O Cacau de Tomé-Açu, também focado pelo Fórum, recebeu a IG em 2019.

O processo de IG do feijão-manteiguinha ainda está em fase de instrução, correspondente ao desenvolvimento de pesquisas sobre o produto. Contudo, já vem sendo celebrado em alguns segmentos da sociedade santarena, na expectativa de que tal sinal distintivo venha a valorizar o produto e carrear benefícios para os produtores e o município de modo geral. Trata-se, pois, de uma proposta inovadora no âmbito regional, considerando que não há outra IG no Baixo Amazonas, onde diversos produtos da agrobiodiversidade são pouco valorizados.

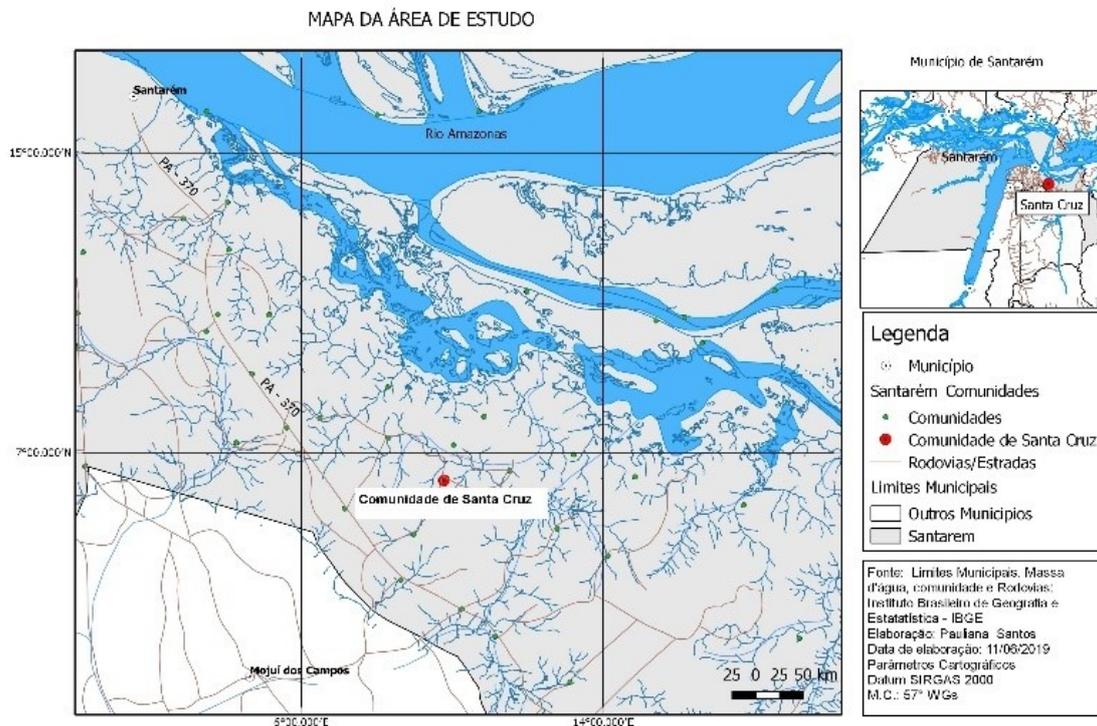
Nesse cenário, este estudo propõe examinar as condições em que o projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém está sendo gestado e avaliar, de modo preliminar, seus potenciais e limitações. Consideram-se, neste artigo, as características e os critérios gerais da aplicação desse instituto jurídico de propriedade intelectual, bem como a atuação dos principais agentes que dão suporte ao projeto de IG em questão.

Contexto e métodos

Este artigo fundamenta-se em fontes bibliográficas e documentais, e em trabalho de campo de caráter etnográfico, realizado entre 2017 e 2019 junto a alguns dos principais agentes envolvidos no projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém. Os dados secundários visam, primordialmente, a identificar características e critérios gerais da aplicação do instituto jurídico da IG no Brasil, bem como traçar o histórico do cultivo de feijão-caupi na região do estudo. Os dados obtidos e produzidos em campo, por sua vez, procuram descrever o circuito de produção e comercialização desse feijão, e, ainda, verificar como os agentes que interagem nesse circuito estão atuando no referido projeto de IG.

Com foco na circulação do feijão-manteiguinha, portanto, o trabalho de campo compreendeu espaços tão diversificados como roças, feiras, um restaurante e o escritório da Emater de Santarém. Esta última, além de estar envolvida na proposição da IG, desenvolve um projeto de melhoria da produção, divulgação e comercialização de feijão-manteiguinha junto a agricultores da comunidade Santa Cruz, delimitada como lócus do trabalho etnográfico (Figura 1).

Figura 1: Localização da comunidade Santa Cruz



Fonte: Santos (2019).

