

**Indicações Geográficas:
Potencialidades do Mel do
Território do Jalapão, Estado
do Tocantins, Brasil**

**Paulo Tizoni Paraná¹
Alcido Elenor Wander²**

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo expor aspectos e características diferenciadas que podem sugerir que o mel do Território do Jalapão, no Estado do Tocantins, venha a ser um produto com Indicação Geográfica (IG). A condição de IG poderá contribuir para o fortalecimento da economia local e regional, pela melhoria da produção e profissionalização da comercialização, proporcionando crescimento e qualidade de vida aos pequenos produtores, criando assim um elemento de competitividade no agronegócio, para o Estado do Tocantins.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Desenvolvimento Regional; Arranjo Produtivo Local.

Introdução

Encontra-se em andamento um estudo da cadeia produtiva do mel em Território da Cidadania do Jalapão, no Estado do Tocantins, aderente ao modelo de desenvolvimento Regional do MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário, tendo como objetivo o fortalecimento das cadeias produtivas a partir do pequeno produtor, propiciando a reestruturação e o fortalecimento da agricultura familiar.

O estudo em evidência descreve um modelo de produção do mel e a forma como tramita dentro da cadeia até chegar ao consumidor final. Paralelamente ao estudo que contempla o aspecto da produção, da colheita, do processamento em laboratório e da comercialização do mel, foi constituída uma equipe multidisciplinar que assessora o pequeno produtor. Esta equipe considera o viés da sustentabilidade bem como expertises que cadastram a flora apícola a fim de ter conhecimento e avaliar a amalgama floral que influencia na qualidade e sabor diferenciado de um produto que dado às condições geográficas, com a flora e a fauna preservada, que é privilegiada pelo fato de não sofrer

¹ Administrador, Discente do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Desenvolvimento Regional das Faculdades Alves Faria (ALFA). Email: paulotparana@yahoo.com.br

² Embrapa Arroz e Feijão, Santo Antônio de Goiás - GO & Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Desenvolvimento Regional das Faculdades Alves Faria (ALFA). Email: alcido.wander@embrapa.br

interferência de ordem química, o que possibilita a priori uma Indicação Geográfica (IG) do mel do Jalapão.

Conforme o INPI (2014), as Indicações Geográficas se referem a produtos ou serviços que tenham uma origem geográfica específica. Seu registro reconhece reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao mundo que uma certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo diferenciado e de excelência.

O trabalho visa expor aspectos e características diferenciadas que podem sugerir que o mel do Território do Jalapão, no Estado do Tocantins, venha a ser um produto com IG. Esta condição contribuirá para o fortalecimento da economia local e regional, pela melhoria da produção e a profissionalização da comercialização, proporcionando crescimento, e qualidade de vida aos pequenos produtores, criando assim elementos de competitividade ao agronegócio, para o Estado do Tocantins. O trabalho está estruturado em introdução, referencial teórico, metodologia, resultados e discussão, e considerações finais.

1. Referencial Teórico

A biodiversidade do Cerrado inclui cerca de 10.000 espécies de plantas, 161 de mamíferos, 837 de aves, 120 de répteis e 150 de anfíbios (MYERS *et al.*, 2000). A fitofisionomia cerrado, no sentido lato, ocupa cerca de 85% da área total coberta pelo Bioma Cerrado, e os outros 15% seriam ocupados por corpos d'água e outros tipos de vegetação. É considerada por especialistas como sendo a savana de maior proporção do planeta e a mais rica em espécies do mundo (HOTSPOT, 2000).

A região do Jalapão é dominada por fisionomias campestres com manchas de formações savânicas, com predominância de cerrado ralo. Quase toda a cobertura ocorre sobre substrato arenoso, variando somente em relevo, profundidade e drenagem. Em alguns locais ocorrem afloramentos rochosos em que se pode observar o adensamento do estrato arbóreo, caracterizando cerradões. Matas de galerias são raras e em pouco locais chegam a ultrapassar os limites de 10m em cada margem do curso d'água (SEPLAM, 2003). Nas cabeceiras dos cursos d'água são bem comuns veredas rodeadas por campos úmidos, que formam faixas de ocorrência quase que paralelas ao curso d'água adjacente, em zonas de veredas e formações savânicas (SCHMIDT, 2005).

