



Desenvolvimento Regional em Debate
ISSN: 2237-9029
valdir@unc.br
Universidade do Contestado
Brasil

Um estudo das rendas artesanais Singeleza e Puntino AD AGO: marca coletiva ou indicação geográfica?

Melo, Cerize Maria Ramos Ferrari de; Uchôa, Silvia Beatriz Beger; Ferrare, Josemary Omena Passos
Um estudo das rendas artesanais Singeleza e Puntino AD AGO: marca coletiva ou indicação geográfica?
Desenvolvimento Regional em Debate, vol. 9, núm. Esp.2, 2019
Universidade do Contestado, Brasil
Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570864650008>
DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v9iEd.esp.2.2530>

Um estudo das rendas artesanais Singeleza e Puntino AD AGO: marca coletiva ou indicação geográfica?

A study of crafts income Single and Puntino AD AGO:
collective brand or geographical indication?

Cerize Maria Ramos Ferrari de Melo
Cerizeferrari@hotmail.com

Universidade Federal de Alagoas, Brasil

 <http://orcid.org/0000-0002-3475-7146>

Silvia Beatriz Beger Uchôa sbuchoa@ctec.ufal.br.

Universidade Federal de Alagoas, Brasil

 <http://orcid.org/0000-0002-2317-5554>

Josemary Omena Passos Ferrare josy.ferrare@gmail.com

Universidade Federal de Alagoas., Brasil

 <http://orcid.org/0000-0003-3828-3563>

Desenvolvimento Regional em Debate,
vol. 9, núm. Esp.2, 2019

Universidade do Contestado, Brasil

Recepção: 17 Novembro 2019
Aprovação: 10 Dezembro 2019

DOI: <https://doi.org/10.24302/drd.v9iEd.esp.2.2530>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570864650008>

Resumo: As rendas artesanais Singeleza, produzida em alguns municípios do estado de Alagoas, e *Puntino ad Ago*, encontrada em Latronico, região da Basilicata, ao sul da Itália, são consideradas idênticas devido à grande similaridade das tramas e praticamente a mesma técnica de produção. Além da similaridade física dos artesanatos, identificam-se nas duas localidades, consideradas regiões pobres em seus respectivos países: produções limitadas de peças motivadas por queixas de baixa demanda por parte das rendeiras, o ser patrimônio cultural como estratégia de posicionamento e a diminuição gradativa do interesse de pessoas aprenderem a técnica, ameaçando a manutenção do saber-fazer das rendas. Assim, o artigo apresenta um estudo comparativo, após encontros presenciais com os grupos de artesãs brasileiras e italianas, através do método de pesquisa qualitativa, aplicada, descritiva, num primeiro momento, e exploratória quanto à análise preliminar da viabilidade de registros de indicação geográfica (IG) e/ou de marca coletiva (MC) para a renda Singeleza, como estratégia de reposicionamento de mercado para o desenvolvimento regional, a partir da experiência italiana. Por fim, o estudo constata que na Itália, no caso de produtos não alimentícios, MC exerce função equivalente à IG no Brasil, concluindo que para a Singeleza, indica-se primeiramente o registro de MC em preparação a um pedido de IG posterior.

Palavras-chave: Singeleza de Alagoas, *Puntino ad Ago di Latronico*, Propriedade Industrial, Desenvolvimento Regional, Indicação Geográfica, Marca Coletiva.

Abstract: The Singeleza handcrafted laces, produced in some of the municipalities of Alagoas state, and the Puntino ad Ago, found in Latronico, in the Basilicata region, south of Italy, are considered “twins” given to the great similarity of their patterns and production technique. Beyond the physical similarities of the arts-crafts, it can be identified in both locations, considered to as poor regions in their respective countries: limited production due to complaints about low demand from the “rendeiras” (lace makers), cultural heritage as a positioning strategy, and increased lack of interest in learning the technique, which threatens the preservation of the lace makers “how-to”. This paper presents a comparative study, after face-to-face meetings with the groups of Brazilian and Italian artisans, through the qualitative, applied, descriptive research method, at first, and exploratory as to the preliminary analysis of the viability

of geographical indication (GI) records and/or collective brand (CB) for Singeleza income, as a market repositioning strategy for regional development, based on the Italian experience. Finally, the study finds that in Italy, in the case of non-food products, CB performs the same function as GI in Brazil, concluding that for Singeleza, the registration of CB is first indicated in preparation for a subsequent GI request.

Keywords: Singeleza de Alagoas, Puntino ad Ago di Latronico, Industrial Property, Regional Development, Geographical Indication, Collective Brand.

INTRODUÇÃO

A Singeleza (figura 1) é uma renda artesanal, classificada como renda de agulha, que segundo Benjamin e Cavalcanti (1985), é um dos mais primitivos tipos de renda artesanal no mundo. Ela é produzida com agulha, linha de algodão e um instrumento em forma de palito que dá suporte às laçadas, sendo mais comum a utilização do talo da palha do coqueiro em Alagoas, sobretudo nas regiões litorâneas. De acordo com relatos do dossiê para A renda Singeleza foi bastante comercializada décadas de 1950 e 1960, porém, com o surgimento das rendas industriais, a produção da Singeleza entrou em declínio, ameaçando a já escassa produção, concentrada basicamente na cidade de Marechal Deodoro, região metropolitana de Alagoas (BRASIL, 2009).