Localizada na região do Planalto Santareno, Santa Cruz é acessível através do ramal Poço das Antas, pela margem esquerda do km 27 da Rodovia PA-370, principal ligação entre o centro de Santarém e a hidrelétrica de Curuá-Una, inaugurada em 1977. A comunidade cresceu a partir dos anos 1980, devido à abertura da estrada, e teve sua ocupação intensificada na década seguinte, com a introdução e a rápida expansão da sojicultura na região. Atualmente, a paisagem local é marcada por extensos campos onde plantações de soja e milho se alternam, deixando pouco espaço para outros cultivos.³

Todavia as plantações de feijão-manteiguinha são um diferencial em Santa Cruz, o que motivou a realização de pesquisa etnográfica na localidade, baseada em observações diretas durante visitas às roças e entrevistas semiestruturadas. O trabalho de campo foi intermitente, pois dependeu da disponibilidade do coordenador da Associação Comunitária de Agricultores, Produtores Rurais, Criadores e Extrativistas de Santa Cruz (Acaprucesc), que atuou como informante-chave da

³ Apesar de não ser o foco deste artigo, cabe ressaltar que a expansão da sojicultura em Santarém correspondeu à emergência de conflitos agrários e ambientais relacionados ao avanço da fronteira agrícola e à incorporação de terras de pequenos produtores por fazendeiros originários do Centro-Sul do país. Não obstante, impactos negativos da soja em Santarém e adjacências se tornaram um dos principais focos de contendas no oeste do Pará. (BARBOSA; MOREIRA, 2017; NAHUM; PAIXÃO JÚNIOR, 2014).

pesquisa, na condição de produtor de feijão-manteiguinha e facilitador dos contatos com os demais agricultores.

Ressalta-se que, como as autorizações e condições de pesquisa em comunidades locais são definidas, em regra, pelas respectivas associações representativas, foi necessário adequar o trabalho de campo à agenda do líder da Acaprucesc, o que trouxe vantagens e desvantagens à pesquisa.⁴ Entre as primeiras está o fato de poder contar com “um intermediário que ‘abre as portas’ e dissipa as dúvidas junto às pessoas da localidade” (VALLADARES, 2007, p. 154). Por outro lado, pondera-se que alguns interlocutores possam ter omitido ou negado eventuais opiniões conflitantes com as do coordenador, quando entrevistados na sua presença, imprimindo bias aos resultados do estudo (BECKER, 1993).

Ainda para compreender especificidades da produção de feijão-manteiguinha em Santarém, um engenheiro agrônomo da Emater, responsável pelo projeto de apoio e fomento desse cultivo, foi formalmente entrevistado e informalmente consultado em diferentes momentos da pesquisa. Além de conceder informações técnicas sobre essa variedade de feijão, ele também esclareceu aspectos do plantio que não puderam ser apreendidos em Santa Cruz.

Por fim, também foram essenciais à pesquisa as informações fornecidas por um chefe de cozinha, proprietário de um restaurante que já foi premiado como o melhor do Norte por dois anos consecutivos (2018 e 2019) e tem no cardápio diferentes pratos preparados com feijão-manteiguinha. Além de esclarecer, do ponto de vista gastronômico, o diferencial dessa variedade em relação a outros feijões, o chefe, por ser um dos principais entusiastas do projeto de IG do Feijão-manteiguinha de Santarém, tornou mais claros os discursos que o vêm animando.

Marcos teóricos e jurídicos das Indicações Geográficas

A trajetória das Indicações Geográficas confunde-se com a história das trocas econômicas e culturais nas sociedades ocidentais (BERTOZZI, 1995; KAKUTA, 2006). Muito embora sua instituição formal tenha marcos legais no século XX, os antecedentes dessa modalidade de proteção a criações do trabalho humano remontam à Antiguidade, quando certos produtos, notadamente alimentares – vinhos, amêndoas e méis, por exemplo – já recebiam atenção diferenciada no que diz respeito ao estabelecimento de correlações entre aspectos como procedência e reputação, tendo em vista a função estruturante da alimentação na organização dos grupos sociais (POULAIN; PROENÇA, 2003).

Ao longo da Idade Média e da Idade Moderna, o cuidado com a identificação foi estendido aos mais variados produtos e se aperfeiçoou, em paralelo à própria expansão dos mercados da Europa. Cidades e até mesmo pequenos vilarejos europeus passaram a usar marcas próprias a fim de obter melhores ganhos nas negociações comerciais (PÉREZ, 2012). No entanto, como narra Chaudry (2006), diante de frequentes falsificações, exigiu-se o aprimoramento das normas e dos sistemas de atestação de origem e autenticidade dos produtos.

Entre os séculos XVII e XIX, diferentes países envidaram esforços para lidar com o assunto em tratados internacionais. Da Convenção da União de Paris, realizada em 1883, resultou o primeiro acordo internacional a instituir indicações de fonte e denominações de origem como matéria de propriedade industrial relativa às indústrias agrícola e extrativa, aplicando-se a todos os produtos fabricados ou naturais. Alguns anos depois, o Acordo de Madrid, datado de 1891 e revisado no século XX, reforçou, entre os países signatários, o compromisso de preservação dos produtos comerciais por meio de indicações de origens e registros de marcas.