A região do Jalapão faz parte do bioma Cerrado. É reconhecida como sendo uma área com boa preservação segundo avaliação do Ministério do Meio Ambiente (MMA), e está definida como área de extrema importância e urgência para fins de conservação (MMA, 2007). Apenas 3,88% da superfície ocupada pelo Cerrado faz parte de Unidade de conservação (MICOSYS, no prelo), e dentre elas estão duas áreas contíguas no Tocantins: Geral de Tocantins, com 716.306 ha, e o Parque Estadual do Jalapão, com 158.885 ha. Essas duas áreas representam a maior área contígua protegida de Cerrado no mundo (CI, 2002).

Segundo Eiten (1993), no Brasil há cinco expressivas e diferenciadas vegetações, sendo: a Floresta Amazônica ao norte; o Cerrado no Brasil Central; a Floresta Atlântica e a Caatinga no Nordeste, que antes perfazia uma extensa faixa que ia do Nordeste ao Sul do país; e as Pradarias de campos limpos, ou Pampas, localizadas na Região Sul. O Cerrado é o

segundo maior bioma brasileiro em área. Recobre aproximadamente 2 milhões de Km², que representa 22% da superfície do Estado Brasileiro (OLIVEIRA-FILHO e RATTER, 1997).

Conforme registros no Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), quando da elaboração do Plano Nacional para o Fortalecimento das Cadeias Produtivas, que sustenta a Política Nacional de Desenvolvimento Regional, o Território Jalapão conta com oito municípios e uma população de 28.561 habitantes, dos quais 12.019 vivem no meio rural, sendo 42% da população vinculada a 2.073 estabelecimentos de agricultura familiar, 183 famílias assentadas e quatro comunidades quilombolas. A densidade populacional da região é extremamente baixa, entre 0,3 e 0,7 habitantes/km², e a maior parte vive na zona rural.

A concretização da IG trará benefícios incomensuráveis ao produtor que é a proteção e a segurança de se ter um produto e/ou serviço que tem sua diferenciação caracterizada por uma região/localidade levando em conta suas especificidades. Isso assegurará a autenticidade da IG, o que dá credibilidade ao produto e/ou serviço, abrindo oportunidades em mercados promissores.

2. Metodologia

Foi realizada uma revisão bibliográfica acerca do tema Indicações Geográficas (IG) e foram incorporados dados de um diagnóstico do arranjo produtivo local do mel na região do Jalapão (Estado do Tocantins), com vistas a potencializar as atividades existentes na região. Trata-se de uma análise exploratória, de caráter qualitativo, na qual é feita uma discussão acerca do tema diferenciação de produtos locais, com atributos de qualidade diferenciados, como acredita-se que seja o mel produzido na região do Jalapão (Estado do Tocantins).

3. Resultados e discussão

A região do cerrado se constitui a partir da variação do clima associado ao relevo e ao solo, formando assim espécies melíferas e poliníferas que destacam o mel do Jalapão se comparado com o mel produzido em outras regiões do Brasil e do mundo.

Há que se considerar que o cerrado tem uma vegetação atípica com uma flora própria só encontrada em nosso país no Estado do Tocantins em Território do Jalapão. No Brasil, as IGs podem ser de duas espécies: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO).

O interesse maior para IG é atingir o consumidor, levando ao mesmo uma informação que faz o diferencial do mel do cerrado tocantinense, considerando aspectos de ordem geográfica e de qualidade do produto em função de sua origem.

Assim, ter-se-á um diferencial competitivo que efetiva a fidelização do cliente, uma vez que o produto estará etiquetado com a IG, o que assegura o consumo de um produto seguro e de qualidade evidenciando as especificidades regionais. Este aspecto facilita o processo de comercialização e a inserção em mercados diversos (regional, nacional e internacional), já que o mesmo reúne os elementos que o tornam competitivo, principalmente para o mercado externo.

Toda atividade necessariamente tem o seu enquadramento de ordem fiscal, uma vez que produtos e serviços são tributáveis e desta forma estão atrelados a normas e regras

ditadas pelos órgãos competentes. No caso da IG a que se faz referência nesta matéria, também há uma regulamentação exigida pela Organização Mundial do Comércio (OMC), embasado no Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPs).

O Quadro 1 apresenta o conjunto de leis que regulam, normatizam e orientam os procedimentos necessários para se obter uma IG no Brasil, bem como a comercialização de produtos certificados.

Quadro 1: Legislação relacionada a propriedade industrial, tratados internacionais e obtenção de Indicações Geográficas (IG) no Brasil

Legislação	Objeto
Decreto nº 1.355, de 30/12/1994 (DOU 31/12/1994, Seção I, Suplemento ao N.248-A)	Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT no Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPs).
Convenção da União de Paris, 1880 e revisões posteriores.	Convenção da União de Paris para proteção da propriedade industrial.
Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 - Presidência da República.	Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.
Instrução Normativa INPI nº 25/2013, de 21/08/2013	Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.

Fonte: INPI (2014).

Pode-se afirmar que o conjunto de leis apresentadas são partes de ferramentas que viabilizam com segurança os procedimentos para instituir a IG dentro do viés da sustentabilidade, protegendo os produtos específicos de determinada região, contra falsificações, fortalecendo a procedência e a reputação do mesmo.

São aspectos importantes que contribuem para uma diferenciação, aumentando o valor agregado do mesmo, estimulando a produção e os investimentos, já que a IG cria identidade, tradição e reputação ao produto ou serviço que passa a encorpar o fator competitividade.

Os benefícios de uma IG são diversos, Cerdan *et al.* (2010, p.42) destacam algumas:

- Gera satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados no mercado com a IG, valorizando o território e o conhecimento local;
- Facilita a presença de produtos típicos no mercado, que sentirão menos a concorrência com outros produtores de preço e de qualidade inferiores;
- Contribui para preservar a diversificação da produção agrícola, as particularidades e a personalidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região e país;
- Aumenta o valor agregado dos produtos, sendo que o ciclo de transformação se dá na própria zona de produção;
- Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que são submetidos a controles de produção e elaboração;

- Aumenta a participação no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico;
- Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto nos métodos de produção, fabricação e elaboração do produto, em termos de identidade e de tipicidade da região;
- Melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da IG, espera encontrar um produto de qualidade e com características determinadas;
- Estimula investimentos na própria zona de produção (novos plantios, melhorias tecnológicas no campo e na agroindústria);
- Melhora a comercialização dos produtos, facilitando o acesso ao mercado através de uma identificação especial; isso se constata, especialmente, junto às cooperativas ou associações de pequenos produtores que, via de regra, possuem menor experiência e renome junto ao mercado;
- Gera ganhos de confiança junto ao consumidor quanto à autenticidade dos produtos, pela ação dos conselhos reguladores que são criados e da autodisciplina que exigem;
- Facilita o marketing, através da IG, que é uma propriedade intelectual coletiva, com vantagens em relação à promoção baseada em marcas comerciais;
- Promove produtos típicos;
- Facilita o combate à fraude, ao contrabando, à contrafação e às usurpações; e
- Favorece as exportações e protege os produtos contra a concorrência desleal externa.

Temos diversos casos tanto no Brasil como em outras localidades do globo que ressaltam os muitos benefícios daqueles que ousam investir no caminho da IG.

Alguns dos exemplos mais exitosos de IGs no mundo são os seguintes:

- França:
 - Champagne: vinhos espumantes;
 - Bourdeaux: vinhos tintos;
 - Rochefort, Comté, Cantal, Camembert: queijos;
 - Cognac: destilado de vinho branco;
- Portugal:
 - Porto: vinho;
 - Serra da Estrela: queijo;
- Itália:
 - Parma: presunto;
 - Parmigiano Reggiano; queijo parmesão;
 - Grana Padano: queijo;

- Espanha:
 - Pata Negra: presunto cru;
 - Alicante e Jijona: torrões;
 - Cea: pão artesanal;
 - Montes de Toledo: azeite de oliva;

- África:
 - Galmi: cebola violeta do vale do Ader, no Sudeste do Níger;
 - Os chás do Quênia;

- América Latina:
 - O café da Colômbia;
 - O pisco no Peru;
 - A tequila e o café vera cruz no México;
 - O café Blue Mountain da Jamaica;
 - Os charutos de Cuba.

Pela experiência de IGs na Europa, este instrumento representa uma poderosa estratégia de desenvolvimento regional, especialmente para regiões menos favorecidas em recursos naturais.

No Brasil, o registro de IGs é recente. Os primeiros exemplos de IGs brasileiras foram:

- “Vale dos Vinhedos” - Vinhos tinto, branco e espumante, no RS, reconhecida em 2002;
- “Região do Cerrado Mineiro” – Café, em MG, reconhecida em 2005;
- “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” – Carne bovina e seus derivados, no RS, reconhecida em 2006;
- “Paraty” - Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada, no RJ, reconhecida em 2007.

A partir de 2011 houve um expressivo crescimento do número de IGs reconhecidas no Brasil. Conforme informações do INPI (2014), o Brasil possuía 39 IGs em 14/10/2014. Destas, 31 eram Indicações de Procedência (IP) e 8 eram Denominações de Origem (DO).

Tendo em vista os exemplos acima dos casos mais famosos de IGs no mundo, quando se atinge o mercado internacional conta-se com o apoio e proteção jurídica Convenção de Paris – CUP 1983; o Acordo de Madri em 1981 e o Acordo TRIPS em 1995.

Desta forma, uma vez que o produto sai do padrão de uma avaliação comum tanto pelo produtor como para os mercados onde se posiciona o consumidor final, tendo assim, agregação de valor ao produto ou serviço. Isto o torna incomum, que passa a ser um fator de diferenciação, quando comparado com outros produtos similares, preservando-se assim as particularidades do produto ou serviço, bem como o patrimônio específico da região. A consequência é o fortalecimento econômico como um todo, pelo natural estímulo de investimento na área de abrangência delimitada pela IG, trazendo benefícios diversos que atende em um primeiro momento a valorização do produto, tendo impacto econômico, social, tecnológico e ambiental.

O que diferencia o mel do Jalapão dos méis do Brasil e do mundo é a flora apícola oriunda do cerrado, que abriga uma vegetação própria, cuja característica é única no planeta (ICMbio, 2015), não tendo algo similar, isto por si só recomenda a IG, que trará inúmeros benefícios para a região, sendo:

- Social: propicia a inclusão social, pelo aproveitamento da mão de obra local, proporcionando qualidade de vida;
- Econômico: geração de emprego, renda, fortalecimento da economia local, regional e conseqüentemente, resguardadas as devidas proporções, também no cenário nacional e internacional;
- Ambiental: a atividade da apicultura não traz qualquer agressão ao meio ambiente, desta forma ocorre naturalmente a preservação das espécies floríferas nativas, adequado aproveitamento e destinação dos resíduos melhorando a interação do homem com o meio ambiente;
- Tecnológico: pelo aprimoramento do processo produtivo com base nas novas tecnologias de produção.

A produção tocantinense junto ao cenário nacional contribui com 124.827kg (2012). Não é feita a divulgação de dados separados, específicos para a região do Jalapão, apenas para municípios isolados. Pesquisa recente feita na região do Jalapão (Projeto JALAMEL³) identificou 246 apicultores detentores de aproximadamente 690 colmeias, os quais produzem de forma artesanal em média 4 safras anuais com até 12kg por safra, nestas condições a produção do Jalapão está em torno de 33.120 toneladas/ano.

Tabela 1 - Produção de Mel (toneladas) nos Estados da Região Norte - 2008 a 2012

Região Norte e Estados	Produção (toneladas)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Brasil	37.836.434	39.029.631	38.072.673	41.792.775	33.931.503
Norte	857.270	821.058	921.781	946.072	926.149
Rondônia	1º 160.600	1º 168.403	1º 171.990	1º 184.770	1º 175.673
Acre	5º 5.060	5º 5.966	5º 5.203	5º 5.289	5º 6.300
Roraima	3º 132.530	2º 133.125	3º 133.560	3º 132.135	2º 131.986
Amapá	4º 7.753	4º 7.599	4º 7.752	4º 8.104	4º 8.305
Tocantins	2º 134.864	3º 129.885	2º 156.171	2º 153.485	3º 124.827

Fonte: IBGE - Pesquisa Pecuária Municipal (2014).

Pela tabela 1, observa-se que o Tocantins, em relação à região norte, tem um bom desempenho, mantendo-se como o 2º maior produtor da Região Norte em 2008, 2010 e

³ O JALAMEL é um dos projetos incluídos no projeto Tecnologias Sociais desenvolvido pelas instituições UFT, Unitins, Unirg, IFTO, financiado pelo Finep – Financiadora de Estudos e Projetos com contrapartida e gerência administrativa e financeira da SECT – Secretaria Estadual da Ciência e Tecnologia.

2011; em 2009 ficou em 3º lugar; e 2012 figura como 3º maior produtor, já com o uso das novas tecnologias de produção, considerando 25kg por safra e tendo 4 (quatro) colheitas anuais, a produção do Jalapão dá um salto para 69.000 toneladas. Isso coloca o Tocantins como sendo o maior produtor da região norte e melhorando significativamente a contribuição junto ao cenário nacional.

Quanto à comercialização do mel na região do Jalapão, 87% é destinado ao varejo, sendo que 97% desse quantitativo é vendido ao consumidor final com as vendas feitas na própria residência, já 10% vai para o atacado, através de intermediários ou diretamente vendidos a supermercados, feiras municipais locais e 3% destinados às vendas, para atender encomendas, porta-a-porta e outras formas, segundo dados do Projeto JALAMEL.

Ainda não é possível afirmar de quanto seria o acréscimo no valor de comercialização do produto com um possível reconhecimento de uma IG. O que é percebido são acréscimos que variam entre 30% e 300% em relação ao valor do mesmo produto sem a IG (CERDAN et al., 2010). Fato é que, com o selo de uma IG, o produto pode ser comercializado mundialmente e, assim, abrem-se novas oportunidades de mercado para este produto, tão importante para a região do Jalapão.

Considerações finais

Com a IG, busca-se o estabelecimento de qualidade e leva-se em conta o aspecto histórico e as características específicas próprias que permitem o nascimento de um produto inconfundível já que o mesmo passa a ter uma identificação que assegura o direito de propriedade de marcas e patentes.

O mel do território tocantinense reúne todos os elementos que o recomendam para a busca da IG. No entanto, a busca de uma IG é produto de muito esforço, que tem por base reconhecer a diferenciação de seu produto como forma de valorização que faz a distinção entre um produto comum e o produto certificado, que automaticamente tem o seu potencial competitivo inegável.

Após avaliadas as condições da região, segue-se um diagnóstico com o fim específico ao final do qual tem-se a leitura que poderá ou não referendar a busca pelo reconhecimento e a implementação da IG para um determinado produto.

Referências

CERDAN, C.M.; BRUCH, K.L.; SILVA, A.L. da (Orgs.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 2ª ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEAD/UFSC/FAPEU, 2010. 376p.

EITEN, G. The cerrado vegetation of Brazil. **Botanical Review**, v.38, n.2, p.201-341, 1972.

IBGE. **Pesquisa Pecuária Municipal**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 27 out. 2014.

ICMBIO. **Projeto Corredor Ecológico da Região do Jalapão**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/projetojalapao/pt/biodiversidade-3/fitofisionomias.html?showall=1>>. Acesso em 14 fev. 2015.

INPI. **Indicação Geográfica**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 12 nov. 2014.

OLIVEIRA, P.S. MARQUIS, R.J. **The Cerrados of Brazil: ecology and natural history of neotropical savanna**. 2002.

SANTOS, C.F. **Avaliação do período de florescimento das plantas apícolas no ano de 1960, através do pólen contido nos méis e dos coletados pelas abelhas (*Apis mellifera* L.)**. An. ESALQ, Piracicaba, n.21, p.253-261, 1964.

SCHMIDT, I.B. **Etnobotânica e ecologia populacional de *Syngonanthus nitens*: "sempre-viva" utilizada para artesanato no Jalapão, TO**. Programa de Pós Graduação em Ecologia. Universidade de Brasília, Brasília. 2005.