Diante da iminente extinção do artesanato, identificada em 1994, foi apenas no início dos anos 2000 que surgiu o Projeto (Re)bordando o Bico Singeleza com o objetivo de promover oficinas que transmitisse o saber-fazer da renda a futuras rendeiras através da octogenária Dona Marinita (SANTORO, 2018). A partir de Marinita, Benedita Jatobá, sua vizinha, aprendeu também a tecer o bico e começou a multiplicar o conhecimento liderando outras oficinas promovidas pelo projeto (BRASIL, 2009).

Com recursos do Programa BNB Cultural (2007) e em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura de Marechal Deodoro, o Projeto (Re)bordando o Bico Singeleza produziu peças publicitárias que ensinavam a técnica de produção da Singeleza de forma detalhada. Um dos materiais produzidos foi um vídeo e uma parte deste foi postada em 2010 no YouTube com o título “Singeleza (Passo a Passo)” por Rodrigo Lima Lopes, discente do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário Cesmac, à época (FERRARE, 2006). Com o alcance da plataforma de compartilhamento, o conteúdo foi descoberto na Itália, no primeiro momento na cidade de Parma e em seguida em Latronico, através da *Associazione Culturale Il Tassello*, dando início a estudos da similaridade e possível relação entre a Singeleza e o *Puntino ad Ago* (pontinho de agulha).

De acordo com Mirizzi (2013), *Puntino ad Ago* (figura 2) é uma renda com técnica única e identidade própria, produzida em Latronico, pequena cidade da região da Basilicata, província de Potenza, situada ao sul da Itália, e que é realizada com um ferretto e uma agulha, em um processo ininterrupto de transmissão entre gerações desde pelo menos o início dos anos 900. O Puntino ad Ago é uma das fortes expressões culturais dessa localidade e contribui com a economia da pequena região, sobretudo para

as senhoras que produzem e vendem os produtos artesanais (SANTORO, 2018).



Figura 1

– Bico em Singeleza

Fonte: Arquivo pessoal (2018)



Figura 2

Bico em Puntino ad Ago

Fonte: Arquivo pessoal (2018)

Com a descoberta, constatou-se que as rendas são realmente idênticas no procedimento técnico da feitura, porém, com algumas especificidades quanto às espessuras das linhas e instrumentos utilizados no rendar, além de aspectos culturais que preservam a identidade de cada região. Dentre as diferenças mais nítidas, a Singeleza é produzida com linha de algodão industrial mais grossa do que a linha de algodão com que se produz o *Puntino ad Ago*; outra diferença relevante diz respeito aos instrumentos que dão suporte às laçadas, as artesãs de Singeleza utilizam elementos naturais vegetais como o talo da palha do coqueiro (figura 3), ou espinho do mandacaru, dependendo da região produtora, e também são utilizados instrumentos industriais adaptados como tubo de tinta de caneta esferográfica, raio da bicicleta, etc. Já o *Puntino ad Ago*, o *ferreto* é o instrumento unânime utilizado, trata-se de uma haste de metal conforme imagem da figura 4. A combinação linha fina e *ferreto* permite que a

trama fique bem “apertada”, conferindo um trabalho mais delicado e acabamento com uma qualidade superior ao artesanato italiano.



Figura 3

Talo da palha do coqueiro

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2019)



Figura 4

Ferreto

Fonte: Arquivo pessoal da autora (2018)

Para estudar melhor uma possível relação entre as rendas alagoana e italiana, foi firmado em 2013, e renovado em 2018, um Acordo de Cooperação Técnica entre a *Università degli Studi della Basilicata* (UNIBAS) na Itália e a Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Como um dos frutos desse acordo, surgiu o presente estudo que teve como objetivo investigar a viabilidade de registros de Indicação Geográfica (IG) para a Singeleza numa análise comparativa com a experiência de registro de marca coletiva adotada pela *Associazione Culturale Il Tassello* para o

Puntino ad Ago di Latronico. A possibilidade de registro de IG é posta como estratégia para reposicionar a Singeleza, uma vez que a renda tem cada vez mais tido publicidade como artesanato típico da região geográfica e assim impulsionar o comércio de peças, gerando renda para as artesãs membros das comunidades produtoras que reclamam da falta de demanda de mercado.

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA X MARCA COLETIVA NO BRASIL

No Brasil, é a Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Também conhecida como Lei de Propriedade Industrial (LPI), ela regula o que concerne à propriedade industrial: patentes, desenho industrial, marcas, indicação geográfica, concorrência desleal e segredo de negócio (BRASIL, 1996).

De acordo com a LPI (BRASIL, 1996), a IG é usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve a sua origem. No Brasil, ela tem duas modalidades: Denominação de Origem (DO) e Indicação de Procedência (IP). A LPI expressa ainda que o órgão responsável por estabelecer as condições de registros de IGs é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Economia, conforme Decreto nº 9.660, de 1º de janeiro de 2019. A missão do órgão é “estimular a inovação e a competitividade a serviço do desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil, por meio da proteção eficiente da propriedade industrial” (BRASIL. Ministério da Economia, 2019).

Com a atribuição que lhe é dada, o INPI tem editado algumas instruções normativas, dentre elas, a número 095 de 28 de dezembro de 2018 (BRASIL, 2018), em vigor desde o dia 3 de março de 2019, que teve como objetivo estabelecer as condições para registro das Indicações Geográficas no Brasil apresentando como maior mudança a possibilidade de se alterar: “1) o nome geográfico e sua representação gráfica ou figurativa; 2) a delimitação da área geográfica; 3) o caderno de especificações técnicas; 4) a espécie de IG” (CABRAL; PALOMINO, 2019, l. 2391).