Em 1994, o conjunto de acordos internacionais que encerrou a chamada Rodada do Uruguai definiu a substituição do Acordo Geral de Tarifas e Comércio pelo Acordo de Marraquexe, bem como decidiu pela criação da Organização Mundial do Comércio com o objetivo de supervisionar e liberalizar o comércio internacional. Do conjunto, destaca-se o Acordo TRIPs, derivação do nome em inglês: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (em português: Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio). Trazendo uma seção precisamente dedicada às IG, o Acordo TRIPs definiu-as como a identificação de um “produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica” (seção 3, Parte II). Para Pérez (2012), essa concepção da IG inova,

⁴ Um bom exemplo das vantagens e limitações da pesquisa de campo em condições semelhantes é dado por William Foote-Whyte (2005) no seu clássico trabalho com jovens integrantes de gangues em Boston.

em relação ao histórico europeu de proteção de produtos locais, ao reconhecer uma modalidade extensiva de proteção a produtos que devem sua reputação principalmente à área geográfica de origem, sem a exigência da conjugação de fatores naturais exclusivos ou essenciais.

Tal concepção de IG influenciou fortemente o processo de construção do quadro regulamentar desse dispositivo no Brasil, que tem como marco histórico e jurídico a promulgação da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Mais conhecida como Lei da Propriedade Industrial, ela institui a IG em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A primeira é definida como a designação do “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço” (Art. 177). Já a DO é apresentada como o “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (Art. 187).

Em outras palavras, a IP remete à notoriedade da origem geográfica de determinado produto, enquanto a DO depende de uma característica peculiar do produto ou serviço que seja estritamente ligada à sua região de origem (LOCATELLI, 2008). Para obter uma IP, portanto, o produto deve ser reconhecidamente proveniente de determinada área geográfica que lhe atribui qualidade ou reputação especiais. Já para obter uma DO, deve-se comprovar que o diferencial do produto advém de fatores intrínsecos às condições naturais (qualidade do solo ou clima, por exemplo) ou culturais (como o saber-fazer) em que ele é obtido ou produzido (ALMEIDA, 2001; BRANDÃO; SANTOS, 2016).

A obtenção da IG envolve um processo administrativo no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que deve ser instruído com: requerimento; descrição do produto ou serviço com base em estudos técnico-científicos; documentos que atestem a legitimidade do requerente; regulamento de uso do nome geográfico; delimitação oficial da área geográfica; etiquetas de representação gráfica, quando for o caso; e comprovante do pagamento de taxas pertinentes. Os produtores interessados na IG devem estar devidamente constituídos na região demarcada, além de serem comprovadamente habituados ao manejo do produto a ser registrado. Ainda, como cada registro deve relacionar um produto a um nome geográfico, todos os produtores devem estar formalmente organizados na condição de requerentes, o que exige práticas associativas de caráter burocrático, que grande parte deles desconhece ou evita. Por fim, o processo passa por minuciosa análise e possíveis diligências, as quais devem ser respondidas dentro de prazos estritamente delimitados pelo INPI.

Considerando a grande variedade de produtos regionais dotados de características culturais e históricas peculiares no Brasil, as IG têm, em tese, alto potencial de desenvolvimento no país. Contudo o instrumento ainda é, inegavelmente, subutilizado (DALLABRIDA, 2015). Ademais, as poucas IG concedidas a produtos nacionais concentram-se em pequeníssima variedade de produtos (mormente vinhos, espumantes e café), dando “seguimento a uma tradição eurocêntrica, ainda pendente de diálogo efetivo com os contextos regionais e diversidades culturais” (OLIVEIRA; MOREIRA, 2018, p. 268).

Produção, comercialização e divulgação do feijão-manteiguinha

Estudos sobre o feijão-caupi apontam que ele foi introduzido no Brasil, especificamente na Bahia, por força do intenso comércio com a África Ocidental durante o século XVI (GANDAVO, 2001; SOUZA, 1974). Dotado de alta capacidade de disseminação, esse feijão alcançou todas as regiões do país, tornando-se predominante no Norte, onde teve boa adaptação ao solo. Seu cultivo tornou-se comum entre agricultores familiares e empresariais na região, mas principalmente entre os primeiros, que praticam técnicas tradicionais de plantio e colheita (FREIRE FILHO *et. al.*, 2011). Além de fonte de trabalho e renda para esses agricultores, o feijão-caupi tornou-se um dos alimentos mais consumidos pela população regional, sobretudo pelas famílias de baixa renda, em cuja mesa passou a representar uma das principais fontes de proteína (ELOWAD; HALL, 1987).

Em Santarém, uma variedade específica de feijão-caupi, popularmente chamada manteiguinha, difundiu-se tanto nas extensas áreas de várzeas – terras marginais ao rio Amazonas, alagáveis nas enchentes de inverno – quanto na terra firme do Planalto Santareno. Atualmente, vem daí a maior parte da produção desse feijão, mais especificamente da comunidade Santa Cruz, que é reconhecida por possuir sementes de superior qualidade, responsáveis pelas melhores safras do município.

