

# **Tensão nas Narrativas de De(Uso) da Paisagem Cultural: Comunicação e Sustentabilidade na Denominação de Origem da Banana da Região de Corupá**

**Henrique Budal Arins**

## **2ª Defesa:**

19 de dezembro de 2022

## **Membros da Banca Examinadora:**

Profa. Dra. Patrícia de Oliveira Areas (Orientadora/UNIVILLE),

Profa. Dra. Mariluci Neis Carelli (Coorientadora/UNIVILLE),

Prof. Dr. Ignacio López Moreno (Coorientador/UAM-Lerma),

Profa. Dra. Anita Mattes (membro externo/ Centre d'Études et de Recherche en Droit de l'Immatériel - CERDI/Université Paris-Saclay),

Profa. Dra. Mérli Leal Silva (membro externo/UNIPAMPA),

Profa. Dra. Marielen Aline Costa da Silva (membro externo UFNT)

Profa. Dra. Ilanil Coelho (membro interno/UNIVILLE)

## **RESUMO**

Esta pesquisa de doutoramento objetiva discutir um processo participativo na construção da comunicação da Indicação Geográfica (IG) a partir da análise das tensões nas narrativas de (des)usos da paisagem cultural, na perspectiva do desenvolvimento sustentável, sustentado e inclusivo. A problemática reside nas decisões de uso de mercado da paisagem na construção da comunicação da IG que comprometem sua salvaguarda. Esta construção é realizada por uma perspectiva transdisciplinar de abordagem teórica, na percepção de um paradigma substantivo de desenvolvimento, para estruturar os conceitos de indicação geográfica numa possível caracterização de bem cultural em patrimônio enquanto paisagem cultural. Tem como universo de pesquisa a Denominação de Origem (DO) da banana da região de Corupá e seus subprodutos. A pesquisa é de natureza aplicada, com objetivo descritivo e método dialético, com a relação entre três dimensões: paisagem cultural; indicação geográfica; e comunicação. A coleta de dados ocorreu por pesquisa-ação pela interação com a comunidade e com aprofundamentos a partir de relatos da história oral. Seguiu com pesquisa em documentos e em manifestações da DO; aplicação de questionário para levantamento de perfil de consumidores e percepção sobre a DO; entrevista sobre atributos na escolha de produtos alimentares; e dinâmica coletiva para aproximação de consumidores com a paisagem. A análise dos dados usou a hermenêutica da profundidade nos estágios de análise dos apontamentos em caderno de campo da pesquisa-ação e documental; análise do discurso das narrativas dos atores da paisagem; e a interpretação dos dados. A etapa quantitativa usou a análise estatística descritiva. Assim, a pesquisa resultou na configuração de uma estrutura de participação plural dos atores da paisagem, no fluxo espiral e contínuo a partir da mensagem da comunicação e na apropriação da construção da mensagem da comunicação da DO, resultando o mercado como um meio e não como o fim, para a salvaguarda da paisagem cultural, para a sustentabilidade para garantir o vínculo humano ativo no território.

**Palavras-chaves:** Paisagem Cultural; Indicação Geográfica; Comunicação; Desenvolvimento Sustentável