O modo de fazer Singeleza é reconhecido como patrimônio imaterial do estado de Alagoas, assim, a renda se enquadra na categoria Indicação de Procedência (IP), que de acordo com a LPI, “refere-se ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço” (BRASIL, 1996), como explicam

Assim como a IG, a marca é considerada um sinal distintivo do comércio, pois serve para salvaguardar um produto dos seus concorrentes, a relevância desses sinais demandou que fossem protegidos juridicamente (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016). A regulamentação de marcas também é descrita na LPI que como explicam os autores:

[...] são tipificadas como de produto/serviço – usadas para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante e afim de origem diversa; de certificação – usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas; e, coletiva – usada para identificar produtos ou serviços provindos dos membros de uma entidade coletiva (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 159).

Portanto, a marca coletiva tem como característica identificar a que cooperativa ou associação um determinado usuário pertence, sendo assim, todo e qualquer usuário que estiver filiado a instituição poderá utilizá-la, por esta marca ser de propriedade coletiva (PAESANI, 2015). As marcas coletivas têm por objetivo identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (BRASIL, 1996). Como por exemplo, as cooperativas de crédito, *Sicredi*, e as cooperativas de médicos, *Unimed*, como marcas coletivas que possuem representatividade no mercado que atuam.

Segundo o INPI, “[...] as marcas coletivas podem ser um meio eficaz para a comercialização conjunta dos produtos de um grupo de empresas para as quais seria mais difícil levar os consumidores a reconhecer as suas próprias marcas” (BRASIL, 2013, p. 20). Ressalta-se a importância dessa corrente de fortalecimento de marca através das cooperativas formadas por pequenos produtores, como é o caso da Cooperativa Pindorama em Alagoas, fundada em 1956, com mais de 1100 associados, onde todos os cooperados, além de fornecedores de matéria-prima, são donos do negócio.

De forma mais objetiva, no Brasil, marca coletiva e IG se assemelham por:

- a) serem símbolos que distinguem produtos e serviços comerciais num mercado competitivo (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016);
- b) serem signos coletivos que podem impactar positivamente a coletividade, ou seja, produtores a eles associados (SOUZA; GOES; LOCATELLI, 2017);
- c) conferem vantagens comparativas para impulsionar o desenvolvimento local (DUPIM, 2015; CABRAL; PALOMINO; 2019);
- d) a possibilidade de alteração nos registros em termos nominativos e de representação gráfica ou figurativas, que no caso da IG, só foi possível com a publicação da IN 097/2018 (CABRAL; PALOMINO, 2019).

Com relação ao que as diferem, é possível destacar:

- a) o prazo de vigência de proteção - sendo indeterminado para IG e de dez anos para as marcas, havendo para esta a possibilidade de renovação do prazo (SOUZA; GOES; LOCATELLI, 2017);
- b) delimitação geográfica - enquanto a IG tem o papel de proteger o nome geográfico, ou seja, produtos e serviços vinculados a uma região demarcada, a marca coletiva identifica produtos ou serviços associados à entidade sem obrigatoriedade de remetê-los a um território específico (BRUCH; VIEIRA; BARBOSA, 2015);
- c) direito à titularidade e de uso - enquanto a titularidade da marca coletiva pertence a uma entidade que representa os associados, pelos quais é exercido o direito de uso da marca; a IG é mais democrática,

a titularidade é atribuída a pessoas físicas ou jurídicas lotadas na área geográfica delimitada e o direito de uso é facultado aos produtores e prestadores de serviços desde que seus produtos ou serviços estejam em conformidade com às diretrizes da IG: o cumprimento das disposições do caderno de especificações técnicas e sujeitos ao controle definido (CABRAL; PALOMINO, 2019);

d) prazo para modificações - 24 meses para IG e marcas não se aplicam prazos para modificações.

e) sinal distintivo – uma marca registrada é um sinal fantasioso ou arbitrário, enquanto o nome registrado como IG é predeterminado pelo nome de uma área geográfica (WIPO, 2019).

É importante frisar que no comparativo das normas brasileiras, tanto a delimitação geográfica (b), quanto às questões que envolvem o direito à titularidade (c) são os itens que mais distanciam as IGs das marcas coletivas.

A MARCA COLETIVA IL PUNTINO AD AGO DI LATRONICO

Na Itália, as marcas coletivas são atualmente regidas pelo artigo 11 do Código de Propriedade Industrial. Dentre as condicionantes, a legislação permite que o registro de marcas coletivas possa ser obtido por pessoas jurídicas de direito público, além de associações comerciais de fabricantes, produtores, prestadores de serviços ou comerciantes, que terão a faculdade de conceder uso a produtores ou comerciantes. Para isso, as solicitações de registros precisam, obrigatoriamente, estarem acompanhadas de regulamentos relativos ao uso de marcas coletivas, dos controles e das sanções relativas (ITÁLIA, 2005).