Das 98 famílias que habitam Santa Cruz, 25 cultivam o feijão-manteiguinha. Segundo os moradores, essa cultura remonta à fundação da própria comunidade, nos anos 1930. Conforme suas memórias, as quatro primeiras famílias instaladas na localidade já produziam feijão-manteiguinha em regime de mutirão: primeiro, faziam o roçado de uma família; depois, de outra, e assim sucessivamente. Todos trabalhavam: os homens, no serviço considerado pesado, de derrubada das árvores de grande porte e capina dos terrenos; as mulheres preparavam as refeições coletivas, ajudavam a capinar, preparavam a terra e plantavam as sementes, acompanhadas pelas crianças. Na pausa para o almoço, o próprio feijão-manteiguinha era servido com toucinho de porco, acompanhado de arroz e farinha.

Os interlocutores consultados na pesquisa indicam que, embora os mutirões tenham se tornado menos frequentes, os modos de fazer associados ao cultivo do grão em Santa Cruz mantêm-se, em grande medida, como no passado, dispensando maquinário e produtos químicos. O plantio é realizado em maio, e a colheita, entre julho e agosto. Um diferencial da produção local é associado à prática antiga e corrente entre os agricultores de selecionar de dois a seis quilos das melhores sementes do feijão: parte para o plantio subsequente, e parte para estocar ao longo dos anos em recipientes bem fechados.

Dois procedimentos no seu modo de fazer requerem atenção. O primeiro recai na seleção da sementes, pois não se pode misturar a do feijão-manteiguinha com a de outro tipo de feijão-caupi, porque, como dizem, “eles se cruzam rápido”. O segundo refere-se à escolha do recipiente para guardar o estoque de sementes: podem ser tambores, carotes⁵ e garrafas PET, mas devem ser hermeticamente fechados. Do contrário, as sementes serão atacadas pelo gorgulho (*Acanthoscelides obtectus*), um pequeno inseto que as fura e inviabiliza para cultivo. Segundo os agricultores de Santa Cruz, essa prática preserva as melhores sementes do produto, confirmando a afirmação de Freire Filho (2011) de que, no cultivo do feijão-caupi na região Norte, boa parte das sementes utilizadas, principalmente pelos pequenos produtores, tem origem nos próprios roçados, já que eles reservam parte de suas colheitas para os plantios no ano seguinte.

Quando a produção de feijão-manteiguinha começou a decair em Santarém, nos anos 1980, pesquisadores e técnicos agrícolas foram atraídos para Santa Cruz devido ao seu estoque de sementes, resultado da atenção especial dedicada ao feijão por muitas gerações de agricultores. Para Francisco Lorens, engenheiro agrônomo da Emater, era importante revitalizar essa cultura não só por causa dos benefícios econômicos que ela poderia proporcionar – no mercado, o feijão-manteiguinha tem maior valor comercial que as variedades comuns –, mas também para promover uma alimentação mais nutritiva à população, cujo cardápio lhe parecia restrito a “peixe com farinha, água e sal”.

Segundo Lorens, ainda na década de 1980, um projeto de pesquisa e fomento da produção do feijão-manteiguinha foi iniciado em Santa Cruz e em outras localidades, mas não teve vida longa. Em 2013, contudo, esse projeto foi reiniciado com incentivos financeiros da Prefeitura Municipal de Santarém. Por meio dele, agricultores de oito comunidades do Planalto e da várzea receberam da Emater 200kg de sementes para plantar, cada um, uma tarefa de feijão, o que equivale a cerca de 50m². A partir de então, teve início um movimento de valorização do produto Feijão-Manteiguinha de Santarém, envolvendo diferentes agentes. Em junho de 2013, o antropólogo Raul Lody escreveu um editorial sobre gastronomia dedicado a esse feijão. Após exaltar a culinária da Amazônia, que chegou a considerar como uma “reserva de alimentos para o mundo”, afirmou que:

[...] o “feijão de Santarém”, também conhecido como “manteiguinha de Santarém”, é um saboroso acompanhamento para o pirarucu fresco ou salgado, sendo ainda acompanhado com farofa. [...] O feijão de Santarém tem sabor, forma, cor, textura, e uso culinário peculiar. Ele faz parte da compreensão do “comer amazônico” [...]. Leguminosa de muitos tipos, cores, texturas e sabores, é o feijão. O feijão de Santarém é especial, e mais especial ainda se consumido na região e temperado com a energia da floresta (LODY, 2013, p. 1).

No bojo desse movimento de exaltação do Feijão-Manteiguinha de Santarém, ações de divulgação lideradas pelo chefe Saulo Jennings repercutiram nos últimos anos. Além de eleger o feijão-manteiguinha como carro-chefe do seu badalado e premiado restaurante, situado em uma bela praia de Santarém, Jennings tem participado de concursos e eventos de gastronomia com pratos preparados à base desse produto.

⁵ Termo usado na região para designar um tipo de vasilhame com alças, normalmente feito de plástico, cuja capacidade varia de cinco a dezenas de litros.

Em agosto de 2017, o chefe representou Santarém em uma edição especial da Feira Internacional de Turismo da Amazônia (FITA), realizada em São Paulo, onde foi recebido no renomado restaurante Tordesilhas para preparar pratos à base de feijão-manteiguinha, aviú, pirarucu e piracuí. Em setembro do mesmo ano, Jennings foi a Belém representar Santarém em mais uma edição da FITA, em cuja programação ocorreram a Mostra Gastronômica do Pará, o Seminário de Cooperação Pan-Amazônica para Desenvolvimento do Turismo e Gastronomia, a Oficina Culinária de Embutidos e Defumados, e a Reunião do Fórum Técnico de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado do Pará. Nesse evento, em um almoço reservado para membros do Fórum e seus convidados – entre os quais empresários, gestores públicos e autoridades –, o feijão-manteiguinha figurou junto a receitas elaboradas com outros ingredientes paraenses cotados para receber o registro de IG.

Além de se empenhar na divulgação do Feijão-Manteiguinha de Santarém, o chefe Jennings é um dos principais defensores do projeto de IG para esse produto, cujas características de sabor e textura do feijão julga peculiares. Na sua opinião, trata-se de uma grande oportunidade econômica para Santarém:

Feijão-Manteiguinha de Santarém tem total potencial para alavancar a gastronomia, a agricultura familiar, a geração de emprego e renda da nossa região. É um feijão que está conquistando o Brasil e o mundo. Ele cabe em diversos tipos de culinária. Tivemos uma mídia em rede nacional que foi no próprio Globo Repórter um mês e meio atrás, e, hoje, todo mundo pergunta sobre esse feijão. Então a gente tem que realmente trabalhar em cima dele, trabalhar na produção dele, na embalagem dele, para poder ele ganhar esse mercado que já está o aguardando (informação verbal).⁶

A declaração do chefe revela aspectos importantes ao interligar produção, divulgação e comercialização, levando a crer que a notoriedade e a reputação do Feijão-Manteiguinha de Santarém deverão resultar de um processo consciente e dedicado de construção de um produto para o mercado: “tem que realmente trabalhar em cima dele”. Fica claro que uma das dimensões centrais desse “trabalho” é a elaboração de uma imagem diferenciada do produto, envolvendo não só a mídia em torno dele, mas também a adoção de uma embalagem que o valorize.

A primeira providência nesse sentido foi tomada pela Emater no Festival Fatura – Comidas do Brasil, realizado em São Paulo/SP, em 2018. Segundo a própria empresa, o espaço para exposição e venda do feijão-manteiguinha da Acaprucesc no evento foi conquistado por intermédio da Rota Gastronômica Peixe da Esquina, que inclui produtos considerados referências culturais e econômicas do oeste do Pará. Na ocasião, para melhor apresentação do produto, a Emater aplicou-lhe um rótulo e uma embalagem em que figuram o nome, o endereço, a logomarca e o CNPJ da associação, inaugurando uma forma de identificação que destoa significativamente da forma como o feijão-manteiguinha é apresentado aos consumidores de Santarém, no ambiente das feiras e mercados populares.⁷

Nas entrevistas realizadas durante o trabalho de campo, os agricultores de Santa Cruz mostraram-se empolgados com a colocação do seu produto em eventos e mercados externos. Segundo o coordenador da Acaprucesc, as demandas têm crescido tanto nos últimos anos que a produção local já não supre o mercado recém-criado para exportação.

Em Santarém tem muita procura pelo feijão, e o pessoal está pedindo para fora também, está indo muito feijão daqui para Belém e até para São Paulo, onde eu participei de uma feira, agora recentemente. As pessoas de São Paulo estão ligando para negociarmos uma maneira de enviar este feijão para lá, só que a produção é pequena e não compensa mandar pouco só se for de tonelada. E para o próximo ano, se Deus quiser vamos organizar uma cooperativa para exportar (informação verbal).⁸

As declarações do coordenador dos produtores encontram eco nas do chefe Jennings, para quem:

O feijão-manteiguinha de Santarém, hoje, é muito mais consumido por pessoas de fora, do que de Santarém, hoje com a nomenclatura usando já e feijão-manteiguinha de Santarém, né?, ou

⁶ Entrevista concedida por Saulo Jennings a xxxxxxxx, em 18/05/2019.

⁷ Exceção a esse padrão de exposição é vista no Espaço Gastronômico Alter do Chão, localizado na vila homônima que constitui um dos principais destinos turísticos do Pará. O espaço revende produtos da indústria gastronômica Manioca, que opera principalmente via internet.