O pedido de registro da marca coletiva *Puntino ad Ago di Latronico* foi feito pela Administração Municipal de Latronico em maio de 2010 e teve o registro concedido em fevereiro de 2011 (SANTORO, 2018). A marca foi tipificada na categoria 26 da classificação de Nice: “rendas, rendas e bordados, fitas e laços; botões, ganchos e ilhós, alfinetes e agulhas; flores artificiais”. A figura 5 apresenta a marca *Puntino ad Ago di Latronico* descrita no processo de registro como: formato oval na horizontal com fundo verde, composta por tipografia estilizada na cor branca disposta com detalhes em cinza como o traço da letra P, remetendo à agulha com a linha que enlaça o artesanato e o traço horizontal ao centro do faz referência ao *ferreto*, elemento característico. O ponto da letra i é composto por um pequeno círculo vermelho (WIPO, 2011).



Figura 5

– Marca coletiva Puntino ad Ago di Latronico

Fonte: WIPO (2019)

O parágrafo quarto do Código de Propriedade Industrial italiano, permite às marcas geográficas coletivas, desde que respeitadas as condições quanto à capacidade distintiva listadas no parágrafo 1 do Art. 13, a função de designar a origem geográfica dos produtos ou serviços (ITÁLIA, 2005). De acordo com a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), usualmente, as marcas coletivas promovem produtos característicos de uma determinada região, ajudando na comercialização destes, além de estruturar a cooperação entre produtores locais ao desenvolver certos padrões, critérios e uma estratégia comum. Nesse sentido, marcas coletivas podem se tornar ferramentas poderosas para o desenvolvimento local (WIPO, 2019).

Os produtos que podem ter características específicas dos produtores de uma determinada região, ligadas às condições históricas, culturais e sociais, podem se beneficiar com o registro de marca coletiva na União Europeia (UE). O benefício protetivo é estendido a todos os produtores localizados geograficamente na região, desde que determinados requisitos sejam atendidos, marcando assim o aspecto coletivo e democrático desse tipo de registro (WIPO, 2019). Assim, de acordo com o regulamento de concessão de uso da marca coletiva *Puntino ad Ago di Latronico*, o empresário que apresentar ao município de Latronico um pedido específico assinado pelo representante legal da mesma empresa pode obter o uso da marca coletiva, desde que obedeça ao disciplinar de produção, uma espécie de caderno de especificações técnicas.

Verifica-se, portanto, uma afinidade funcional entre o registro de IG no Brasil e o de marca coletiva na Itália para produtos artesanais. Cabe pontuar que na UE as indicações geográficas estão mais voltadas a um esquema de padronização de qualidade e protegem sobretudo produtos agrícolas e alimentos, bebidas alcoólicas, vinhos e vinhos aromatizados, sendo assim categorizadas: Denominações de Origem Protegidas (DOP) para produtos agrícolas, alimentos e vinhos indicações geográficas protegidas (IGP) para produtos agrícolas, géneros alimentícios e vinhos indicações geográficas (IG) para bebidas alcoólicas e vinhos aromatizados (UE, 2019), como explica Renato Dolabella Melo (2018):

A legislação da União Europeia sobre indicações geográficas se divide em quatro normativas principais: os Regulamentos 110/2008 (sobre bebidas

espirituosas)¹²¹, 1151/2012 (que trata dos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios), 1308/2013 (sobre organização de mercados agrícolas, incluindo sinais geográficos sobre vinho) e 251/2014 (sobre produtos vitivinícolas aromatizados)¹²². Interessante notar que não há normas, no âmbito da EU, que estenda a proteção das IGs para outros produtos ou serviços (MELO, 2018, p. 50)

Outro ponto a se relacionar é que a legislação italiana permite desde 2005 que os detentores de registro de marcas coletivas possam alterar os regulamentos sob a condição de que as modificações sejam formalmente comunicadas ao Instituto Italiano de Marcas e Patentes. Essa possibilidade de mudança no disciplinar de produção remete às mudanças nas diretrizes para IG no Brasil, com a IN 095/2018. A possibilidade de alterar os registros após a sua obtenção é a forma pela qual as legislações dos países têm procurado atender às necessidades de acompanhar as dinâmicas de mercado e sobretudo, o aspecto dinâmico da própria IG, em que fatores humanos e naturais podem sofrer modificações com o passar do tempo. Contudo, comparado com a UE, onde alterar registros de IG já é uma prática, no Brasil a possibilidade é ainda muito recente e pouco debatida (CABRAL; PALOMINO, 2019).

A IG é um sinal usado em produtos que têm uma origem geográfica específica e possuem qualidades ou reputação devidas a essa origem. Para funcionar como IG, um sinal deve identificar um produto como originário de um determinado local, o que se assemelha ao objetivo de marca coletiva *Puntino ad Ago di Latronico*, na Itália. Além disso, as qualidades, características ou reputação do produto devem ser essencialmente devidas ao local de origem. No caso da Singeleza, percebe-se em Alagoas uma vocação natural para a pesca, devido suas potencialidades aquáticas, como explicam os autores:

[...] a cultura da pesca fez-se, nas cidades ribeirinhas, base da organização social do trabalho artesanal como fonte de sustento de um contingente populacional numeroso. Neste ambiente de trabalho predominantemente masculino, as mulheres destinam-se às tarefas domésticas e ao cuidado com os filhos. Dependentes financeiramente dos maridos, um número significativo dessas esposas e mães, mulheres artesãs de fios e agulhas confeccionam bordados e rendas (FONSECA; ARAUJO; DUARTE, 2018, p. 279).

Como as qualidades dependem do local geográfico de produção, há uma ligação clara entre o produto e seu local original de produção. Com relação à Singeleza e o seu território em Alagoas, a antropóloga italiana Vita Santoro (2017, p. 138) também defende a relação econômica entre a atividade pesqueira e a produção de renda artesanal ao fazer a analogia: “onde há rede, há renda”. Desse modo, no estado alagoano são considerados os municípios com comunidades produtoras ativas: Marechal Deodoro, Paripueira, Água Branca e a capital Maceió. Dentre os municípios listados, apenas Água Branca não está localizado na costa litorânea e sim no sertão.

Contudo, de acordo com os relatos disponíveis no Dossiê Singeleza: uma história de rendas e de mulheres (BRASIL, 2009), há consenso entre as artesãs que a prática da Singeleza em Água Branca fora introduzida por dona Flora, que aprendeu o ofício em Ilhéus, litoral sul da Bahia. A

produção de Singeleza em Água Branca tem objetivo claro de geração de renda para as artesãs sertanejas, o que justifica a resistência do saber-fazer na região (SANTORO, 2017).

METODOLOGIA

Adotou-se como método do estudo a combinação de revisão de literatura com trabalho de campo através da realização de encontros com os grupos de artesãs alagoanas e italianas no ano de 2018 com apenas seis meses de diferença entre um encontro e outro. O trabalho adotou procedimentos empíricos, comparativos e coleta de dados através de pesquisa qualitativa, aplicada e descritiva, num primeiro momento, mas também exploratória, por analisar de forma primitiva a viabilidade de registro de IG para a Singeleza (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A técnica escolhida para o levantamento de dados foi o contato direto com as artesãs de Singeleza de Alagoas através da realização do I Encontro das Rendeiras de Singeleza (figura 6) e posteriormente, reunião com artesãs italianas vinculadas à Associazione Culturale Il Tassello, em Latronico (figura 7).



Figura 6
I Encontro das Rendeiras de Singeleza
Fonte: Arquivo pessoal da autora (2018)



Figura 7

– Encontro em Latronico

Fonte: Arquivo pessoal da autora, 2018

Para se obter os resultados, o estudo seguiu um fluxo em cinco etapas: 1) revisão de literatura sobre Singeleza, *Puntino ad Ago*, Indicação Geográfica; 2) trabalho de campo com a realização do I Encontro das Rendeiras de Singeleza de Alagoas, no dia 25 de janeiro de 2018, no prédio do IPHAN em Maceió, Alagoas, com a participação de 26 pessoas, com as presenças de artesãs dos polos de Marechal Deodoro, Paripueira, Água Branca e Maceió; 3) realização do encontro com as artesãs italianas em Latronico, no dia 17 de junho de 2018, com a participação de aproximadamente 25 pessoas, na ocasião foi possível conhecer os documentos do processo de registro da marca coletiva *Puntino ad Ago di Latronico*; 4) revisão sistemática da literatura e sobretudo da legislação italiana para compreender as diferenças entre esta e a LPI brasileira; 5) a quinta e última etapa foi composta pela análise da viabilidade de pedido de registro de IG para a Singeleza bem como o registro de marca coletiva.

REPOSICIONAR A SINGELEZA: MARCA COLETIVA OU INDICAÇÃO GEOGRÁFICA?

A análise da viabilidade de registro de IG para a Singeleza faz parte de um estudo mais amplo e complexo que envolve estratégias para reposicionar ^[1] a renda como artigo artesanal de luxo. Defende-se a necessidade de agregar valor aos produtos finais produzidos com a renda introduzindo design na criação das peças diferenciadas que surpreendam os consumidores, como prega o SEBRAE através do Projeto Brasil Original (FIORINI, 2016). Ou seja, é necessário introduzir o design nas peças produzidas com uma renda de agulha tão antiga para acrescentar valores de contemporaneidade, além de uma marca que

represente essa imagem rústico-chique às peças de luxo, já que o trabalho manual minucioso feito por poucas mulheres em Alagoas e o tempo que a Singeleza leva para ser produzida deve ser valorizado.

O novo posicionamento proposto para a Singeleza reconhece também a origem da sua produção, um território onde se tem rede de pesca, onde o luxo é estar em contato com a natureza e vivenciar experiências simples. A ideia remete ao posicionamento da região de Milagres, litoral norte do estado de Alagoas, que adotou o conceito de “newstalgia”, um neologismo criado pela Produtora de Eventos TamoJunto (TJ) para o local que virou refúgio de artistas, celebridades e consumidores de alta renda:

O conceito criado pela equipe de comunicação da TJ para dar base às peças de comunicação da região e dos produtos de entretenimento da produtora é newstalgia. De acordo com Thor Papini (2016), responsável pelo Marketing da TJ, o termo traduz o que eles fazem: “tentamos trazer uma sensação nostálgica com o que fazemos hoje, o new, os milagres de hoje são as sensações do ontem” (FERRARI DE MELO, 2016, p. 7).

Para ativar o novo posicionamento da Singeleza, faz-se necessário investimentos em ações de branding^[2] que criem uma identidade para a renda. Essa identidade pode ser reforçada com um registro de IG e com registros de marcas coletivas. Isto é, em que pese futuramente haver registro de IG, não se anulam as possibilidades de registro da marca coletiva “Singeleza de Alagoas” para as associações de artesãs de cada polo de produção da Singeleza no estado conhecido atualmente: Paripueira (Artecer), como ilustra a figura 8, marca criada por alunos de Design da UFAL para a associação, Marechal Deodoro (Casa da Singeleza Dona Marinita), Água Branca (Renda Singeleza de Nossa Senhora da Conceição) e Maceió (Nossa Singeleza).



Figura 8

– Marca Artecer

Fonte: Santos et al. (2017)

Em se tratando de pedido de registro de IG, como já declarado neste artigo, por ser uma renda de agulha, totalmente artesanal, o modo de fazer Singeleza se enquadra na categoria Indicação de Procedência, por haver reconhecimento das localidades do estado de Alagoas como centros de produção da renda, a exemplo do vídeo divulgado no YouTube que promoveu o encontro Alagoas-Latronico, assim como as matérias,

eventos, publicações de trabalhos científicos, o registro como Patrimônio Cultural Imaterial de Alagoas, além da tramitação do processo de registro como Patrimônio Cultural Brasileiro, o que pode levar a Singeleza a ser o primeiro artesanato alagoano a ser tombado.

No que tange à delimitação geográfica, houve um mapeamento no Patrimônio Imaterial do estado de Alagoas, no ano de 2011, pelo Conselho Estadual de Cultura de Alagoas que apresentou o mapa conforme figura 9, que apresentou os municípios de Água Branca e Marechal Deodoro (identificados pela cor laranja) como locais onde havia produção e comércio das rendas; Paulo Jacinto, Viçosa e Coqueiro Seco (identificados pela cor amarela) como locais onde havia o saber-fazer, porém sem produção e a capital Maceió (em vermelho), como local onde havia produção sem comércio.



Figura 9

– Mapa apresentado como resultado do processo de rastreamento

Fonte: Acervo do Projeto (Re)bordando o Bico Singeleza (2011)

No segundo semestre de 2019, o IPHAN a decidiu retomar a avaliação do pleito para registro do saber-fazer da renda Singeleza como Patrimônio Cultural nacional encaminhado em 2009, respaldado pelas rendeiras da Associação das Mulheres Rendeiras de Marechal Deodoro-Alagoas. Assim, há a necessidade de um mapeamento mais aprofundado para que se possa identificar onde se produz a renda Singeleza no Brasil e, sobretudo, delimitar a área geográfica em Alagoas, ponto determinante para o registro de IG. Essa necessidade pode ser atendida com a retomada do processo avaliativo do IPHAN. Contudo, o estado como um todo pode ser a área geográfica pelo fato de a renda ser conhecida como “Singeleza de Alagoas”, o que tende a ser o nome geográfico para o pedido de registro de IG.

Quanto às características próprias, a Singeleza produzida em Alagoas apresenta os espaços minúsculos entre os pontos, em formatos de losangos, e predominância de produção em bicos e entremeios, em formatos retos, como explica Helga Pompeu (2016, p. 87), ao comparar a renda de Alagoas com a Renda Turca, produzida na cidade de Sabará, Minas Gerais: “Em Marechal Deodoro e Maceió, municípios do estado de Alagoas [...], encontram-se artesãs que produzem a renda Singeleza. Essa

renda possui a peculiaridade da composição retilínea e é o tipo de renda no Brasil que mais se assemelha à renda produzida em Sabará” Apesar da similaridade com a Renda Turca e comumente os termos são apresentados como sinônimos, sobretudo na internet, a técnica de produção, circular da Renda Turca permite à Singeleza de Alagoas apresentar algumas particularidades, se assemelhando mais ao Puntino ad Ago.

Em síntese, dentre as principais situações adversas a serem superadas para o registro da IG Singeleza em Alagoas apresentam-se: a) a falta de uma região geográfica produtora claramente delimitada - é necessário realizar um mapeamento mais aprofundado para que se possa identificar onde se produz a renda Singeleza e uma revisão atualizada nos 102 municípios alagoanos, dados que poderão ser aproveitados com os resultados do rastreamento do processo número 01450.015059/2007-41 de para registro da Singeleza no IPHAN como bem imaterial nacional (BRASIL. Ministério do Turismo, 2019); b) documentos comprobatórios do nome geográfico – será necessário reunir documentos que comprovem Alagoas como local conhecido por haver produção de Singeleza através do termo “Singeleza de Alagoas”; c) a governança - de acordo com as normas do INPI (BRASIL, 2018), a requisição de IG deve ser feita por uma associação, sindicato ou qualquer entidade que possa atuar como tal em razão da lei, que represente a cadeia produtiva do produto ou serviço prestado na localidade. A organização com representantes de todas as comunidades produtoras do estado, em uma entidade capaz de gerir as decisões de uma possível IG pode ser considerado o maior desafio de um futuro pedido de registro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da análise comparativa, foi possível conhecer melhor as estratégias mercadológicas adotadas pelas comunidades produtoras de Singeleza e *Puntino ad Ago*, sobretudo quanto às possibilidades de registros de propriedade industrial para a Singeleza. Assim, foi possível refletir sobre os problemas e encontrar possíveis soluções com a troca de experiências entre os grupos de rendeiras que buscam aumentar a renda familiar com o ofício de artesã. Porém, outras análises de diagnóstico são necessárias para uma compreensão mais precisa dos cenários ambientais, bem como, e sobretudo, estudos com o público-alvo das respectivas rendas. É importante destacar que a análise compreende um recorte de tempo em um campo mercadológico em que as mudanças acontecem de formas célere e contínua.

O resultado valida as atividades nas regiões como processos identitários tradicionais para salvaguardar suas origens, contribuindo para o registro de patrimônio cultural brasileiro, no caso da Singeleza, já solicitado ao IPHAN, e para gerar mais subsídios ao pleito de registro à patrimônio mundial na UNESCO, no caso do *Puntino ad Ago*, ambos em trâmite. O “ser patrimônio” constitui a estratégia de posicionamento das rendas em cada localidade.

As rendas artesanais ficam em desvantagem competitiva frente às rendas industrializadas. Nesse sentido, a exclusividade e o processo artesanal precisam ser valorizados e essa descomoditização se dá através de uma representatividade, isto é, um signo distintivo de uso coletivo que transmita confiança e informe a origem dos produtos, o que pode se dar por uma marca coletiva ou por um selo de indicação geográfica, como explicam os autores:

Signos distintivos com característica de uso coletivo podem ser uma alternativa para produtores que, por meio de esforços e marcas individuais, dificilmente chegariam ao mercado devido aos altos custos de divulgação. Estes signos, no Brasil, são denominados de marcas coletivas (MCs), marcas de certificação e indicações geográficas (IG), por meio da Lei nº 9.279/1996, Lei de Propriedade Industrial (LPI). Tais signos atualmente podem agir como elo de confiança, ao estabelecer entre o produtor e o consumidor a identificação da origem deste além de torná-lo distinto dos demais (BRUCH; VIEIRA; BARBOSA, 2015, p. 231-232).

De acordo com Antunes, Silva e Brito (2018, p. 63), tanto o registro como patrimônio imaterial do estado quanto o registro de indicação geográfica são recursos para promoção do Desenvolvimento Territorial, porém, apesar da diversidade cultural, ainda são pouco explorados em Alagoas. Para as autoras, trata-se de oportunidade: “Acredita-se que mediante tais ações é possível expressar elevada qualidade, diferenciação de produtos ou serviços, valorização de conhecimentos tradicionais e identidades culturais e potencializar os benefícios gerados pelo próprio sentido de pertencimento”.

Por fim, defende-se de imediato o pedido de registro da MC “Singularidade de Alagoas”, uma vez que a metodologia para registro de MC é mais célere, mais barata e mais fácil de ser administrada do que a IG. Assim será possível proteger os produtos e agregar as associações de artesãos dos polos de produção, em preparação ao pedido futuro de IG “Singularidade de Alagoas”, processo que ainda necessita ajustes e gestão dos entraves. A possibilidade de se tornar o primeiro artesanato alagoano a ter o registro de patrimônio imaterial brasileiro, indica oportunidade para dinamizar territórios onde há produção: Marechal Deodoro, Paripueira, Água Branca e Maceió, bem como oportuniza um futuro selo de IG, com funções equivalentes às quais a marca coletiva *Il Puntino ad Ago* exerce na Itália.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, V. N. B.; SILVA, J. S.; BRITO, M. N. O patrimônio cultural imaterial de Alagoas como estratégia de desenvolvimento territorial. **Revista Geosul**, Florianópolis, v. 33, n. 69 (Dossiê: Geografia Cultural), p. 47-65, dez. 2018.
- BARBOSA, P. M. S; DUPIM, L. C.; PERALTA, P. P. Marcas e Indicações Geográficas: conflitos de registrabilidade nos 20 anos da LPI. In: LOCATELLI, L. (Org). **Indicações Geográficas: desafios e perspectivas**

- nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial.** Rio de Janeiro: Editora Lumen Júris. 2016, p. 157-188.
- BENJAMIN, R.; CAVALCANTI, Z. **Singeleza: uma renda singela.** Recife: FUNDAJ, 1985.
- BNB CULTURAL. **(Re)Bordando o Bico e Renda Singeleza.** Maceió: STAFF, 2007. 1 DVD (121 min)
- BRASIL. Decreto nº 9.660, de 1º de janeiro de 2019. Dispõe sobre a vinculação das entidades da administração pública federal indireta. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9660.htm. Acesso em: 29 ago. 2019.
- BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Presidência da República, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acesso em: 29 ago 2019.
- BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Guia Básico de Indicação Geográfica. Rio de Janeiro: 2019. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-tem-novo-plano-estrategico-com-missao-e-visao-2021>>. Acesso em: 20 set 2019.
- BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: INPI, 2013. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/arquivos/01_cartilhamarcas_21_01_2014_0.pdf>. Acesso em 10 out. 2019.
- BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Instrução Normativa 095/2018 Brasília: Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, 28 dez. 2018. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/INn095de2018.VersoocerizadaparaPortalINPI.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2019.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **Dossiê Singeleza: uma história de renda e de mulheres.** Registro do Modo de Fazer o Bico e a Renda Singeleza em Marechal Deodoro e demais Municípios Alagoanos. Maceió: IPHAN, 2009.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Bens Imateriais em Processo de Instrução para Registro. Brasília: IPHAN, 2019. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/426> Acesso em: 21 out. 2019.
- BRUCH, K. L.; VIEIRA, A. C. P. BARBOSA, P. M. da S. O direito fundamental à proteção dos signos distintivos: uma análise comparativa entre marcas coletivas e indicações geográficas no ordenamento jurídico brasileiro. In: PILAU SOBRINHO, L. L.; ZIBETTI, F. W.; PIAIA, T. C. (Orgs.). **Balcão do consumidor: constitucionalismo, novas tecnologias e sustentabilidade.** Passo Fundo: Editora da UPF, 2015, p. 229-254.
- CABRAL, D. H. Q; PALOMINO, M. E. P. A Normativa Brasileira de Indicações Geográficas e a Possibilidade de Alteração de Registro no INPI. In: VIEIRA, A. C. P; LOURENZANI, A. E. B. S.; BRUCH, K. L.; LOCATELLI, L.; GASPAR, L. C. M. (Orgs.). **Indicações geográficas,**

- signos coletivos e desenvolvimento local/regional.** Erechim: Deviant, 2019. v. 2.
- DUPIM, L. C. O. **Indicações Geográficas e o Desenvolvimento Local:** Estudo Exploratório e Comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento), Instituto de Economia (IE), UFRJ. Rio de Janeiro, 2015.
- FERRARE, J. O. P. **Dossiê de ações & difusão do projeto (re)bordando o Bico Singleza.** Maceió: FAU- UFAL, 2006.
- FERRARI DE MELO, C. M. R. Você acredita em Milagres? As estratégias de reposicionamento da região de São Miguel dos Milagres/AL. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE; 28. 2016. Caruaru. Anais..., Caruaru: INTERCOM, 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0785-1.pdf>>..
- FIORINI, D. T. Perspectivas para o artesanato brasileiro. In: FAVILLA, C.; BARRETO, L.; REZENDE, R. (org.) *Artesanato Brasil*. Brasília: Edições SEBRAE, 2016. p. 50-51. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/365453210/sebrae-artesanato-pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2019.
- FONSECA, D., ARAÚJO, L., DUARTE, A. G. Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda ‘Singleza’ em Paripueira. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 8, n. 2, p. 270-287, dez. 2018.
- ITÁLIA. Codice della proprietà industriale (decreto legislativo 10 febbraio 2005, n. 30. Roma: Presidência da República [2005]. Disponível em: <<https://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/05030dl.htm>>. Acesso em: 30 out 2019.
- MELO, R. D. **Os critérios de concessão e uso de indicações geográficas sob a ótica do direito da regulação e da concorrência.** 2018. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação), Academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Rio de Janeiro, 2018.
- Mirizzi, F. Il Puntino ad Ago di Latronico. In: BONAVIDA, R. et al. **Il Puntino ad Ago di Latronico. Prefácio.** Latronico: Editora Creged, 2013.
- PAESANI, L. M. **Manual de propriedade intelectual:** direito de autor, direito da propriedade industrial, direitos intelectuais sui generis. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.
- POMPEU, H. M. C. F. **Narrativas e o lugar:** sobre o artesanato tradicional da Renda Turca de Sabará. 2016. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável), Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2016.
- PRODANOV, C. C.; FREIRAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico (2a ed.). Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- SANTORO, V. La memoria nelle mani. Patrimonializzazione del saper fare tra locale e globale. In: **I ‘tessuti’ della memoria:** Costruzioni, trasmissioni, invenzioni. Bari: Edizioni di Pagina, 2018, p. 73-80.
- SANTORO, V. Rete Farsi Comunità Patrimoniali Ímola. **Rivista Antropologia Museale**, a. 13, n. 36-37, p. 138-143, 2017.
- SANTOS, S. A., et al. O uso de uma metodologia modelada para a construção de uma marca destinada ao grupo de artesãs da comunidade de Paripueira AL.

- In: SEMANA DE DESIGN. **Anais da II Jornada Avia!**. Maceió: UFAL. 2017.
- SOUZA, K.; GOES, J. H.; LOCATELLI, L. Marcas coletivas e indicações geográficas: similaridades e potenciais impactos no desenvolvimento. *In*: VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C.; BRUCH, K. L. (Org.). **Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação**: ambiente institucional e organizações. Criciúma: EDIUNESC, 2017, p. 339-359.
- TROUT, J.; RIVKIN, S. **Reposicionamento**: marketing para a era de competição, mudança e crise. São Paulo: M. Books, 2011.
- TYBOUT, A. M.; CALKINS, T. **Branding**: gestão de marcas. São Paulo: Saraiva, 2018.
- UE (UNIÃO EUROPEIA). Indizazioni Geografiche. 2019. Disponível em: <https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/geographical-indications/index_it.htm>. Acesso em: 05 nov. 2019.
- WIPO (WORLD INTELLECTUAL PROPERTY). Global Brand Database. Puntino Ad Ago di Latronico 2011. Disponível em: <<https://www3.wipo.int/branddb/en/#>>. Acesso em: 02 nov. 2019.
- WIPO (WORLD INTELLECTUAL PROPERTY). World Intellectual Property Indicators Collective Marks. 2019. Disponível em: <https://www.wipo.int/sme/en/ip_business/collective_marks/collective_marks.htm>. Acesso em: 02 nov. 2019.

Notas

- [1] Para Trout e Rivkin (2011, p. 22), “reposicionamento é a maneira como a empresa ajusta percepções”.
- [2] Alice M. Tybout e Tim Calkins (2018, p. 37) definem branding “[...] uma combinação holística de intenções de profissionais de marketing, interpretações de consumidores e associações de numerosas redes socioculturais, uma cocriação e coprodução de interessados do início ao fim”.