⁸ Entrevista concedida por Ronan Almeida a xxxxxxxx, em 09/2018.

simplesmente feijão de Santarém, então já se vende hoje em vários supermercados famosos o feijão-manteiguinha de Santarém (informação verbal).⁹

As recentes mudanças nas esferas de comercialização do feijão-manteiguinha cultivado em Santa Cruz estão notoriamente articuladas a um projeto mais incisivo de divulgação e difusão desse produto para circuitos comerciais que extrapolam a localidade produtora. Tais mudanças estão na base do projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém, entendido não só como produto agrícola, mas também como produto de uma elaboração sociocultural.

Contraditoriamente, a comunidade produtora compreende pouco o que está em jogo no processo que vivencia. Excetuando-se o coordenador da Acaprucesc, todos os agricultores entrevistados em Santa Cruz, quando indagados sobre as ações em torno do feijão-manteiguinha, referiram-se genericamente ao “projeto da Emater”. Nenhum deles soube informar sobre o projeto de IG. Alguns mostraram-se envergonhados, quando questionados a respeito, e revelaram que nunca haviam ouvido falar em Indicação Geográfica. Nesse aspecto, portanto, os resultados desta pesquisa endossam a preocupação de Oliveira e Moreira (2018) em relação ao papel dos produtores nos processos de registro de IG, nos quais deveriam, em sua concepção, exercer o protagonismo:

Esta preocupação com o protagonismo dos produtores e titulares do saber fazer é fundamental no processo de articulação para a construção de uma Indicação Geográfica cujo objeto seja um produto decorrente de conhecimento tradicional no contexto da alimentação e da agricultura, especialmente na Amazônia, dada a pluralidade de comunidades tradicionais e locais. Isto ressalta como elemento fundamental de um arranjo que vise não apenas fins econômicos, mas a preservação dos laços entre o produto e a sua origem a fim de que se concretize a sua inserção qualitativa no mercado e promova o desenvolvimento territorial da região produtora (OLIVEIRA; MOREIRA, 2018, p. 266).

Logo, embora representem passos importantes para a construção da imagem e da reputação do produto para o qual se pretende o registro, as ações que vêm sendo realizadas com o objetivo de obter a IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém são insuficientes para garantir o sucesso desse potencial sinal distintivo. Elas estão sensivelmente em descompasso com outras medidas que seriam igualmente relevantes para a consolidação de um projeto eficaz de IG, em especial, no que se refere à organização e à participação dos produtores, que deveriam ser os principais interessados no assunto.

Conclusão

As IG visam, principalmente, a distinguir: a origem do produto, por meio da identificação da área de produção, valorizando o território que lhe confere atributos peculiares, e a notoriedade do produto, valorizando qualidades relacionadas a saberes e técnicas tradicionais de produção (NASCIMENTO, DALLABRIDA, 2016). Logo, ela tem sido apontada como um instrumento jurídico capaz de conferir a proteção e, ao mesmo tempo, agregar valor a produtos tradicionais fortemente vinculados ao seu lugar de origem. Considerando as características da agricultura em Santarém, marcada nos últimos anos pelo avanço da monocultura da soja, tem sido aventado que uma IG do feijão-manteiguinha possa contribuir para o desenvolvimento de comunidades rurais, agregando valor a produtos e favorecendo sua inserção em mercados até então fechados. Avaliar, de maneira preliminar, os potenciais e limitações do projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém foi o objetivo deste artigo.

No que tange aos potenciais, ficou claro que, conforme Batista (2012, p. 35), a IG tem “a capacidade de aproximar agricultores de várias camadas, mas principalmente os agricultores familiares”, que são responsáveis pelas maiores taxas de ocupação e produtividade dos estabelecimentos rurais, mas, paradoxalmente, encontram as maiores dificuldades para manter suas propriedades. Oliveira e Moreira (2018) também alegam que a agregação de valor propiciada por uma IG pode, de fato, representar um aumento na renda dos produtores, seja pela alteração de preço dos produtos, seja pela expansão do volume de vendas, ou ainda pela conquista de novos mercados. Assim, o fortalecimento de vínculos entre produtores, a valorização comercial e cultural do produto e o fomento da agricultura familiar são alguns dos potenciais da IG em tela.

⁹ Entrevista concedida por Saulo Jennings em 18/05/2019.

Por outro lado, acompanhando Oliveira e Moreira (2018), nota-se que uma IG não deve se voltar meramente ao aspecto comercial do produto e precisa contribuir para a intensificação do vínculo comunitário com o território, compreendido globalmente como a terra e o conjunto de recursos naturais existentes, principalmente nas regiões menos favorecidas, mas ricas em conhecimentos tradicionais associados a esses recursos (OLIVEIRA; MOREIRA, 2018). Na mesma perspectiva, Oliveira (2015) pontua que, nos debates sobre IG na Amazônia, é preciso partir do fortalecimento e da valorização dos povos e comunidades tradicionais, e não do produto gerado. Essa é uma limitação do projeto de IG analisado.

Em se tratando especificamente da concepção e formulação desse projeto, o trabalho demonstrou que seus protagonistas têm sido representantes do Fórum Técnico de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas do Estado do Pará e do ramo da gastronomia. Enquanto esses agentes têm demonstrado firme vontade de obter o registro da IG e participado de vários eventos de divulgação do feijão, os produtores estão pouco informados do processo em curso. Entre eles, inclusive, não é possível constatar a vontade de obter tal IG, à exceção do líder da Acaprucesc, que tem atuado em proximidade com os primeiros.

A despeito do entusiasmo dos agentes dos setores público e privado envolvidos no projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém, não tem havido iniciativas eficazes de qualificação dos produtores para lidar com a IG, nem mesmo um processo de esclarecimento deles sobre o processo que os afeta. A pesquisa tornou nítida a falta de informação dos agricultores sobre o projeto de IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém, já que nenhum deles sabia do que se tratava, nem mesmo soube responder o que viria a ser uma IG e qual seria sua importância para um produto como o feijão-manteiguinha.

Ora, toda a literatura sobre os institutos de propriedade intelectual atesta que qualquer processo de registro de uma IG deve vir acompanhado da vontade da comunidade produtora, mas também da consciência da dimensão desse processo, com as responsabilidades que ele envolve, inclusive de controle dos procedimentos para operação dos conceitos relacionados à IG e à sua aplicação ao mercado. Em outras palavras, o protagonismo da comunidade produtora é fundamental para o sucesso de uma IG.

Os agricultores de Santa Cruz não são protagonistas do projeto da IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém. Ele nasceu em setores do Estado e do mercado, e, por mais que venha circulando em camadas da sociedade paraense, até o momento não chegou a ser suficientemente dialogado com o segmento mais interessado e, em tese, beneficiado com a IG, que é a comunidade produtora. Logo, são condicionantes da viabilidade do projeto a realização de ações públicas imediatas com o objetivo de suprir a desinformação dos agricultores a respeito das diferentes exigências – burocráticas, administrativas e até mesmo técnicas em relação à qualidade da produção – que terão de gerenciar, caso o projeto de IG vá adiante. Afinal, por mais importantes que sejam as ações inovadoras de divulgação e comercialização do Feijão-Manteiguinha de Santarém por pesquisadores, autoridades e comerciantes, a produção do grão segue sendo prerrogativa dos agricultores.

Em suma, no projeto analisado há lacunas que precisam ser preenchidas, sobretudo no sentido de melhorar a informação dos produtores para a compreensão do conceito de IG e suas implicações, entre elas as responsabilidades relativas à organização e à qualificação da comunidade produtora para se relacionar com o mercado. Em outras palavras, reitera-se que necessariamente deve haver um grupo de produtores com organização e conhecimento suficientes para assumir os encargos da solicitação de uma IG e da inserção de um produto com essa proteção em uma economia de mercado.

Embora a comunidade de Santa Cruz esteja formalmente organizada na Acaprucesc, por meio da qual os produtores de feijão manteiguinha recebem assistência de órgãos como a Emater, o tipo de organização exigida para concretização de uma IG ultrapassa a mera formalidade. Ao mesmo tempo em que a comunidade é receptiva aos projetos de melhoramento do feijão, os agricultores também deveriam ser esclarecidos e orientados acerca do projeto de IG, destacadamente sobre o nível de comprometimento social e econômico que ele exige. Ademais, urge avaliar a conveniência e a oportunidade dessa proteção – frise-se: na perspectiva dos produtores – a fim de definir a viabilidade, ou não, do registro da IG do Feijão-Manteiguinha de Santarém. Trata-se de considerar não só o aspecto econômico que o instrumento da IG pode desenvolver, mas também os seus eventuais desdobramentos para a preservação dos valores e conhecimentos tradicionais associados à produção do grão.

Referências

- ALMEIDA, A. F. R. IG, Indicação de proveniência e denominação de origem: os nomes geográficos na propriedade industrial. In: ALVAREZ ENRÍQUEZ, C. P. **Derecho del vino: denominaciones de origen**. Santiago: Editora Juridica de Chile, 2001.
- BARBOSA, J. A.; MOREIRA, E. C. P. Impactos socioambientais da expansão do agronegócio da soja na região de Santarém-PA e a crise dos instrumentos de governança ambiental. **Revista Jurídica Da UNI7**, v. 14, n. 1, p. 73-87, jan./jun. 2017. Disponível em: <<https://www.uni7.edu.br/periodicos/index.php/revistajuridica/article/view/258/294>>. Acesso em: 15 jul. 2019.
- BATISTA, L. A. **A Indicação Geográfica como indutora da organização dos pequenos Produtores: o caso “Café das Montanhas do Sul de Minas Gerais”**. 2012. 114 f. Dissertação (Mestrado em Política Social). Escola de Serviço Social, Universidade Federal Fluminense, 2012.
- BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v. 6, p.143-147, 1995.
- BECKER, H. S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: HUCITEC, 1993.
- BOTELHO, S. M. Produtividade de Grãos de Cultivares de Feijão-Caupi [*Vigna unguiculata* (L.) Walp] no Município de Belém, Pará. **Comunicado Técnico Embrapa** n. 259, Belém, dez. 2014. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/118766/1/Com-Tec-259.pdf>>. Acesso em: 20 jun 2017.
- BRANDÃO, B. O.; DOS SANTOS, J. A. B. A valorização dos produtos tradicionais através da indicação geográfica: o potencial do aratu de Santa Luzia do Itanhy. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, Blumenau, v. 4, n. 2, p. 149-175, dez. 2016. ISSN 2317-5443. Disponível em: <<https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rbdr/article/view/5383>>. Acesso em: 05 jan. 2020. doi:<http://dx.doi.org/10.7867/2317-5443.2016v4n2p149-175>.
- CHAUDRY, P. E. Managing intellectual property rights: government tactics to curtail counterfeit trade. **European Business Law Review**, v. 17, n. 41, p. 939-958, 2006.
- CORUMBÁ, L. G. **Avaliação da qualidade de sementes *Vigna unguiculata* (L.) Walp após processo de secagem em leito de jorro**. 2015. 162 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Recursos Naturais da Amazônia). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Recursos Naturais da Amazônia, Universidade Federal do Pará, Instituto de Tecnologia, Belém, 2015.
- DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no Estado de Santa Catarina**. São Paulo: LiberArs, 2015.
- ELOWAD, H. O. A.; HALL, A.E. Influences of early and late nitrogen fertilization on yield and nitrogen fixation of cowpea under well-watered and dry field conditions. **Field Crops Research**, v.15, p. 229-244, 1987.
- FOOTE-WHYTE, William. **Street corner society**. Chicago: The University of Chicago Press, 1993.
- FREIRE FILHO, F. R. *et al.* **Feijão-caupi no Brasil: produção, melhoramento, avanço e desafios**. Teresina: Embrapa Meio-Norte, 2011.
- GANDAVO, P. M. **Tratado da Terra do Brasil: história da província Santa Cruz, a que vulgarmente chamamos Brasil**. Brasília: Senado Federal, Conselho Editorial, 2008.
- GOLDFARB, Y. Expansão da soja e financeirização da agricultura como expressões recentes do regime alimentar corporativo no Brasil e na Argentina: o exemplo da Cargill. **Revista NERA, Presidente Prudente**, v. 18, n. 28, p. 32-67, 2015.

KAKUTA, S. M. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2006.

LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas: a proteção jurídica sob a perspectiva do Desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá, 2008.

LODY, R. **Feijão do Norte: feijão manteiguinha de Santarém**. 2013. Disponível em: <<http://www2.sidneyrezende.com/noticia/210749+fejao+do+norte+fejao+manteiguinha+de+santarém>>. Acesso em: 11 dez. 2018.

NAHUM, J. S.; PAIXÃO JÚNIOR, P. R. C. Encontros e desencontros: fronteira, agronegócio da soja e campesinato no Planalto Santareno (PA). **Revista NERA**, Presidente Prudente, v. 17, n. 25, p. 47-70, jul./dez. 2014.

NASCIMENTO, J. N.; DALLABRIDA, V. R. Direito e desenvolvimento territorial: as questões legais que envolvem a indicação geográfica de produtos e serviços no Brasil e no exterior. **Colóquio**, Taquara, v. 13, n. 1, p. 33-54, jan./jun. 2016.

OLIVEIRA, A. B. **Indicações Geográficas, produtos tradicionais e desenvolvimento territorial na Amazônia: um olhar sobre o projeto de Indicação Geográfica da farinha de Bragança**. 2015. 191 f. Dissertação (Mestrado em Direito). Programa de Pós-Graduação em Direito, Universidade Federal do Pará, Belém. 2015.

OLIVEIRA, A. B.; MOREIRA, E. C. P. **Indicações Geográficas e Agrobiodiversidade no contexto amazônico: a necessidade de um desenvolvimento territorial que leve em consideração a identidade cultural inerente aos produtos oriundos do conhecimento tradicional**. *Revista de Direito Econômico e Socioambiental*, Curitiba, v. 9, n. 2, p. 261-280, mai./ago. 2018. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6811008>>. Acesso em: 5 jan. 2020.

PÉREZ, F. S. Las diferencias entre las marcas y las Denominaciones de Origen. In: CONGRESO NACIONAL DE DERECHO VITIVINÍCOLA, 1, 2012, Mendoza. **Anais eletrônicos...** Mendoza, Seain, 2012. Disponível em: <<http://adevi.com.ar/info/La%20diferencia%20entre%20las%20marcas%20y%20las%20DO.pdf>>. Acesso em: 4 ago. 2019.

POULAIN, J. P; PROENÇA, R.P.C. O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. **Revista de Nutrição**, Campinas, v.16, n.3, p. 245-256, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732003000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 4 ago. 2019.

VALLADARES, L. Os dez mandamentos da observação participante. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 22, n. 63, p. 153-155, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092007000100012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 7 jun. 2019.



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional.