



IV Workshop
Catarinense
de Indicação
Geográfica





EXPEDIENTE GERAL

Reitora

Sandra Aparecida Furlan

Vice-Reitor

Alexandre Cidral

Pró-Reitora de Ensino

Sirlei de Souza

Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação

Denise Abatti Kasper Silva

Pró-Reitor de Extensão e Assuntos Comunitários

Claiton Emilio do Amaral

Pró-Reitor de Administração

José Kempner

PRODUÇÃO EDITORIAL

Coordenação geral

Andrea Lima dos Santos Schneider

Secretaria

Adriane Cristiana Kasprowicz

Revisão

Cristina Alcântara

Viviane Rodrigues

Diagramação

Rafael Sell da Silva

Créditos das imagens da capa

Magali Moser (potes de queijo)

Nelita Fabiana Moratelli (casa enxaimel)

Giully de Oliveira (conservas na mesa)

Reservados todos os direitos de publicação em língua portuguesa à EDITORA UNIVILLE.
Rua Paulo Malschitzki, 10 – Campus Universitário – Zona Industrial
CEP 89219-710 – Joinville/SC – Brasil
Telefones: (47) 3461-9027 / (47) 3461-9110 / 3461-9141
e-mail: editora@univille.br

ISBN 978-85-8209-052-7

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da Univille

W927 Workshop catarinense de indicação geográfica (4. : 6 e 7 ago. : 2015 : Joinville, SC) / Organização: Suelen Carls, Patrícia de Oliveira Areas e Gabriel Severo Venco Teixeira da Cunha – Joinville, SC : UNIVILLE, 2016.

151 p. : il.; 30 cm

1. Patrimônio cultural. 2. Memória social. 3. Paisagem social. 4. Preservação – Patrimônio. 5. Indicação geográfica – Santa Catarina. I. Carls, Suelen (org.). II. Areas, Patrícia de Oliveira (org.). III. Cunha, Gabriel Severo Venco Teixeira da (org.). IV. Título.

CDD 363.69

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
PANORAMA DOS PEDIDOS DE REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DEPOSITADOS NO INPI NO PERÍODO DE 1997 A 2014	6
Luiz Claudio de Oliveira Dupim, Raul Bittencourt Pedreira, Maria Helena de Oliveira Nunes, Maira Freixinho Marins e Lúcia Regina Fernandes	
INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL: ESTUDO DE CASOS	18
Luiz Claudio de Oliveira Dupim e Lia Hasenclever	
MARCAS COLETIVAS COMO INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E INCENTIVO ÀS PEQUENAS EMPRESAS AGRÍCOLAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA.....	29
Cristiani Fontanela, Rafael Alfredo Weber Hoss e Daniela de Sá Jacobina Pires	
A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DA PRODUÇÃO EM SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCAIS.....	39
Vitor André da Silveira Duarte e Jonatan Fortes Silva	
CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA DOS VINHEDOS CATARINENSES DE ALTITUDE PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	50
Luciane Isabel Malinovski, Marcelo Borghezan e Hamilton Justino Vieira	
COMPORTAMENTO DA VIDEIRA NAS REGIÕES DE ALTITUDE DE SANTA CATARINA: UM DOS COMPONENTES DISTINTIVOS LIGADOS AO CONCEITO DE <i>TERROIR</i>	58
Marcelo Borghezan	
PREMISSA DE UM REGULAMENTO TÉCNICO DE IDENTIDADE E QUALIDADE DO QUEIJO KOCHKÄSE.....	69
Nelita Fabiana Moratelli, Karla Andréa Drews e Marian Natalie Meisen	
AVALIAÇÃO MICROBIOLÓGICA DO PROCESSO DE COZIMENTO DO QUEIJO KOCHKÄSE COM VISTAS A CONTRIBUIR COM A PRERROGATIVA DE INOCUIDADE DA INSTRUÇÃO NORMATIVA N.º 30 DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA	79
Marian Natalie Meisen, Karla Andréa Drews e Nelita Fabiana Moratelli	

CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL NO BRASIL.....	88
Valdinho Pellin e Leonardo Furtado da Silva	
PRODUTOS DO TERRITÓRIO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE COM BASE EM EXPERIÊNCIAS PORTUGUESAS	96
Valdinho Pellin	
AGROECOLOGIA, PATRIMÔNIO CULTURAL E NOVAS RELAÇÕES DE GÊNERO: UM OLHAR SOBRE A ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES AGROECOLÓGICOS SEMENTE DO FUTURO – ATALANTA (SC).....	105
Adilson Tadeu Basquerote Silva e Gláucia de Oliveira Assis	
ALÉM DO PATRIMÔNIO MATERIAL: SIMBOLOGIA, CULTURA E HISTÓRIA POR MEIO DA HOSPITALIDADE NO TURISMO.....	119
Natália Carolina de Oliveira Vaz	
A CONTRIBUIÇÃO DA IGREJA MATRIZ COMO ELEMENTO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE MORRETES (PR)	127
Natália Carolina de Oliveira Vaz e Marcos Antônio Mattedi	
DO PÃO DE MILHO À FESTA: O RESGATE DE UMA CULTURA – A EXPERIÊNCIA DE SÃO BONIFÁCIO (SC)	136
Giully de Oliveira	
A INCLUSÃO DO PATRIMÔNIO ARQUEOLÓGICO DE GAROPABA (SC) NO PROJETO DE FORTALECIMENTO DO TURISMO DE OBSERVAÇÃO DE BALEIAS	149
Viegas Fernandes da Costa e Clóvis Reis	
AÇÕES PARA A PROMOÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) E A VALORIZAÇÃO DO PRODUTO ERVA-MATE NO PLANALTO NORTE CATARINENSE	160
Gilcimar Adriano Vogt, Adriano Martinho de Souza e Gilberto Neppel	
SOBRE OS ORGANIZADORES	173

APRESENTAÇÃO

Pensar em indicações geográficas (IGs) não é uma tarefa fácil, mas é gratificante e nos permite uma viagem às mais diversas áreas do conhecimento. O tema faz parte do direito de propriedade intelectual e também do dia a dia da comunidade que produz artesanato ou que cria gado. É patrimônio, envolve a cultura das pessoas e quase sempre a tradição e a história. É desenvolvimento e possibilita a integração dos produtores e prestadores de serviço de uma região. Trata-se de um instituto jurídico regulamentado pelo Direito e, ao mesmo tempo, nos oportuniza, no conforto do lar, relembrar uma agradável viagem por meio dos sabores e da beleza de um vinho ou de um objeto decorativo que remetem à correspondente origem.

Tudo isso e muito mais conduz à necessidade e à ânsia de explorar esse ativo intelectual tão novo em um país tão culturalmente rico, sobretudo em um estado como Santa Catarina, que, desde a primeira edição do Workshop Catarinense de Indicação Geográfica, tem aprofundado o debate nesse tema multi e interdisciplinar.

Por esses e outros motivos o IV Workshop Catarinense de Indicação Geográfica buscou, com a chamada e a apresentação de trabalhos, reunir pessoas cujas pesquisas e cujos interesses caminham na via da busca do desenvolvimento, da promoção e valorização dos produtos em que a origem exerce um papel preponderante e diferenciador.

Na quarta edição do evento, que novamente contou com palestras e mostra de produtos tradicionais, a apresentação de trabalhos exerceu um papel igualmente importante. Os objetivos do *workshop* encontram-se claramente estabelecidos ao longo dos últimos quatro anos: discutir, aprofundar e disseminar o instituto da IG na sua acepção jurídica, com base em uma visão multidisciplinar e desenvolvimentista, como instrumento de valorização e distinção de produtos, geração de renda, preservação cultural, de desenvolvimento regional multifacetado, organização da produção e criação de valor agregado.

Nesse sentido, os textos aqui expostos trazem discussões vinculadas às IGs e aos produtos tradicionais como um todo, desde (a) avaliação do panorama de depósitos de pedidos de IGs, (b) passando por estudos de caso nacionais e estrangeiros e (c) também marcas coletivas, instituto que, junto com as IGs, apresenta potencial para promoção coletiva dos produtos e serviços, e (d) também que instigam a questão do turismo relacionado aos produtos com diferencial de origem, entre outras especificidades.

Diante desse rico quadro de contribuições, deseja-se boa leitura a todos e que esta coletânea possa contribuir para o aprimoramento das pesquisas futuras e também daquelas já em andamento na área das IGs e dos produtos tradicionais.

Suelen Carls



PANORAMA DOS PEDIDOS DE REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DEPOSITADOS NO INPI NO PERÍODO DE 1997 A 2014¹

Luiz Claudio de Oliveira Dupim²

Raul Bittencourt Pedreira³

Maria Helena de Oliveira Nunes⁴

Maira Freixinho Marins⁵

Lúcia Regina Fernandes⁶

Resumo: Este artigo apresenta um panorama das indicações geográficas (IGs) no Brasil por meio de levantamento dos pedidos de registro de IG depositados no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) no período de 1997 a 2014, no intuito de avaliar o desenvolvimento desse ativo de propriedade industrial no país. Com base no levantamento inicial no banco de dados do Inpi, procedeu-se a uma análise das solicitações de registro protocolizadas por requerentes nacionais e estrangeiros, com vistas a buscar identificar as solicitações por espécie de IG, conforme definição constante na Lei n.º 9.279/96 (BRASIL, 1996), os principais produtos ou serviços relacionados aos pedidos de registro, assim como uma análise dos registros concedidos no período estudado. O trabalho também aborda os principais atores institucionais atuantes no tema no Brasil, identificados mediante as experiências no exame das solicitações e nas ações de fomento realizadas pelos técnicos do Inpi.

Palavras-chave: propriedade industrial; pedidos de registro de indicações geográficas; indicações de procedência; denominações de origem.

Introdução

O conceito de indicação geográfica (IG) foi internalizado na legislação nacional como um ativo de propriedade industrial por meio da Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996 (LPI/96 – BRASIL, 1996), possibilitando aos produtores/prestadores de serviços de determinados locais, assim como aos estrangeiros, o uso exclusivo de nomes geográficos que satisfaçam as definições de IG estabelecidas no Capítulo IV da LPI/96 e as condições

¹ Artigo colaborativo desenvolvido pela equipe da Coordenação de Fomento e Registro de Indicações Geográficas (Coind) e Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR) do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) para o evento IV Workshop Catarinense de Indicação Geográfica, realizado em Joinville, 6 e 7 de agosto de 2015.

² Coordenador de fomento e registro de indicações geográficas (Inpi/Dicig/CGIR/Coind). *E-mail:* luiz.dupim@inpi.gov.br.

³ Tecnologista em propriedade industrial. *E-mail:* raulbp@inpi.gov.br.

⁴ Pesquisadora em propriedade industrial. *E-mail:* mhelena@inpi.gov.br.

⁵ Tecnologista em propriedade industrial. *E-mail:* maira@inpi.gov.br.

⁶ Coordenadora geral de indicações geográficas e registros (Inpi/Dicig/CGIR). *E-mail:* luciareg@inpi.gov.br.



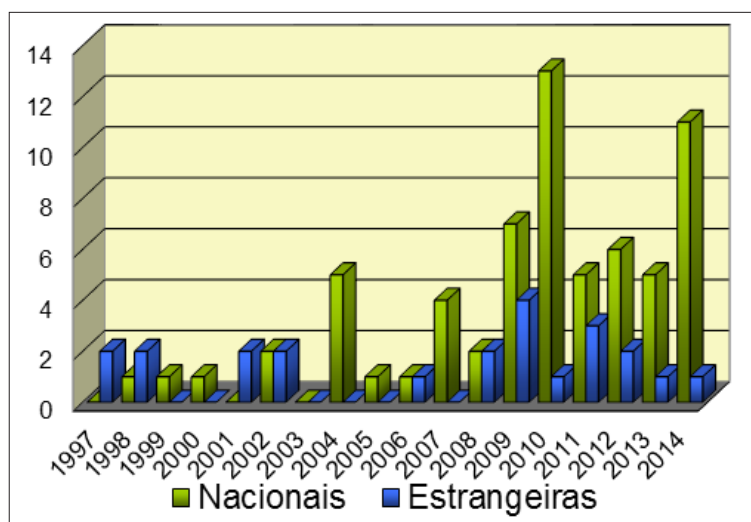
de registro especificadas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi), por intermédio da Instrução Normativa n.º 25 de 2013, o regulamento vigente.

Levando em conta o período de abrangência da pesquisa, 18 anos se passaram desde a internalização do conceito de IG no Brasil. Nesse período, considerando a entrada em vigor da LPI/96 em 1997, observa-se que apenas em anos recentes começou a haver maior interesse pelo registro desse ativo da propriedade industrial por parte de requerentes nacionais. Tal movimento pode ser explicado pelo aumento de iniciativas de disseminação e fomento ao registro de IG como forma de agregar valor a produtos e serviços locais pelo próprio Inpi, assim como por instituições de apoio técnico-científico, como é o caso dos projetos pioneiros Uva e Vinho, da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), os projetos de apoio às entidades representativas de micro e pequenos produtores fomentados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), iniciativas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e de algumas secretarias de estados, tendo esse movimento se intensificado após 2007.

Pedidos de registro de indicações geográficas

Com a entrada em vigor da LPI/96 em 1997, os primeiros pedidos de registros de IG foram, em sua maioria, solicitados por estrangeiros com interesse na proteção de suas IGs no Brasil. O número de pedidos de registros requeridos por nacionais começou a se intensificar a partir de 2007, como pode ser depreendido do gráfico 1.

Gráfico 1 – Pedidos de registro de indicações geográficas no Inpi – 1997 a 2014



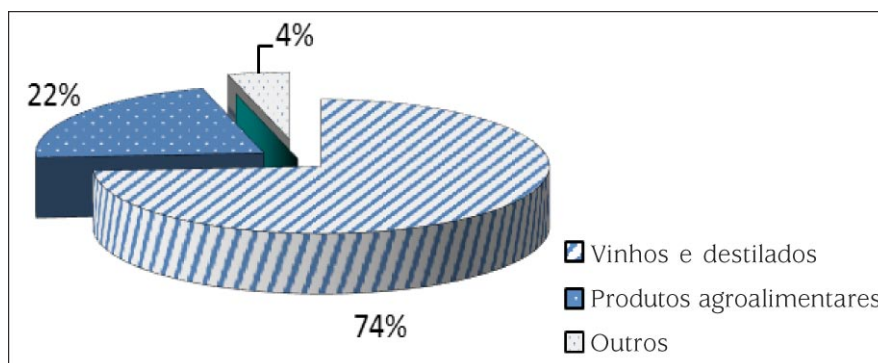
Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

De acordo com dados do Inpi (2015), até dezembro de 2014 haviam sido depositados 91 pedidos de registro de IG, sendo 24 de requerentes estrangeiros e 67 de solicitantes nacionais. Desse total, 49 pedidos obtiveram registro, quatro foram indeferidos, 11 arquivados e 27 se apresentavam em exame.



Os pedidos de registro de IGs estrangeiras no Inpi concentram-se em solicitações relacionadas a vinhos e produtos agroalimentares (gráfico 2), o que está de acordo com a prática internacional de proteção a esse tipo de ativo de propriedade intelectual.

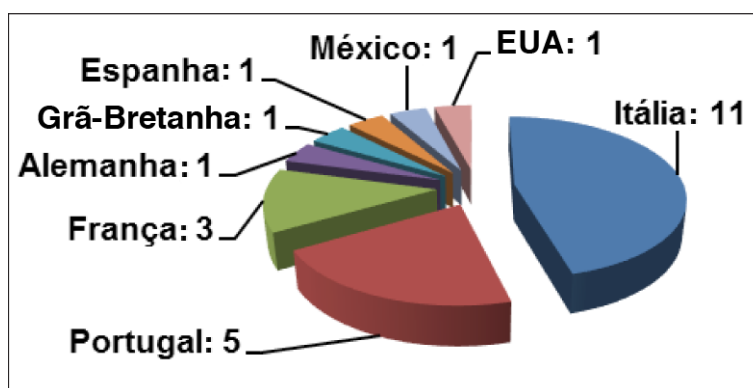
Gráfico 2 – Distribuição dos pedidos de registro de IGs estrangeiras por produtos/serviços – 1997 a 2014



Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Os pedidos de registro de IGs estrangeiras no Inpi originam-se, em sua maioria, de países europeus, o que vem a confirmar o grande interesse de tais países na proteção desse ativo de propriedade intelectual. A Itália é o país com o maior número de solicitações de registros no Brasil (11 pedidos), seguida de Portugal (cinco), França (três), Alemanha, Grã-Bretanha, Espanha, México e Estados Unidos (um pedido por país).

Gráfico 3 – Distribuição da quantidade de pedidos de registro de IG por países estrangeiros no Inpi – 1997 a 2014



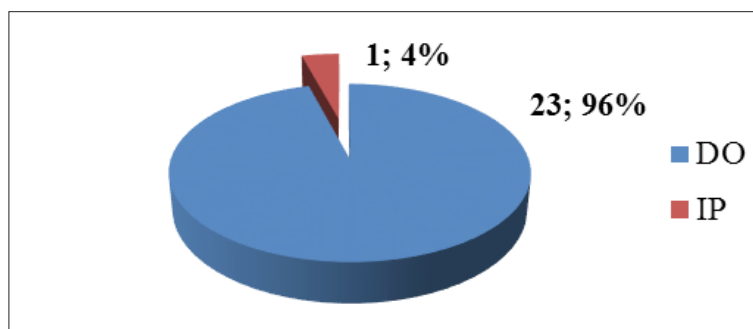
Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Com relação às espécies de IG definidas pela LPI/96, os pedidos estrangeiros concentram-se em denominações de origem (DO). Dos 24 pedidos de registros de IGs estrangeiras, somente um se referia à indicação de procedência (IP). Todos os pedidos restantes dizem respeito a DO. Tal incidência se deve muito ao fato de a definição de DO na legislação nacional estar mais próxima das descrições encontradas nas legislações



de outros países, principalmente no tocante ao Acordo de Lisboa, administrado pela Organização Mundial da Propriedade Industrial (Ompi), e na legislação comunitária da União Europeia (EU).

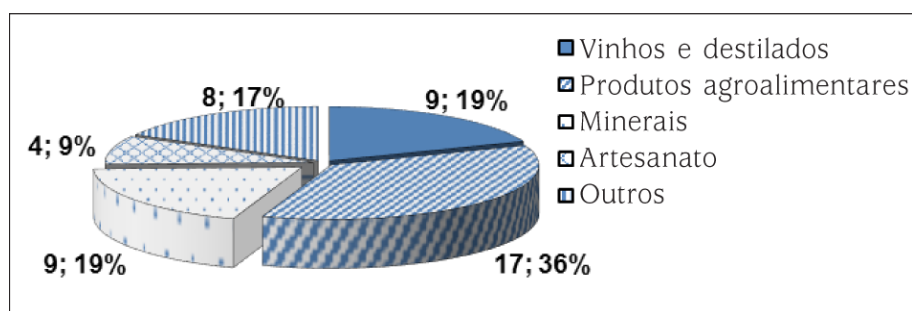
Gráfico 4 – Distribuição da quantidade de pedidos de registros de IGs estrangeiras por espécie de IG conforme a LPI/96



Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Já os registros de IG requeridos por solicitantes nacionais estão vinculados a produtos e serviços diversos (gráfico 5). No caso dos requerentes nacionais, além dos produtos que tradicionalmente se beneficiam desse tipo de registro, como vinhos e produtos agroalimentares, pedidos de registro de IG para artesanato, minerais e um pedido de registro para IG de serviços também são encontrados. Tal diversidade se deve à flexibilidade da legislação nacional, que não discrimina o ramo de atividade econômica relacionada a esse tipo de registro, diferentemente do observado em legislações estrangeiras como, por exemplo, na UE, onde a proteção se aplica, até o momento, apenas à IG para produtos vinícolas e agroalimentares.

Gráfico 5 – Distribuição dos pedidos de registro de solicitantes nacionais por categoria de produtos/serviços – 1997 a 2014



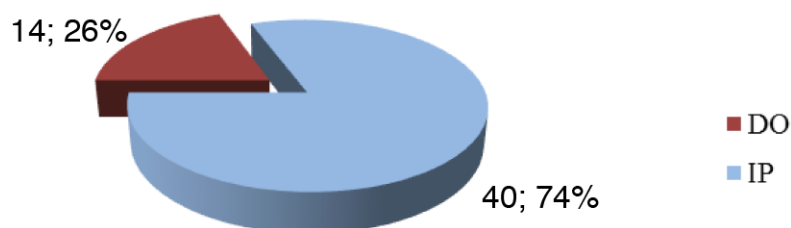
Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Conforme o gráfico 6, no caso dos pedidos de registro de requerentes nacionais, verifica-se maior incidência de solicitações na espécie de IP, perfazendo um total de 54 pedidos no período, enquanto apenas 14 se referem a pedidos de registro para a espécie DO. Portanto, a maioria dos pedidos diz respeito a locais que se tornaram conhecidos



na extração, produção ou fabricação de determinados produtos, com destaque para as solicitações de produção de vinho, aguardente de cana e café. Na categoria de serviços houve apenas um pedido solicitado, e já concedido, de serviços de tecnologia da informação, conhecido como Porto Digital de Recife, não havendo até o momento outras solicitações para esse ramo de atividade econômica.

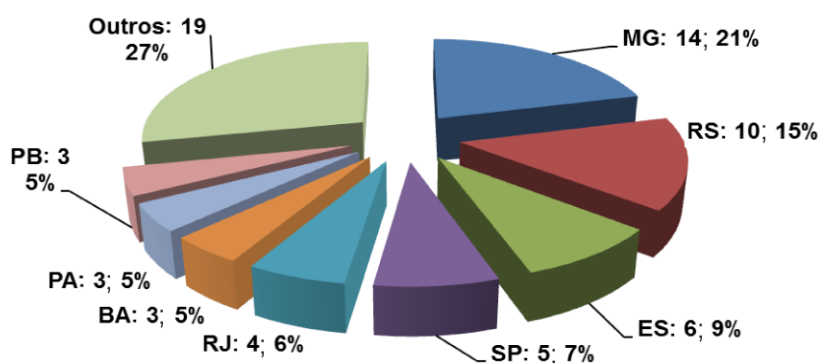
Gráfico 6 – Distribuição dos pedidos de IG de requerentes nacionais entre IP e DO – 1997 a 2014



Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Considerando a distribuição dos pedidos de registro de IG por estados, observa-se a liderança dos estados de Minas Gerais (MG – 14) e Rio Grande do Sul (RS – dez), seguidos pelos estados do Espírito Santo (ES – seis), São Paulo (SP – cinco), Rio de Janeiro (RJ – quatro), Bahia (BA), Pará (PA) e Paraíba (PB) com três cada. Tal distribuição aponta para uma maior disseminação do conceito de IG nas instituições de fomento e nos agrupamentos produtivos dos estados líderes (gráfico 7).

Gráfico 7 – Distribuição dos pedidos de IG de requerentes nacionais por estados da federação – 1997 a 2014



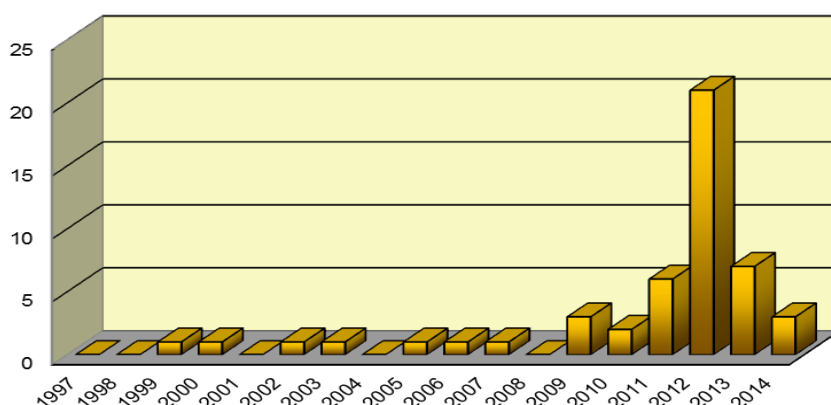
Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Registros concedidos

De acordo com o gráfico 8, a concessão de registros de IG por parte do Inpi intensificou-se a partir de 2010, em virtude de uma melhor estruturação da autarquia no tocante aos recursos administrativos e humanos, o que possibilitou o processamento e a decisão de pedidos de registro de IG pendentes de solução de anos anteriores.



Gráfico 8 – Concessão de registros de IG no Inpi – 1997 a 2014

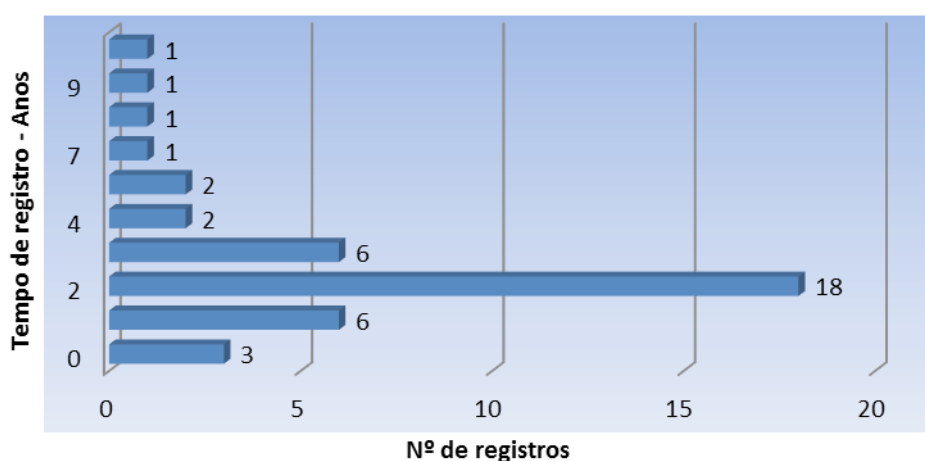


Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Depreende-se do quadro 1 que, até dezembro de 2014, 49 indicações geográficas estavam registradas no Inpi, sendo 41 nacionais e oito estrangeiras. Do total de IGs nacionais registradas, 33 eram da espécie IP e apenas oito da espécie DO. Todas as IGs estrangeiras registradas foram da espécie DO.

Do total de pedidos de solicitantes nacionais registrados, 30 foram concedidos entre os anos de 2011 e 2014. Considerando a data limite da pesquisa, mês de dezembro de 2014, verifica-se que, do total de registros, apenas dois foram concedidos há pelo menos 10 anos, dois há pelo menos oito anos, dois há pelo menos cinco anos; os restantes (35) há menos de três anos, o que deixa evidente o pouco tempo de experiência do país com relação à observação do desenvolvimento das IGs nacionais.

Gráfico 9 – Quantidade de IGs nacionais registradas x tempo de registro



Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

**Quadro 1** – IGs registradas no Inpi – 1997 a 2014

N.º	Nome	Espécie	País/ UF	Produto	Ano de registro
IG970002	Região dos Vinhos Verdes	DO	PT	Vinhos	1999
IG980001	Cognac	DO	FR	Destilado vínico	2000
IG200002	Vale dos Vinhedos	IP	BR/RS	Vinhos e espumantes	2002
IG200101	Franciacorta	DO	IT	Vinhos, espumantes e bebidas	2003
IG980003	Região do Cerrado Mineiro*	IP	BR/MG	Café	2005
IG200501	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	BR/RS	Carne bovina e derivados	2006
IG200602	Paraty	IP	BR/RJ	Aguardente tipo cachaça e composta	2007
IG980003	San Daniele	DO	IT	Presunto defumado cru	2009
IG200701	Vale do Submédio São Francisco	IP	BR/BA/ PE	Uvas de mesa e mangas	2009
IG200702	Vale dos Sinos	IP	BR/RS	Couro acabado	2009
IG200802	Litoral Norte Gaúcho	DO	BR/RS	Arroz	2010
IG200803	Pinto Bandeira	IP	BR/RS	Vinhos e espumantes	2010
IG200704	Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	IP	BR/MG	Café	2011
IG200902	Região do Jalapão do Estado do Tocantins	IP	BR/TO	Artesanato em capim dourado	2011
IG201003	Goiabeiras	IP	BR/ES	Artesanato em painéis de barro	2011
IG200907	Costa Negra	DO	BR/CE	Camarão	2011
IG200901	Pelotas	IP	BR/RS	Doces tradicionais e confeitaria/frutas	2011
IG201001	Serro	IP	BR/MG	Queijo Minas artesanal do Serro	2011
IG201009	Vales da Uva Goethe	IP	BR/SC	Vinhos de uva Goethe	2012
IG201010	São João del-Rei	IP	BR/MG	Peças artesanais em estanho	2012
IG201002	Canastra	IP	BR/MG	Queijo canastra	2012
IG201012	Franca	IP	BR/SP	Calçados	2012
IG201013	Porto	DO	PT	Vinho generoso (vinho licoroso)	2012
IG201014	Pedro II	IP	BR/PI	Opalas preciosas e joias artesanais	2012
IG201004	Região Pedra Carijó no Rio de Janeiro	DO	BR/RJ	Gnaisse fitado milonítico branco	2012
IG201005	Região Pedra Madeira no Rio de Janeiro	DO	BR/RJ	Gnaisse fitado milonítico claro	2012

Continua...>



Continuação do quadro 1

N.º	Nome	Espécie	País/ UF	Produto	Ano de registro
IG201006	Região Pedra Cinza no Rio de Janeiro	DO	BR/RJ	Gnaisse fitado milonítico cinza	2012
IG201007	Cachoeiro de Itapemirim	IP	BR/ES	Mármore	2012
IG200909	Linhares	IP	BR/ES	Cacau em amêndoas	2012
IG201101	Manguezais de Alagoas	DO	BR/AL	Própolis vermelha	2012
IG201106	Napa Valley	DO	US	Vinhos	2012
IG201008	Vale dos Vinhedos*	DO	BR/RS	Vinhos tinto, branco e espumante	2012
IG200903	Norte Pioneiro do Paraná	IP	BR/PR	Café	2012
IG200904	Paraíba	IP	BR/PB	Têxteis de algodão colorido	2012
IG200908	Região de Salinas	IP	BR/MG	Aguardente de cana tipo cachaça	2012
IG201107	Divina Pastora	IP	BR/SE	Renda de agulha em lacê	2012
IG201103	Porto Digital	IP	BR/PE	Serviços de TI	2012
BR402012000002-0	Altos Montes	IP	BR/RS	Vinhos e espumantes	2012
IG201108	Champagne	DO	FR	Vinhos espumantes	2012
IG200102	Roquefort	DO	FR	Queijo	2013
IG201104	São Tiago	IP	BR/MG	Biscoito	2013
IG200703	Alta Mogiana	IP	BR/SP	Café	2013
IG201101	Mossoró	IP	BR/RN	Melão	2013
BR402012000005-5	Cariri Paraibano	IP	BR/PB	Renda renascença	2013
BR402012000006-3	Monte Belo	IP	BR/RS	Vinhos e espumantes	2013
IG201011	Região do Cerrado Mineiro*	DO	BR/MG	Café verde em grão e industrializado	2013
BR402012000003-9	Rio Negro	IP	BR/AM	Peixes ornamentais	2014
BR402012000004-7	Piauí	IP	BR/PI	Cajuína	2014
BR402012000001-2	Microrregião de Abaíra	IP	BR/BA	Aguardente de cana tipo cachaça	2014
Total de pedidos concedidos: 49 (oito estrangeiros e 41 nacionais)					
* Nome geográfico que possui dois registros, IP e DO					

Fonte: Organização dos autores com base em dados do Inpi (2015)

Principais instituições atuantes no fomento e apoio às indicações geográficas no Brasil

Com base na vivência das ações de disseminação e fomento, das quais participaram os especialistas do Inpi, foi possível identificar as instituições mais atuantes no tema no Brasil.

Ao longo da ainda pouca experiência do caso brasileiro, algumas instituições despontam como atores relevantes no fomento e apoio às iniciativas de reconhecimento de IG no país.

Entre os atores institucionais de maior relevância, destacam-se: os trabalhos de fomento do Sebrae, por meio de sua unidade nacional em Brasília, o Mapa, mediante a Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) e suas unidades regionais; a Embrapa, com destaque para a unidade de uvas e vinhos em Bento Gonçalves; e o próprio Inpi, que tem intensificado nos últimos anos a disseminação da cultura da propriedade industrial.



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

O Sebrae, uma entidade civil sem fins lucrativos, opera como um serviço social autônomo que visa à capacitação e promoção do desenvolvimento. Trata-se de uma instituição técnica voltada para o fomento e a difusão de programas que têm como objetivos o fortalecimento e a promoção de micro e pequenas empresas (MPEs). No Sebrae o governo e a iniciativa privada atuam em parceria (SEBRAE, 2015).

O sistema Sebrae é composto por uma unidade central coordenadora e por 27 unidades mais o Distrito Federal, que têm autonomia administrativa.

O Sebrae vem atuando, desde 2005, no apoio aos grupamentos de produtores interessados em solicitar o registro de IG no Inpi, por meio da unidade de Acesso à Inovação Tecnológica e suas regionais espalhadas pelo território nacional. O Sebrae participa de projetos de incentivo ao registro de IG fornecendo consultores e apoiando as entidades representativas de produtores na obtenção da documentação necessária ao atendimento das condições estabelecidas pelo Inpi. Também tem atuado na produção de material informativo e como um importante patrocinador de eventos de divulgação do registro de IG nos meios de comunicação e nas entidades representativas de produtores.

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Mapa

O Mapa é uma das instâncias de fomento às atividades e ações para IG de produtos agropecuários. No Mapa, o suporte técnico aos processos de obtenção de registro de IG cabe à CIG, do Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (DEPTA), o qual pertence à Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC) (MAPA, 2015).

O Mapa apoia projetos para potenciais IGs, assim como para outros sinais distintivos coletivos ou para IGs já registradas, por meio de convênio ou termo de cooperação.

Com um cenário nacional e internacional cada vez mais promissor para formas de agregação de valor, a reforma administrativa do Mapa pelo Decreto n.º 5.351, de 21 de janeiro de 2005, oportunizou a integração do tema indicação geográfica ao Programa de Gestão Estratégica do Mapa, como uma importante ferramenta de agregação de valor (MAPA, 2015).

A atuação do Mapa foi oficializada pela criação da CIG/DEPTA/SDC. Dessa forma, o Mapa passou a ser a instância superior e central no planejamento, no fomento, na coordenação, na supervisão e na avaliação das atividades, dos programas e das ações de IG de produtos agropecuários no Brasil (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, 2009).

Nos estados e no Distrito Federal, os trabalhos da CIG são conduzidos por técnicos e por fiscais federais agropecuários das Superintendências Federais de Agricultura (SFA), mais especificamente pelo Serviço de Política e Desenvolvimento Agropecuário (SEPDAG).

O objetivo da concessão de IG apoiada pelo Mapa é o desenvolvimento sustentável, via agregação de valor aos produtos agropecuários, de modo a ressaltar as diferenças e identidades culturais próprias, organizando as cadeias produtivas e assegurando inocuidade e qualidade aos produtos agropecuários (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, 2009).



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa

A Embrapa foi criada em 26 de abril de 1973 e está vinculada ao Mapa. Desde o começo, foi assumido o desafio de desenvolver, em conjunto com o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), um modelo de agricultura e pecuária tropical genuinamente brasileiro, para superar as barreiras que limitavam a produção de alimentos, fibras e energia no nosso país. É uma empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para a agropecuária brasileira.

A Embrapa conta atualmente com 17 unidades centrais localizadas em Brasília, 46 unidades descentralizadas em todas as regiões do país, quatro laboratórios virtuais distribuídos entre Estados Unidos, Europa, China e Coreia do Sul e três escritórios internacionais na América Latina e África (EMBRAPA, 2015b).

A Embrapa apoia iniciativas de reconhecimento de IG no setor agropecuario e possui importante papel nos projetos de valorização da produção do setor. Tem relevante função no desenvolvimento de IG para vinhos, mediante o Centro Nacional de Pesquisa em Uvas e Vinhos (CNPUV).

No início dos anos 1990, a Embrapa/CNPUV, também conhecida como Embrapa Uva e Vinho, foi pioneira no tema das IGs no Brasil, ao estimular o desenvolvimento em vinhos. Em 1995 teve início o primeiro projeto para atender à demanda dos produtores da região do Vale dos Vinhedos, que viria a ser a primeira IG brasileira. Hoje o Brasil já conta com um conjunto de IGs de vinhos finos reconhecidas ou em desenvolvimento (EMBRAPA, 2015b).

A seguir, IGs reconhecidas pela Embrapa Uva e Vinho:

- Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos (RS);
- Indicação de Procedência Pinto Bandeira (RS);
- Indicação de Procedência Altos Montes (RS);
- Indicação de Procedência Região de Monte Belo (RS);
- Denominação de Origem Vale dos Vinhedos (RS).

A seguir, IGs em desenvolvimento:

- Indicação de Procedência Farroupilha (RS) (registrada em 2015);
- Indicação de Procedência Campanha (RS);
- Indicação de Procedência Vale do Submédio São Francisco (BA).

Instituto Nacional da Propriedade Industrial – Inpi

Criado em 1970, o Inpi é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) e responsável pelo aperfeiçoamento, pela disseminação e pela gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria (INPI, 2015).

Entre os serviços do Inpi estão os registros de marcas, desenhos industriais, IG, programas de computador e topografias de circuitos integrados, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia.

O Inpi também vem atuando intensamente na disseminação da cultura da propriedade industrial como forma de aumentar a proteção aos ativos de propriedade industrial no Brasil. No que se refere às IGs, é responsável pelo estabelecimento das condições de registro no Brasil, com base no parágrafo único do artigo 182 da LPI/96 (BRASIL, 1996) e seu registro propriamente dito.



Com a criação em 2010 da Coordenação de Fomento e Registro de Indicações Geográficas (Coind), vinculada à Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR), da Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros (Dicig), o Inpi vem contribuindo para a consolidação do conceito de IG no Brasil, participando em conjunto com outras instituições de apoio e fomento ao registro de IG e de eventos, exposições e palestras referentes ao tema em todo o país.

O Inpi empenha-se em consolidar parcerias com instituições como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Mapa, o Sebrae, o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), a Embrapa, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), para disseminar informações técnicas entre os órgãos de apoio e fomento e também entre as entidades representativas de produtores/prestadores de serviços, no intuito de possibilitar uma melhor compreensão sobre os conceitos da propriedade industrial, assim como a agregação de valor proporcionada pela organização das cadeias produtivas por meio do associativismo, da proteção aos bens culturais, da cooperação e das estruturas de controle.

Considerações finais

Com base em pesquisa nos dados de pedidos/registros de IG depositados no Inpi, fica evidente a novidade que o conceito de IG representa no Brasil, tendo em vista a pouca tradição na cultura da propriedade intelectual, o pouco tempo entre a internalização do conceito de IG na legislação brasileira e os recentes registros concedidos até o momento.

Segundo os dados estatísticos apurados com relação aos pedidos de registro estrangeiros, os países europeus são os que apresentaram maior interesse na proteção desse ativo de propriedade intelectual no Brasil, apesar do pequeno número de registros concedidos até o momento. É notória a ausência de pedidos de registro de IG de países sul-americanos, o que denota o pouco interesse dos países vizinhos na proteção desse ativo intelectual no Brasil.

No tocante aos pedidos de registros de IGs nacionais, somente a partir de 2007 se notou um aumento de solicitações. A quantidade de registros concedidos só aumentou significativamente a partir de 2011, por conta de melhor estruturação do Inpi. Os estados de Minas Gerais e Rio Grande do Sul despontam como líderes em solicitações de registro de IG, refletindo o melhor tratamento do tema em tais localidades.

Poucos atores surgiram como apoiadores às ações de reconhecimento de IG no Brasil. Os projetos incentivados pela Embrapa Uva e Vinho e mais recentemente as ações realizadas pelo Inpi, Sebrae e Mapa constituem as iniciativas mais relevantes no que respeita ao apoio e fomento ao reconhecimento de IG no Brasil. A ausência de instituições de crédito e incentivos à produção é percebida entre as entidades de apoio e fomento.

Os esforços para a obtenção da concessão do registro de IG no Inpi tornaram-se um ponto de convergência entre as instituições oficiais no que concerne à condução das políticas de reconhecimento de IG. Atualmente, no âmbito federal, o Mapa e a Embrapa desempenham um importante papel na indução do reconhecimento de IG como forma de valorização de produtos agropecuários. O Sebrae destaca-se no apoio às iniciativas que visam à valorização dos produtos locais desenvolvidos por comunidades de pequenos empreendedores. No âmbito estadual, verifica-se o pouco conhecimento por parte dos órgãos com relação aos conceitos de IG, com exceções



observadas em alguns estados, como Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Espírito Santo e, mais recentemente, em Santa Catarina, São Paulo e Bahia.

Referências

BRASIL. **Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm>.

COORDENAÇÃO DE INCENTIVO À INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS (CIG); DEPARTAMENTO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E TECNOLOGIA DA AGROPECUÁRIA (DEPTA); SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E COOPERATIVISMO (SDC); MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Indicação geográfica**: guia para solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários. Brasília, 2009.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). Disponível em: <www.embrapa.br>. Acesso em: jun. 2015a.

_____. **Uva e vinho**. Disponível em: <www.embrapa.br/uva-e-vinho>. Acesso em: jul. 2015b.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: jun. 2015.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Indicação geográfica**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/produtos-potenciais>>. Acesso em: jun. 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos>. Acesso em: jul. 2015.



INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL: ESTUDO DE CASOS¹

Luiz Claudio de Oliveira Dupim²

Lia Hasenclever³

Resumo: O presente artigo refere-se aos resultados da pesquisa de estudo de casos envolvendo o reconhecimento de indicações geográficas (IGs) no Brasil com o objetivo de verificar mudanças no ambiente produtivo local que possam ser atribuídas ao reconhecimento oficial de IGs para determinados produtos, decorrente do registro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi). Utilizando a metodologia de estudo de caso, a pesquisa procurou captar a percepção dos principais atores identificados nas IGs selecionadas quanto a possíveis mudanças no ambiente local que possam ser relacionadas ao reconhecimento de IGs, como por exemplo: aumento da visibilidade e valorização dos produtos locais, melhoria na coordenação entre os produtores e elos da cadeia produtiva dos produtos identificados pelo sinal distintivo. Também se verificou a eficácia do marco legal na proteção do nome geográfico. Por fim, por meio da comparação dos estudos de casos envolvendo as IGs Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty, procurou-se identificar em que medida o reconhecimento desse ativo de propriedade intelectual coletiva contribuiu para o desenvolvimento local, como preconiza a literatura especializada.

Palavras-chave: indicações geográficas; desenvolvimento local; propriedade industrial.

Introdução

A tradição em associar a procedência geográfica a determinado produto é uma prática usada desde tempos remotos da civilização. Tal vinculação consiste em uma forma de distinção, geralmente relacionada a certos atributos que se tornaram reconhecíveis, seja pela reputação alcançada, seja por suas qualidades, às vezes positivas, às vezes não, mas que no passado propiciavam uma forma de diferenciação a determinados bens.

Tal prática, quando aplicada a produtos, evoluiu para uma forma de identificação imputando algumas propriedades que podem ser atribuídas a sua origem geográfica

¹ Este artigo refere-se à apresentação dos resultados da pesquisa de tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Desenvolvimento do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPED/IE/UFRJ), sob o título *Indicações geográficas e desenvolvimento local: estudo exploratório e comparativo das indicações geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty* (DUPIM, 2015).

² Pesquisador em propriedade industrial pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi), doutor em Políticas Públicas e Desenvolvimento pelo IE/UFRJ. E-mail: luiz.dupim@inpi.gov.br.

³ Professora do IE/UFRJ, doutora em Engenharia de Produção pela UFRJ. E-mail: lia@ie.ufrj.br – orientadora.



ou à consequência de práticas de obtenção ou preparo aliadas a condições especiais de um local. Essa forma de identificação é definida hoje como indicação geográfica (IG). O conceito originou-se no Velho Mundo, desenvolvendo-se ao longo do tempo e tomando dimensões de ativo intelectual de grande valor econômico nos dias atuais.

Como o próprio nome sugere, indicação geográfica alude a uma indicação, na maioria das vezes referenciando nome de local, aplicada a determinados produtos cuja reputação e cujas características ou qualidades podem ser atreladas a sua origem geográfica. Cria-se nesse caso um vínculo entre o produto e a sua origem, na medida em que fatores humanos (como história, reputação, tradição) e sua interação com fatores naturais (como clima, solo, geografia) proporcionam um diferencial em comparação a produtos similares no mercado.

Os ganhos favorecidos pela utilização de IGs em produtos ou serviços, quando aliados à identificação de qualidade por parte dos consumidores, podem assumir um relevante papel no desenvolvimento econômico local pela promoção dos produtos regionais, o que, por consequência, beneficia toda a cadeia produtiva e as comunidades envolvidas. Tais vantagens, conjugadas a políticas públicas de desenvolvimento, possibilitam o resgate de práticas tradicionais e visibilidade às localidades antes esquecidas.

No Brasil, o termo indicação geográfica foi introduzido pela Lei da Propriedade Industrial n.º 9.279/96 (LPI/96⁴ – BRASIL, 1996). O registro desse ativo intelectual passou a ser possível como propriedade industrial de uso exclusivo dos produtores estabelecidos em local reconhecido como IG para determinado produto ou serviço.

Passados praticamente 20 anos da promulgação da LPI/96, verifica-se um crescimento no número de pedidos de registro de IGs no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi). Considerando a ainda pequena experiência brasileira no que se refere à observação dos benefícios advindos do reconhecimento de IGs no território nacional, algumas questões relacionadas aos seus efeitos benéficos nos agrupamentos de produtores ainda não são muito evidentes.

Tendo como objetivo averiguar as possíveis mudanças no ambiente produtivo das localidades reconhecidas como IGs para determinado produto, este artigo apresenta alguns resultados obtidos no estudo de caso de três IGs brasileiras: Vale dos Vinhedos para vinhos, Região do Cerrado Mineiro para café e Paraty para aguardente de cana.

Metodologia

Tendo em vista a ausência de indicadores para avaliar o impacto do reconhecimento como IG para produtos identificados por esse sinal distintivo, foi adotada na pesquisa a metodologia de estudo de caso com uma abordagem essencialmente qualitativa, mas com elementos quantitativos que podem ratificar ou não a percepção dos atores sobre dados fenômenos.

Este trabalho classifica-se como um estudo de caso exploratório, em que, segundo Yin (2001), se procurou identificar nos casos analisados os efeitos descritos na literatura com relação ao reconhecimento de IG para alguns produtos, como por exemplo

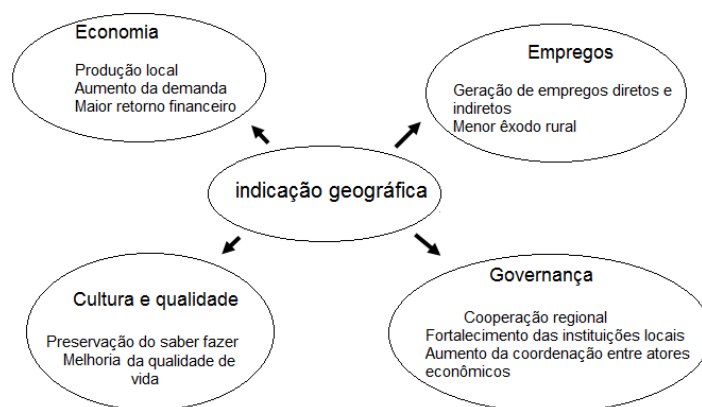
⁴ A Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996, foi resultado da adesão do Brasil ao Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Adipic) da Organização Mundial do Comércio (OMC); em inglês a sigla é Trips (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights).

mudanças no setor produtivo, que podem ser interpretadas como desenvolvimento local quando implica formação e ampliação de redes de cooperação entre os atores da cadeia produtiva local, valorização da cultura e do saber fazer tradicional, além do fortalecimento de atividades correlatas, como o turismo.

Considerando essas possíveis mudanças, constata-se que os esforços para alcançar o reconhecimento da localidade como IG constituem uma potencial ferramenta de desenvolvimento local.

O esquema representado na figura 1 sintetiza as relações entre o reconhecimento de IGs, as diversas dimensões sociais e econômicas do local geográfico e a possível influência desse reconhecimento no desenvolvimento local, que serão consideradas no estudo de caso.

Figura 1 – Esquema representando a interação entre o reconhecimento de IGs e as esferas das relações sociais e econômicas locais



Fonte: Adaptado de International Trade Centre (2009)

Conforme evidenciado ao longo da pesquisa, a relação direta entre alguns indicadores de desenvolvimento local e o reconhecimento de IGs demonstrou ser de grande complexidade, em decorrência dos poucos dados empíricos, da imaturidade do tema no Brasil e da fragilidade das relações entre os atores mais relevantes e seus efeitos na cadeia produtiva. Dessa forma, o presente trabalho procurou ressaltar, na visão dos atores mais relevantes, os possíveis benefícios na adoção de um sistema de proteção e incentivo ao reconhecimento de IGs no Brasil, apontando as potencialidades e dificuldades na implementação desse conceito como ferramenta de desenvolvimento, conforme preconizado pela literatura.

Seleção dos casos e as limitações do estudo

Em virtude da novidade que o registro de IG representa no Brasil e do pouco tempo de experiência entre o reconhecimento e a observação de efeitos percebíveis nos agrupamentos produtivos locais, verificou-se que apenas um pequeno grupo de IGs possuía registros no Inpi com tempo superior a 6 anos, considerando a abrangência do estudo no período de 1997 a 2013.

Conforme visto em International Trade Centre (2009), uma IG, para se consolidar no mercado, depende de esforços de organização coletiva e do reconhecimento do



mercado e do consumidor para que seus benefícios sejam mensurados, o que acontece em função de um longo tempo.

Partindo do pressuposto de que o tempo entre os esforços para o reconhecimento e a concessão do registro pelo Inpi é um parâmetro importante para avaliar as experiências com IGs, nota-se que no Brasil são poucas as experiências consolidadas de reconhecimento oficial de IGs. Considerando a quantidade de informações e a bibliografia disponível sobre as IGs registradas no Inpi, foram selecionadas, como objeto de estudos de casos, as IGs:

1. Vale dos Vinhedos, para vinhos – indicação de procedência e posterior denominação de origem;
2. Região do Cerrado Mineiro, para café em grãos verde – indicação de procedência e posterior denominação de origem;
3. Paraty, para aguardente de cana tipo cachaça – indicação de procedência.

Uma vez definidos os objetos de pesquisa, realizaram-se levantamentos primários e secundários sobre as IGs envolvidas, de modo a identificar os principais atores e as possíveis mudanças no ambiente local relacionados ao reconhecimento dessas localidades como IGs para determinados produtos. Os levantamentos secundários foram obtidos por informações disponíveis em bancos de dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE, 2014), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA, 2014a; 2014b), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2014), nos dados dos pedidos de registro de IGs depositados no Inpi (2014), entre outros (DUPIM, 2015, p. 92-94).

O levantamento primário foi efetuado mediante questionários e entrevistas realizadas no período de setembro a dezembro de 2014 com os principais atores das IGs selecionadas, de modo a captar a percepção dos diferentes grupos que atuam na gestão, na produção, no apoio técnico-científico e no apoio oficial nas ações relacionadas à promoção e governança da IG. Entre os principais atores identificados, destacam-se: entidades representativas de produtores – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale), Federação de Cafeicultores do Cerrado (que substituiu o Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado) e Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty (Apacap); entidades de apoio técnico-científico – Embrapa, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Mapa e Inpi; produtores, especialistas nos ramos e entidades do poder público local (DUPIM, 2015, p. 96-98).

Resultados e análise

Os resultados das pesquisas foram organizados em tabelas e gráficos a fim de viabilizar a verificação de possíveis mudanças ocorridas nos municípios mais relevantes das IGs selecionadas, assim como os ramos de atividades que poderiam ser impactados com o reconhecimento da IG.

Com base na pesquisa bibliográfica e nos dados obtidos de fontes primárias e secundárias, observaram-se similaridades e singularidades nos três casos pesquisados.

Para as IGs Vale dos Vinhedos e Paraty, constataram-se algumas semelhanças. As duas referem-se à produção de bebidas alcoólicas como produto principal, em que a matéria-prima mais importante é obtida de cultura agrícola para beneficiamento e



obtenção do produto final. O caso da Região do Cerrado Mineiro diz respeito a um produto agrícola cujo beneficiamento (torrefação e moagem) se mostrou secundário em relação ao produto principal da IG, pois a maior parte da produção de café é comercializada na forma de grãos verdes, cerca de 90%, sendo majoritariamente exportada e beneficiada fora da região delimitada (CAFÉ DO CERRADO, 2013).

Segundo a percepção dos principais atores identificados para cada caso, verificou-se que os benefícios alcançados pelo reconhecimento das IGs se concentraram no aumento da visibilidade, na consolidação de ações de coordenação entre os produtores organizados e também na melhoria da percepção da qualidade dos produtos. O registro do reconhecimento oficial concedido pelo Inpi foi utilizado nos casos avaliados como uma sinalização da melhoria da qualidade dos produtos locais no mercado, porém de uma forma ainda pouco perceptível pela maior parte dos consumidores. De modo geral, mesmo aqueles produtos não identificados com o sinal distintivo também se beneficiaram pelo aumento da visibilidade decorrente do reconhecimento da IG, constituindo uma fonte adicional de *marketing* para os produtores locais.

O Vale dos Vinhedos (com a produção de vinhos finos) e a Região do Cerrado Mineiro (com a produção de café) estão situados em locais já bastante consolidados em seus ramos de atividade, sendo o reconhecimento como IG uma forma de sedimentação das ações de valorização e diferenciação de seus produtos iniciadas no fim da década de 1980 e início da década de 1990.

No caso de Paraty, as ações de organização e valorização dos produtos tiveram como objetivo resgatar a tradição da produção de aguardente de cana, que foi abalada em virtude do declínio das atividades econômicas na localidade ao longo da segunda metade do século XX, e atender à legislação de bebidas alcoólicas do Mapa, que intensificou a fiscalização do produto, induzindo uma melhora na qualidade da aguardente de cana produzida no local (APACAP, 2014).

Com base nos dados secundários levantados, verificou-se que as localidades envolvidas experimentaram crescimento econômico no período pesquisado, todavia a contribuição do reconhecimento da IG para o desenvolvimento local não foi muito clara, já que aspectos concorrentes como o dinamismo econômico local, os fatores de aglomeração, incentivos à exportação e crescimento da atividade turística de uma forma geral, nos últimos anos, foram de grande relevância para o desenvolvimento dessas regiões.

A percepção dos principais atores identificados apontou para um crescimento das atividades ligadas ao turismo nas localidades envolvidas com as IGs Vale dos Vinhedos e Paraty. O reconhecimento desses locais como IG para determinados produtos contribuiu, mesmo que de maneira indireta, para o aumento da visibilidade das localidades por meio de uma mídia espontânea e do crescimento de atividades turísticas como o enoturismo (Vale dos Vinhedos) e a rota dos alambiques (Paraty).

A pesquisa indicou uma insuficiência do atual marco legal no que se refere ao uso desse ativo de propriedade intelectual como dinamizador do desenvolvimento local. Considerando a percepção das entidades representativas de produtores e entidades de apoio e fomento, o reconhecimento da IG proporcionado pelo registro no Inpi não demonstrou ser suficiente como indutor de desenvolvimento local – apesar de a maioria dos atores admitir a sua importância como ferramenta para aumentar a visibilidade tanto do local quanto dos produtos da IG – e de consolidação de ações de coordenação entre produtores. Novamente, a falta de uma política pública fundamentada na valorização de produtos locais por IG foi mencionada pela maioria como um dos obstáculos à utilização de tal ferramenta como indutora de desenvolvimento local.



Ao comparar os três casos, chamou atenção a existência de falhas de coordenação entre os setores primários e secundários relacionados ao setor produtivo dos produtos distinguidos pela IG. No caso do Vale dos Vinhedos, as dificuldades de coordenação entre os produtores de uvas independentes e as vinícolas acarretam aumento da verticalização nas empresas, com elevação do custo de produção por parte das vinícolas, o que pode vir a limitar a expansão da produção de vinhos finos e vinhos distinguidos pela IG no local.

Fenômeno parecido pôde ser visto na IG de Paraty, onde não houve incentivos ao plantio de cana-de-açúcar para a produção de aguardente, seja por causa da pequena escala de produção dos alambiques, seja pela oferta de matéria-prima a preços menores por outros municípios.

Verificou-se, nesses dois casos, que a identificação de produtos pelo sinal distintivo da IG se restringiu a uma parcela da produção, sendo tal comportamento visto com mais intensidade no caso do Vale dos Vinhedos, onde os regulamentos da denominação de origem limitaram ainda mais a produção de vinhos distinguidos pelo sinal da IG.

No caso do café, houve uma inversão do observado nos outros dois casos; por ser a matéria-prima o produto principal, a falha de coordenação parece estar concentrada entre os produtores de café verde em grãos e a indústria de beneficiamento (torrefação e moagem). A ausência do setor de beneficiamento na organização da IG Região do Cerrado Mineiro pode estar relacionada à falta de incentivos à implantação de indústrias de beneficiamento de café no local, visto que, segundo os dados obtidos na pesquisa, a maior parte da produção da matéria-prima tem como destino a exportação para beneficiamento no exterior, onde a referência à origem se dilui para o consumidor final.

Apesar de os três casos estudados representarem os mais consolidados de IGs para o Brasil, ficou bastante caracterizada a fragilidade dos elos das cadeias produtivas envolvidas, assim como a ainda fraca relação entre o setor produtivo, o mercado e o consumidor final, muito em função da pouca experiência acumulada. O sucesso das iniciativas relacionadas ao reconhecimento de IGs depende muito do grau de maturidade dos setores participantes. Enquanto no Vale dos Vinhedos havia relações mais estreitas entre os atores institucionais, a iniciativa privada e o poder público municipal, nos outros casos não se viu a mesma intensidade. Mudanças estruturais significativas relacionadas ao reconhecimento como IG que tenham resultado em aumento da produtividade, valorização dos produtos ou melhor acesso aos mercados, com reflexos na melhoria das ofertas de emprego e salários, não foram detectadas pelos indicadores selecionados. A falta de dados específicos no tocante às IGs também dificulta a análise.

Considerações finais

Com base nos estudos realizados e nas hipóteses levantadas ao longo da pesquisa, concluiu-se que o sistema de IGs no Brasil se apresenta ainda imaturo e incompleto.

É imaturo em função de as experiências com IGs no Brasil serem ainda recentes. Conforme visto, o registro de IG no Brasil mais antigo tem 11 anos de experiência (considerando que a abrangência do estudo vai até 2013), o que, comparativamente com a experiência europeia, se trata de um reconhecimento muito recente (ex.: Champagne⁵, registro de 1927; Roquefort⁶, 1925; Porto⁷, 1756). Cerca de 80% dos

⁵ Registrado como apelação de origem controlada (AOC), artigo V da Lei de 22 de julho de 1927. Informação disponível em: <www.inao.gouv.fr/eng/show_teste/409>.

⁶ Em 1925 o queijo Roquefort tornou-se o primeiro queijo a receber a AOC, selo que garante a origem do produto. Informação disponível em: <<http://br.france.fr/pt-br/informacoes/roquefort- sempre-o-rei-dos-queijos>>.

⁷ Em 1756, o Marquês de Pombal determinou a delimitação das áreas vitivinícolas e proteção à produção do vinho do Porto. Informação disponível em: <<http://www.taylor.pt/pt/o-que-e-o-vinho-do-porto>>.



registros de reconhecimento de IG concedidos pelo Inpi possuem menos de 3 anos, considerando o limite da abrangência do estudo.

O pouco conhecimento sobre propriedade intelectual coletiva no Brasil é outro indicativo da imaturidade do tema perante o setor produtivo. A falta de uma cultura associativa foi outro fator apontado como dificuldade à introdução do conceito de IG, principalmente em pequenos agrupamentos produtivos locais, agricultura familiar e produtores de produtos/serviços tradicionais vinculados ao território, que poderiam se beneficiar do reconhecimento de IGs interligando projetos de desenvolvimento baseados na geração de renda e na sustentabilidade de recursos naturais e proteção a conhecimentos tradicionais fundamentados na valorização de produtos regionais.

O sistema também é incompleto porque, apesar dos avanços conquistados em anos recentes, as instituições envolvidas no apoio e fomento das IGs no Brasil ainda não se estruturaram de maneira a consolidar uma rede coordenada de apoio. Observam-se iniciativas isoladas e por vezes duplicadas, o que não favorece uma sistematização e um acompanhamento das experiências recentes com relação à estruturação de IGs no Brasil como forma de desenvolvimento setorial e local. O papel de instituições como Mapa, Embrapa e Sebrae, embora importantes em suas áreas de atuação, restringe-se a iniciativas localizadas. Não foi detectada uma política coordenada que envolva esse ativo da propriedade intelectual como ferramenta de desenvolvimento em conjunto com o reconhecimento oficial proporcionado pelo registro no Inpi, apesar de ter havido nos últimos anos esforços importantes por parte do Sebrae, do Mapa, da Embrapa e do Inpi na disseminação do conceito de IG na sociedade por meio de publicações, seminários e reuniões para discutir estratégias conjuntas de atuação no tema.

Ainda não se avançou muito com relação ao ambiente institucional. O marco regulatório referente ao reconhecimento de IGs resume-se basicamente à proteção ao nome geográfico. Não se verificaram na pesquisa referências a outras normas relacionadas ao controle, à fiscalização e ao incentivo a produtos identificados por IGs nos diferentes setores afins ao tema, como os produtos vinícolas, agropecuários, artesanatos, entre outros. Não foi possível identificar um arranjo institucional que favoreça a inclusão de elos da cadeia produtiva, como os setores primários, e, no caso específico do café, o setor de beneficiamento nas estratégias de diferenciação pela origem dos produtos.

Segundo o International Trade Centre (2009), o reconhecimento de uma IG melhora a comercialização dos produtos na medida em que o consumidor passa a relacionar a origem do produto a requisitos de qualidade e especificidade. No caso do Vale dos Vinhedos, a percepção foi de que o reconhecimento como IG proporcionou mais *status* à produção local (mesmo aquela não identificada pelo símbolo da IG); tal reconhecimento melhorou a aceitação do produto no mercado. No caso da Região do Cerrado Mineiro, a identificação como origem para um bom café sedimentado no reconhecimento oficial possibilitou melhor aceitação do mercado externo e um fator de *marketing* importante para o setor de exportação. No caso de Paraty, os efeitos do reconhecimento no tocante à comercialização não são tão perceptíveis em termos de valorização dos produtos, pois praticamente toda a produção é comercializada no município. Fora da cidade, a aguardente produzida em Paraty é bastante conceituada nos nichos especializados desse mercado, porém o atendimento à demanda externa ainda se mostra insuficiente.

Para os três casos, o reconhecimento oficial da IG com o registro no Inpi possibilitou uma mídia espontânea que favoreceu o aumento da visibilidade dos produtos locais. O Vale dos Vinhedos, por ter sido pioneiro no registro de IG no Brasil, serviu de modelo



para outras iniciativas no país. No caso da Região do Cerrado Mineiro, o aumento da visibilidade está mais concentrado no âmbito setorial e no mercado exportador. A IG Região do Cerrado Mineiro transformou-se em modelo para as outras regiões produtoras de café. No caso do Vale dos Vinhedos e Paraty, o aumento da visibilidade se estende aos locais e contribui, de forma complementar, com as atividades turísticas, proporcionando as rotas do vinho (Vale dos Vinhedos) e dos alambiques (Paraty).

A melhoria na coordenação do setor produtivo é outro benefício atribuído pela literatura ao reconhecimento de IG. Sem dúvida, o estabelecimento de uma delimitação, aliado à constituição de regras e normas, contribuiu para o aumento da complexidade e interdependência entre os atores do setor produtivo envolvido. Nos três casos analisados, a melhoria na coordenação concentrou-se nas atividades principais da IG. O reconhecimento da IG foi precedido de ações de organização do setor produtivo impulsionadas por necessidades impostas pelo mercado, seja pelo aumento da concorrência (caso do Vale dos Vinhedos), pela necessidade em atender às exigências de qualidade estipuladas pelo mercado internacional (caso do Cerrado Mineiro) ou pela necessidade de melhoria da qualidade estabelecida pelos programas de melhoria da qualidade e aumento da fiscalização (caso de Paraty). Segundo a Aprovale (2014), o modelo do Vale dos Vinhedos proposto pela instituição de apoio técnico-científico Embrapa Uva e Vinho consolidou o movimento de valorização dos vinhos da região, seguindo um padrão de desenvolvimento internacional para esse segmento de mercado. No Cerrado Mineiro, por ser uma área que abrange vários municípios, as ações de coordenação setorial estão concentradas nas associações e cooperativas integradas à Federação de Cafeicultores do Cerrado (CAFÉ DO CERRADO, 2013), assim como a percepção quanto ao reconhecimento da IG. O reconhecimento como IG consolidou a liderança da Federação na região, promovendo ações de valorização e *marketing* ao produto local. No caso de Paraty, por ser a IG de menor número de produtores, a contribuição do reconhecimento como IG na melhoria da coordenação entre os produtores foi mais visível, muito em função da proximidade, havendo uma presença mais ativa dos alambiques nas ações de divulgação, melhorias de qualidade, controle técnico e participação em eventos. Porém a mesma melhoria na coordenação, observada entre os produtores associados, não é vista em outros elos da cadeia.

Quanto à proteção ao nome geográfico, notou-se que o reconhecimento como IG se mostrou efetivo apenas no caso do Vale dos Vinhedos, pois não havia registros anteriores de marcas relacionadas ao nome da região. Constatou-se uma preocupação da Aprovale em monitorar os pedidos de marcas relacionadas ao nome geográfico. No caso do Cerrado Mineiro, o termo “cerrado” relacionado ao produto café encontra-se bastante desgastado, com a existência de diversas marcas concedidas anterior e posteriormente ao registro de IG, o que indica uma diluição do termo como referência à origem do produto. Não foram verificadas ações sistemáticas de monitoração do uso do nome geográfico “cerrado” por parte da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro. No caso de Paraty também foi observada a utilização do nome geográfico como elemento de marcas concedidas antes do registro da IG, além da pouca atividade da Apacap quanto à monitoração do uso do nome geográfico por terceiros.

Com relação à contribuição do reconhecimento da IG ao desenvolvimento local, a percepção das pesquisas de campo apontou para uma melhora da visibilidade do local no caso do Vale dos Vinhedos (o exemplo mais consistente, pois não havia grande reconhecimento da região antes do registro da IG), o que favoreceu o aumento



das atividades ligadas ao enoturismo e, conseqüentemente, de atividades paralelas como alojamentos e alimentação. Por estarem em uma região de grande dinamismo econômico, os efeitos perceptíveis do reconhecimento do local como IG para vinhos no desenvolvimento local são de difícil relação, porém, sem dúvida, trata-se da experiência mais exitosa no que se refere a uma IG para o caso brasileiro. Já nos outros dois casos, a colaboração do reconhecimento como IG ao desenvolvimento local parece ser ainda de difícil correlação. Em Paraty, a contribuição parece se concentrar na melhoria da coordenação do setor de produção de aguardente, que apesar dos avanços conquistados nos últimos anos ainda proporciona pequeno impacto na economia local. Com o reconhecimento como IG apoiado pelo Mapa, normas e regulamentos foram instituídos com vistas a aprimorar a qualidade do produto. O aporte no mercado de trabalho é ainda pequeno; no que concerne à atividade turística, a contribuição do setor de aguardente está no festival da cachaça e na estruturação das rotas dos alambiques, com indicativos de crescimento. Os elos da cadeia de produção e a comercialização do produto estão em fase de desenvolvimento com relação ao incentivo à produção de matéria-prima e a parcerias entre restaurantes e pousadas. No caso da Região do Cerrado Mineiro, por ser um território de grande dimensão, a colaboração do reconhecimento como IG ao desenvolvimento local parece estar restrita às atividades de exportação de café verde em grãos. O aumento da mecanização cooperou para a diminuição do número de postos de trabalho no cultivo de café, porém retém um maior número de empregos em áreas de melhor qualificação e faixa salarial. O setor de beneficiamento de café vem apresentando crescimento no número de empregos gerados, o que pode indicar um aumento da atividade de beneficiamento. Todavia notou-se ausência do setor de beneficiamento nas ações da IG, que se concentram na produção de grãos verdes para exportação. O consumidor do produto final ainda não se beneficia com a oferta do produto de melhor qualidade, com origem reconhecida pelo mercado interno.

Fatores como baixo poder aquisitivo, falta de uma cultura de valorização de produtos locais por parte dos consumidores e inexistência de políticas direcionadas aos setores relacionados às IGs concorreram negativamente para o reconhecimento do sinal distintivo como referência de qualidade e tipicidade dos produtos.

No que respeita à coordenação do setor produtivo, o aumento da cooperação é perceptível no nível da atividade principal da IG. Outros elos da cadeia produtiva não se mostraram impactados pelo reconhecimento das IGs quanto à interação com a atividade principal, como, por exemplo, os produtores de matérias-primas nos casos do Vale dos Vinhedos e Paraty e o setor de beneficiamento do café na Região do Cerrado Mineiro.

A legislação nacional pertinente às IGs restringe-se basicamente à repressão às falsas IGs, conforme estabelecido no item IV do artigo 2.º da LPI/96 (BRASIL, 1996). O registro do reconhecimento de IG no Inpi visa, sobretudo, à proteção ao nome geográfico como forma de repressão às falsas indicações, no entanto o que deveria ser uma legislação complementar às políticas de valorização de produtos locais por reconhecimento de IGs constitui atualmente o único instrumento de proteção e disseminação do conceito no Brasil. Ainda não foram incorporadas à legislação nacional sobre o tema questões relativas ao controle de qualidade, à rotulagem e à fiscalização dos produtos identificados por IG.

Examinando os três casos pesquisados, verificou-se que os benefícios do registro de IG no Inpi com relação ao desenvolvimento local se concentram no fato de induzir certa organização entre os produtores e no estabelecimento de uma delimitação e de



regulamentos para a utilização do sinal distintivo (que invariavelmente se confunde com requisitos de produção e qualidade). Ressalta-se que tais condições se limitam à ocasião do pedido de registro e não se aplicam ao conjunto total de produtores do local, seja por falta de conhecimento, incentivos ou mesmo interesse dos participantes.

Quanto à proteção ao nome geográfico, a legislação atual é deficiente na medida em que permite a coexistência de marcas registradas e IGs. Marcas de nomes geográficos anteriormente registrados, antes do reconhecimento de dado local como IG, permanecem convivendo com o registro de IG, o que pode acarretar confusão ao consumidor, além de diluir a diferenciação proporcionada pelo sinal distintivo aos produtos originários de determinado local. A falta de uma normatização para os casos de convivência de marcas e IG na legislação nacional ocasiona um enfraquecimento do sinal distintivo da IG.

Outra dificuldade observada na legislação atual é o tratamento paralelo entre as duas espécies de IG previstas na LPI/96. Tomando como exemplo a legislação sobre IG na União Europeia, vê-se a possibilidade de evolução de uma indicação geográfica protegida (IGP) para uma denominação de origem protegida (DOP) (as duas espécies aludem a produtos cuja reputação ou qualidade se deve a sua origem geográfica, apenas diferenciando o número de etapas de produção local e a quantidade de matéria-prima utilizada na obtenção dos produtos). Nas definições da legislação nacional, nota-se que a indicação de procedência (IP) compete ao local que se tornou conhecido, enquanto a denominação de origem (DO) diz respeito aos produtos e serviços cuja qualidade esteja ligada a sua origem geográfica. Ou seja, a correlação entre IP e DO esbarra em uma questão conceitual da LPI/96; enquanto a primeira se refere à reputação do local (não há questões qualitativas objetivas quanto ao produto da IP), a segunda está relacionada ao produto cujas características se devem ao local de origem e que, por isso, é designado por ele. Tais definições da LPI/96 impõem dificuldades na correlação de uma espécie de IG para a outra. A impossibilidade de progressão entre as espécies de IG acarreta uma sobreposição de registros no Inpi que não favorece a evolução dos produtos identificados por esse sinal distintivo, além de poder causar confusão ao consumidor, a despeito do que acontece na União Europeia.

A adoção de definições mais adequadas às práticas internacionais (como por exemplo a noção de IG estabelecida no Trips⁸) na legislação nacional poderia contribuir de forma mais efetiva aos propósitos de desenvolvimento dos segmentos produtivos envolvidos com os produtos ou serviços distinguidos por IG.

Enquanto uma mudança na atual legislação nacional sobre IG parece ainda ser distante, uma adequação nas normativas de registro no Inpi ajudaria na evolução do sistema de IG no Brasil. Questões como a previsão de modificações das condições iniciais de registro das IGs ao longo do tempo, como, por exemplo, mudanças na delimitação, alterações nas especificações e regulamentos dos produtos ou serviços identificados pelo sinal distintivo, acompanhamento da evolução do número de participantes das estratégias das IGs, entre outras, são algumas das preocupações indicadas pelos entrevistados ao longo da pesquisa que requerem soluções e que podem ser facilmente implementadas por meio da demanda dos usuários do sistema ao órgão de registro.

⁸ O artigo 22 do Trips define a IG como “[...] indicações que identifiquem 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” (WTO, 2015).



Referências

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS (APROVALE). **Vale dos Vinhedos**. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php>>. Acesso em: jul. 2014.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES E AMIGOS DA CACHAÇA ARTESANAL DE PARATY (APACAP). Disponível em: <www.apacap.com.br>. Acesso em: abr. 2014.

BRASIL. **Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 1996. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9279.htm>>. Acesso em: 6 maio 2013.

CAFÉ DO CERRADO. **A Região do Cerrado Mineiro**. Disponível em: <<http://www.cafedocerrado.org/?p=so3>>. Acesso em: 6 jul. 2013.

DUPIM, L. C. de O. **Indicações geográficas e 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)–Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, 2015.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). Disponível em: <www.embrapa.br>. Acesso em: nov. 2014a.

_____. **Uva e vinho**. Disponível em: <www.embrapa.br/uva-e-vinho>. Acesso em: nov. 2014b.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: nov. 2014.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: jun. 2014.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. **Guide to geographical indications**: linking products and their origins: export impact for good. Genebra, 2009.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Indicação geográfica**: IG. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/produtos-potenciais>>. Acesso em: nov. 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (MTE). **Bases estatísticas da relação anual de informações sociais (Rais) e do cadastro geral de empregados e desempregados (Caged)**. Disponível em: <<http://bi.mte.gov.br/bgcaged/inicial.php>>. Acesso em: out. 2014.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO). **Trips material on the WTO website**. Disponível em: <https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm>. Acesso em: jun. 2015.

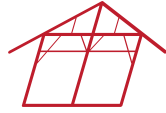
YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Sites consultados

<<http://br.france.fr/pt-br/informacoes/roquefort-sempre-o-rei-dos-queijos>>

<<http://www.taylor.pt/pt/o-que-e-o-vinho-do-porto>>

<www.inao.gouv.fr/eng/show_teste/409>



MARCAS COLETIVAS COMO INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E INCENTIVO ÀS PEQUENAS EMPRESAS AGRÍCOLAS DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Cristiani Fontanela¹
Rafael Alfredo Weber Hoss²
Daniela de Sá Jacobina Pires³

Resumo: Notória é a importância da proteção da marca no mercado econômico. As marcas coletivas, nesse contexto, são um signo ao mesmo tempo independente e complementar à marca individual. Geralmente com vinculação de ordem geográfica, elas também indicam a origem de um produto ou serviço, surgindo como uma forma jurídica e mercadológica de proteção de produtos, produtores e consumidores, em que figuram apenas membros devidamente habilitados à produção e que estejam associados à entidade representativa da coletividade e gestora da marca coletiva. Essa distinção adicional vai ao encontro das exigências dos consumidores no mercado atual na busca por produtos que sejam de origem segura e conhecida pela sua qualidade, num cenário no qual tais particularidades não sejam apenas afirmadas pela empresa ou produtor individualmente, mas chanceladas por uma coletividade. Na agroindústria esse tipo de proteção ainda é incipiente; eis que poucos grupos de produtores se unem para angariar maior reconhecimento de seus produtos. Com base na análise de casos, pretende-se estudar o reflexo da utilização da marca coletiva para o desenvolvimento econômico regional. A metodologia empregada é analítica de cunho exploratório, fundamentada na consulta de fontes secundárias, como textos bibliográficos e artigos científicos. Apontamos como resultado preliminar a falta de conhecimento das pequenas empresas agrícolas do estado de Santa Catarina acerca desse mecanismo.

Palavras-chave: marcas coletivas; desenvolvimento regional; pequenas empresas agrícolas.

Introdução

A agroindústria é, historicamente, um dos principais fatores para o desenvolvimento econômico da sociedade, desempenhando um relevante papel social, e de vital

¹ Mestre e doutoranda em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do curso de Direito e coordenadora do Núcleo de Inovação e Transferência Tecnológica da Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação (CNPq/UFSC/PPGD). *E-mail:* cristianifontanela@unochapeco.edu.br.

² Mestrando em Direito e analista de projetos do Núcleo de Inovação e Transferência Tecnológica da Unochapecó. *E-mail:* rafa_hoss@unochapeco.edu.br.

³ Bacharel em Direito e especialista em Direito e Organizações Públicas e Privadas pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali) e MBA em Gerenciamento de Projetos pela Universidade Cândido Mendes. Coordenadora do Escritório de Projetos e Prestação de Serviços da Unochapecó. *E-mail:* danijpires@unochapeco.edu.br.



importância para a economia e o abastecimento seguro do país, além de aproximar a cidade e o campo. O Brasil destaca-se no cenário internacional na produção de diversos produtos agroindustriais, pois exporta para a maioria dos países do mundo.

O setor de agricultura também teve uma evolução considerável nos últimos anos. O trabalho, inicialmente realizado apenas de forma manual ou com auxílio de pequenos equipamentos desenvolvidos para facilitar a produção, passou a ser influenciado pelas inovações tecnológicas. O desenvolvimento de maquinários de última geração, a implantação da biotecnologia nas sementes e plantas, a informatização da produção, as formas de manutenção das produções e gestão das propriedades, além de outras características da agroindústria, são diretamente influenciados pela inovação.

O crescimento em maior escala pode ser alinhado à ideia de grandes produções e às agroindústrias de grande porte, necessárias à manutenção da agricultura no país. Porém há que se destacar que as pequenas empresas agrícolas também são responsáveis pela movimentação da economia e comercialização de produtos, além de abastecer com insumos as grandes agroindústrias ou mesmo os mercados regionais.

A proteção de produtos e serviços por signos distintivos, como marcas e marcas coletivas, vem crescendo em escala mundial. No Brasil, tal iniciativa ainda é incipiente, em comparação com o seu potencial competitivo. O registro de marcas é uma estratégia mercadológica capaz de garantir um diferencial para seu titular, além de tratar-se de uma exigência dos consumidores, cada vez mais interessados por produtos de origem segura, saudável e com qualidades intrínsecas de determinada entidade ou região.

A marca coletiva, pelas suas características, conforme veremos, pode ser considerada um meio para que um produtor se junte a outros produtores de sua região e desenvolva um produto ou serviço padronizado, de forma que consiga uma maior inserção no comércio. Porém poucos grupos de produtores se unem para angariar maior reconhecimento de seus produtos, uma vez que preferem atuar individualmente.

Pretende-se estudar o reflexo e os benefícios da utilização desse signo distintivo pelas pequenas agroindústrias como um meio de desenvolvimento econômico regional. Para tanto, a metodologia a ser empregada é analítica de cunho exploratório, baseada na consulta de fontes secundárias, como textos bibliográficos, artigos científicos, *sites* de entidades etc.

Breve conceito de marcas e marcas coletivas

De acordo com o artigo 2.º da Lei de Propriedade Industrial (LPI – BRASIL, 1996), a proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerando o interesse social e o desenvolvimento científico e tecnológico do país, efetua-se mediante:

- I – concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
- II – concessão de registro de desenho industrial;
- III – concessão de registro de marca;
- IV – repressão às falsas indicações geográficas;
- V – repressão à concorrência desleal.

As marcas são sinais distintivos que podem estar presentes em produtos fabricados, mercadorias comercializadas ou serviços prestados para identificá-los no mercado, vinculando-os a uma determinada origem e a determinado titular (BARBOSA, 2008).



A marca é o signo que identifica produtos e serviços, a representação de um objeto ou símbolo. A LPI determina a existência de marca de produtos e serviços, marca de certificação e marca coletiva (BOFF, 2009).

Uma vez concedidas, diferentemente do regime jurídico de patentes, as marcas não possuem caráter temporário, exigindo apenas a renovação decenária do registro para a manutenção da titularidade e a consequente exclusividade de exploração.

O registro de marca deve ser realizado no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi) e é atributivo de direito. Isso significa que somente com o registro se adquirem a propriedade e o uso exclusivo. Assim, como regra geral, aquele que primeiro depositar um pedido milita a prioridade do registro (COPETTI, 2007).

Com o registro de uma marca decorre a apropriação de uma expressão ou símbolo visual, cujo uso, em determinados contextos, se torna exclusivo para o seu titular. Ao designar um produto, mercadoria ou serviço, a marca assinala sua origem e, em face de outras marcas, indica a diferença. De outro lado, também pode ser utilizada como publicidade, incitando o consumo ou valorizando a atividade empresarial do titular (BARBOSA, 2008).

As marcas são signos e só terão vida útil se forem suscetíveis de significação. Uma marca somente será registrada, garantindo a sua exclusividade de exploração, se for distintiva em suas duas modalidades: distinguir o produto entre a concorrência e fixar-se na concepção do público de modo a apontar o produto em questão (BARBOSA, 2010).

Para Carvalho (2009), a essência das marcas está em permitir que os compradores adquiram aquilo que eles realmente querem comprar, ou até mesmo o contrário, não adquiram aquilo que não querem. Ao incluir uma marca, seu titular vincula-se a um compromisso de disponibilizar ao mercado, de forma ética, aquilo que ela representa.

Além da legislação nacional de propriedade industrial, aplicam-se às marcas os princípios da Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), da qual o Brasil é signatário. A CUP não limita a liberdade legislativa dos países-membros, apenas exige paridade de tratamento entre nacionais e estrangeiros, ou seja, deverá ser concedida a mesma forma de tratamento para ambos.

As marcas coletivas estão previstas na CUP, que traz em seu artigo 7.º: “os países contratantes comprometem-se a admitir ao depósito e a proteger as marcas pertencentes a coletividades cuja existência não for contrária à lei do país de origem, ainda quando essas coletividades não possuírem um estabelecimento industrial ou comercial” (CUP, 1967).

De acordo com o artigo 123, inciso III, da LPI (BRASIL, 1996), marca coletiva é aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade. Conforme o § 2.º do artigo 128 da mesma lei, o registro de marca coletiva só poderá ser requerido por pessoa jurídica representativa de coletividade, a qual poderá exercer atividade distinta da de seus membros.

As marcas coletivas são utilizadas para identificar produtos ou serviços provenientes de uma determinada entidade, como por exemplo uma cooperativa. Como determina a LPI, o registro de marca coletiva somente poderá ser requerido por pessoa jurídica que represente a entidade. Com relação à extinção, a marca coletiva extingue-se quando a entidade deixar de existir, ou quando a marca for usada para fins diversos daqueles previstos no regulamento de utilização⁴, cuja apresentação é obrigatória no momento do pedido de registro (BARBOSA, 2008).

⁴ A Instrução Normativa Inpi/PR n.º 19, de março de 2013, descreve o que deve conter no regulamento de utilização.



Assim, somente os membros da entidade detentora da marca coletiva poderão utilizá-la, pois o registro atribui direitos de exclusividade de exploração apenas aos membros, conferindo o caráter distintivo da marca que representa uma coletividade. Nesse contexto, a marca é considerada coletiva em virtude de seu uso, e não relativamente a sua titularidade.

Observadas as principais características das marcas coletivas, o item seguinte abordará o papel das pequenas empresas agrícolas no desenvolvimento da economia estadual.

Pequenas empresas agrícolas e o papel na economia estadual

Conceituando a pequena empresa agrícola, Vieira (1998) explica que as empresas agroindustriais, de micro e pequeno porte, empregam tecnologias tradicionais ou artesanais, atendendo em geral uma parcela de consumidores de menor renda, em mercados locais ou regionais, e oferecem produtos de baixa sofisticação tecnológica ligados à cultura, operando em âmbito local ou regional.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), o agricultor familiar é a pessoa física que detém ou explora um ou mais estabelecimentos rurais diretamente com sua família e que não dispõe, a qualquer título, de área superior a quatro módulos fiscais, quantificados segundo a legislação em vigor. Explica ainda que 80% da renda familiar deve ser advinda da exploração agropecuária e não agropecuária do estabelecimento e que o trabalho familiar tem de ser predominante na exploração do estabelecimento (BRDE, 2004, p. 6).

Vale destacar que o MDA reconhece as agroindústrias integradas em redes, definindo-as como agroindústrias de agricultores familiares que estão interligadas por meio de uma unidade central de apoio técnico, sejam elas condomínio, associação, cooperativa, empresa.

A agricultura familiar tem grande importância e contribuição para o desenvolvimento econômico e social do Brasil, uma vez que garante emprego e renda.

No estado de Santa Catarina a agricultura familiar possui um papel de destaque na economia. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Censo Agropecuário 1995/96, 65,2% dos estabelecimentos rurais catarinenses são constituídos por propriedades com menos de 20 hectares, e 90%, com menos de 50 hectares (BRDE, 2004, p. 10).

No intuito de incentivar a agricultura familiar, o governo do estado de Santa Catarina criou algumas políticas de incentivo. A partir de 1994 houve a isenção de recolhimento do imposto sobre circulação de mercadorias às microempresas rurais ou urbanas. Em 1995 o governo criou o Programa Catarinense da Indústria de Pequeno Porte (Proind), com o objetivo de conceder apoio técnico e financeiro a empreendimentos industriais no meio rural. Ainda no mesmo ano, a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc) promulgou uma lei que equipara o produtor individual à microempresa para efeitos de isenção do imposto de circulação de mercadorias, nas operações para o consumidor final, favorecendo a transformação artesanal para mercados locais e regionais, especialmente para mercados diferenciados (OLIVEIRA, 1999 *apud* BRDE, 2004, p. 10).

Em 1998 foi lançado o Programa Desenvolver, que tinha como objetivo fortalecer a agricultura familiar catarinense. Nesse programa era ofertada aos agricultores familiares, por meio da atuação de profissionais qualificados, orientação técnica às diversas atividades situadas ao longo da cadeia produtiva do agronegócio familiar.



A criação de tais programas ensejou a implantação de várias unidades agroindustriais familiares no estado de Santa Catarina. Essas famílias deram início à atividade de comercialização de produtos antes destinados à sua própria alimentação, passando a integrar a economia regional.

Apesar de a maioria dessas pequenas empresas agrícolas atuar de modo individual, muitas trabalham de forma cooperativa. Trata-se de um processo de desenvolvimento solidário em que os empreendimentos se dão de maneira organizada em redes de cooperação, agregando valor e oferecendo produtos típicos diferenciados, produzidos com tecnologia artesanal.

Essas pequenas empresas agrícolas destinam sua produção a um nicho de mercado adequado ao novo perfil do consumidor, que vem incorporando em seus hábitos alimentares o consumo de alimentos orgânicos. A agricultura familiar vai, aos poucos, abrindo espaço num mercado altamente controlado por grandes agroindústrias.

Destaca-se que a agricultura tem papel fundamental no processo de desenvolvimento econômico brasileiro. Em Santa Catarina as pequenas empresas agrícolas são grandes responsáveis pelo desenvolvimento da economia, ao movimentar a indústria, o comércio e o setor de serviços, diminuindo o êxodo rural e dando melhores condições de vida aos que se dedicam à atividade no campo.

Analisado o papel das pequenas empresas agrícolas no desenvolvimento da economia catarinense, o item seguinte abordará as marcas coletivas como instrumento de desenvolvimento e incentivo às pequenas empresas agrícolas, em prol do desenvolvimento econômico sustentável.

Marcas coletivas como instrumento de desenvolvimento e incentivo às pequenas empresas agrícolas

Apresentados os aspectos sobre o funcionamento e os benefícios na utilização das marcas coletivas, bem como a importância da agroindústria para o cenário da economia catarinense, há que se verificar então como esses signos distintivos podem ser usados em prol das pequenas empresas agrícolas, a fim de impulsionar seu crescimento no cenário econômico estadual.

O Manual de Oslo classifica a inovação como “a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de *marketing*, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas” (OCDE, 1997, p. 55).

Do conceito se destaca que a inovação ocorre no âmbito da empresa, em que ela faz a implementação de novos procedimentos ou mesmo de um novo produto, sendo inovador para a empresa que adota a alteração. Logo, constata-se que, na agroindústria, as pequenas empresas agrícolas, por também desenvolverem produtos ligados ao agronegócio ou criarem, de certo modo, os seus procedimentos para gestão da produção, têm o que podemos classificar de um ambiente propício à inovação.

Quando a produção sai do âmbito individual do agronegócio e passa a ser tratada como um objeto coletivo, em que diversos produtores de determinada região se valem tanto do conhecimento quanto das características regionais favoráveis à produção de determinado produto ou processo, pode-se adotar uma certificação por meio das marcas coletivas.

Ainda no Manual de Oslo encontramos a divisão da inovação em quatro tipos principais: inovação de produto, de processo, de *marketing* e organizacional.



Cabe aqui destacar a inovação de *marketing*, que consiste num meio eficaz de atender às necessidades dos consumidores capaz de abrir novos mercados ou dar uma nova visão ao produto, expandindo a venda. Essa inovação, segundo o manual, consiste na “implementação de um novo método de *marketing* com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços” (OCDE, 1997, p. 59).

Tigre (2014, p. 107) entende que a experiência dos consumidores faz com que as empresas reconfigurem seus produtos ou serviços, empregando o método “aprender-usando”; eis que, mesmo após a estabilização, um novo produto é continuamente alterado para atender às demandas dos consumidores.

Para o autor,

as marcas registradas conferem uma identidade ao produto, permitindo sua identificação pelo consumidor. Desenvolver uma marca forte requer grandes investimentos em propaganda e *marketing*, mas pode ser uma boa alternativa para fugir da competição por preço, típica dos produtos sem uma identidade marcante [...] (TIGRE, 2014, p. 112).

Tomando-se por base o conceito exposto pelo autor, denota-se que a pequena agroindústria, de forma individual, pode alcançar o mercado e se firmar. Porém, utilizando um sinal distintivo, de forma coletiva, com outras pequenas agroindústrias, a marca tem a capacidade de se estabelecer de forma mais forte, auxiliando os produtores a encarar barreiras mercadológicas.

Novamente Tigre (2014, p. 110) explica:

As empresas de diferentes setores se defrontam com o desafio de melhorar continuamente o padrão de qualidade de seus produtos de forma a atender às exigências de clientes. As demandas por qualidade são diferenciadas segundo os distintos mercados visados, o que significa que a empresa deve estar capacitada para entender e cumprir variados padrões quanto à segurança, confiabilidade, durabilidade, conformação e desempenho de seus produtos. Os investimentos necessários para cumprir requisitos específicos podem constituir uma importante barreira às exportações, principalmente em pequenas e médias empresas, face aos investimentos necessários para capacitar o pessoal técnico e adquirir equipamentos para o controle de qualidade.

Porto (2012, p. 282) salienta:

As marcas coletivas podem ser utilizadas como forma de inserção de nossos produtos agropecuários no mercado internacional. Com a globalização e a intensificação do comércio internacional, os mercados viram-se obrigados a padronizar seus produtos e serviços para atenderem às exigências e expectativas de um número maior de pessoas oriundas de países e culturas diversas.

As marcas coletivas, nesse contexto, são um signo ao mesmo tempo independente e complementar à marca individual. Geralmente com vinculação de ordem geográfica, elas também indicam a origem de um produto ou serviço e surgem como uma forma jurídica e mercadológica de proteção de produtos, produtores e consumidores, em



que figuram apenas membros devidamente habilitados à produção e que estejam associados à entidade representativa da coletividade e gestora da marca coletiva. Essa distinção adicional vai ao encontro das exigências dos consumidores no mercado atual na busca por produtos que sejam de origem segura e conhecida pela sua qualidade, num cenário no qual as particularidades não sejam apenas afirmadas pela empresa ou produtor individualmente, mas canceladas por uma coletividade.

Há que se salientar que a marca coletiva pode e deveria ser mais usada como um mecanismo para impulsionar as pequenas e médias empresas agrícolas nacionais. Comparada a outros meios de proteção jurídica do produto ou processo, como a marca de certificação ou uma indicação geográfica, é muito mais simples para obtenção do registro em si. Porto (2012, p. 282) diz que a marca coletiva “tem importante papel como instrumento de *marketing* e na formação de uma imagem coletiva para as empresas de uma determinada região”. Se as empresas trabalharem de forma coletiva, investindo em pesquisa, desenvolvimento e inovações, poderão ter “mais chances de se posicionarem de forma competitiva no mercado nacional e internacional” (PORTO, 2012, p. 282).

A Agência Sebrae de Notícias (2015), em entrevista concedida a uma rádio, explicou o caso da Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (Acavitis). A associação, localizada no interior do estado de Santa Catarina, na cidade de São Joaquim, é formada por um grupo de produtores de vinho com o objetivo de criar uma marca comum, com o propósito de expandir o reconhecimento de seu produto no mercado, posto que o clima da cidade, favorável à produção vinícola, deu um diferencial à forma de cultivo da uva. Contudo o problema estava no modo de disponibilizar ao mercado o produto final, a fim de poder competir com as marcas já existentes. Para se tornar possível tal projeto,

os empresários que se empenham pela criação de um produto comum devem submeter seus processos produtivos às adaptações necessárias de modo que todos os associados adotem o mesmo método de produção. Uma das principais vantagens de apostar em uma marca coletiva está relacionada aos custos. Os pequenos produtores podem comprar matérias-primas juntos e despachar lotes coletivamente. Além disso, dividem os gastos de criação de embalagem, rótulo e logomarca. Assim, um produtor que não teria condições de disputar clientes com grandes empresas poderá ver sua mercadoria disponível em prateleiras de supermercados exatamente ao lado dos produtos concorrentes. Há dois tipos de marcas que podem representar a produção de um conjunto de empresas: a marca coletiva e a marca de indicação geográfica. No primeiro caso, a marca não está diretamente ligada à determinada localidade, e sim a uma associação ou cooperativa (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2015).

Na entrevista, destacou-se que a ideia de proteção e padronização de um produto pode ser copiada por produtores de outras culturas, visto que, independentemente do ramo, “se o objetivo é aliar-se a outros empresários para enfrentar a concorrência das grandes empresas, sua prioridade deve ser a padronização do produto” (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2015).

Outro exemplo de marca coletiva no estado de Santa Catarina é a Cooperprove, ou Cooperativa Prove, criada em 1998 pela Prefeitura de Blumenau. O Programa de Verticalização da Produção Familiar Rural (Prove) tem como objetivo manter “o homem



rural no campo e ampliar a geração de renda das propriedades rurais, através da assistência técnica integral, desde a produção até a comercialização dos produtos”. A cooperativa foi criada pelo fato de os agricultores familiares terem constatado a necessidade de formar uma pessoa jurídica apta a responder legalmente em nome dos agricultores associados, bem como para facilitar a comercialização de produtos, agregando valor à produção rural, além de gerar emprego e renda no campo (BRDE, 2004, p. 45).

Os exemplos aqui citados, entre outros casos existentes em Santa Catarina, demonstram a viabilidade e os benefícios da adoção da marca coletiva como um signo distintivo, capaz de atribuir qualidades substanciais aos produtos desenvolvidos pelos associados.

Considerações finais

A marca, como vimos, identifica produtos e serviços, é a representação de um objeto ou símbolo e permite que o consumidor distinga determinado produto dentre uma gama de variedades existentes no mercado.

As marcas coletivas servem para identificar produtos ou serviços provenientes de uma determinada entidade, como uma cooperativa, tornando-se um meio para que o produtor se junte a outros produtores de sua região e desenvolva um produto ou serviço padronizado, de forma que consiga maior inserção no comércio, além de tornar a região conhecida pela sua produção.

A agricultura familiar tem grande importância e contribuição para o desenvolvimento econômico e social do Brasil, uma vez que garante emprego e renda a diversas famílias. Não poderia ser diferente no estado de Santa Catarina, onde a agricultura familiar possui um papel de destaque na economia. No estado há o cultivo de diversos produtos e também oferecimento de serviços específicos, encontrados apenas em determinada região, os quais seguem uma tradição de família ou mesmo da região na produção, tornando-se passíveis de registro.

Contudo, mesmo existindo diversos casos em Santa Catarina que poderiam ser aplicados, constata-se uma baixa utilização desse signo distintivo, pois são poucos os casos devidamente registrados e concedidos de marcas coletivas. Questões como falta de conhecimento sobre o mecanismo ou ainda sobre os procedimentos e demora na concessão do registro, mesmo sendo mais simples em comparação a uma indicação geográfica, por exemplo, também podem restringir o número de produtores que optem pela sua adoção.

Há que se destacar, por fim, que a marca coletiva é um mecanismo de extrema valia para pequenas empresas agrícolas, pois reflete em vantagens mercadológicas, como a redução de custos na produção e maior reconhecimento no mercado interno e internacional, na adoção de procedimentos padrão na produção ou prestação de serviço pelos membros da entidade. Trata-se de um meio de incentivo à inovação, e sua prática deve ser multiplicada, para auxiliar ainda mais no desenvolvimento regional e do próprio estado.



Referências

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Junte-se a outros pequenos e vença os grandes.** Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,ERT83760-17180,00.html>>. Acesso em: 26 ago. 2015.

BANCO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO EXTREMO SUL (BRDE). Agência de Florianópolis / Gerência de Planejamento. **Redes de agroindústria de pequeno porte:** experiências de Santa Catarina. Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://www.brde.com.br/media/brde.com.br/doc/estudos_e_pub/Rede%20de%20Agroindustrias%20de%20Pequeno%20Porte.pdf>.

BARBOSA, Denis Borges. Da distintividade absoluta das marcas. *In*: _____; MAIOR, Rodrigo Souto; RAMOS, Carolina Tinoco. **O contributo mínimo da propriedade intelectual:** atividade inventiva, originalidade, distinguibilidade e margem mínima. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

_____. **Proteção das marcas:** uma perspectiva semiológica. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

BOFF, Salete Oro. **Propriedade intelectual e desenvolvimento:** inovação, gestão e transferência tecnológica. Passo Fundo: Imed, 2009.

BRASIL. **Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

CARVALHO, Nuno Pires de. **A estrutura dos sistemas de patentes e marcas:** passado, presente e futuro. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS PARA A PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (CUP). Revista em Estocolmo, 1967. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwje-fG7jZbNAhXHbB4KHWxMcd4QFgg2MAA&url=http%3A%2F%2Fwww.planalto.gov.br%2Fccivil_03%2Fdecreto%2F1990-1994%2Fanexo%2Fand1263-94.pdf&usg=AFQjCNHDzwXtfqxaE5JiPyF9NLB0treOmg&sig2=sncr12Ez2iBlKKP1-8jfw&bvm=bv.123664746,d.dmo>.

COPETTI, Michele. Registro de marcas: propulsor para o desenvolvimento? *In*: BARRAL, Welber; PIMENTEL, Luiz Otávio (Orgs.). **Propriedade intelectual e desenvolvimento.** Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. v. 4, p. 203-223.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). **Manual de Oslo:** diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3. ed. Rio de Janeiro: Finep; OCDE, 1997. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0026/26032.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2015.

PORTO, Patrícia Carvalho da Rocha. As marcas coletivas na agropecuária. *In*: PLAZA, Charlene Maria Coradini de Ávila *et al.* (Coords.). **Propriedade intelectual na agricultura.** Belo Horizonte: Fórum, 2012.



SCHNEIDER, Sérgio. Teoria social: agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 99-121, 2003.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação**: a economia da tecnologia no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

VIEIRA, Luiz Fernando. Agricultura e agroindústria familiar. **Revista de Política Agrícola**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 11-23, jan./mar. 1998.



A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO INSTRUMENTO DE PRESERVAÇÃO DA PRODUÇÃO EM SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCAIS

Vítor André da Silveira Duarte¹
Jonatan Fortes Silva²

Resumo: A presente discussão aborda um assunto tão usual na academia quanto importante para a sociedade, resgatando a matéria que trata dos sistemas agroalimentares locais (Sials) e a indicação geográfica (IG) como possível ferramenta de defesa e preservação do saber local e como instrumental no desenvolvimento de regiões com produtos de reconhecida qualidade e distinção em um mercado que se apresenta cada vez mais globalizado. Para tanto, buscaram-se artigos nas plataformas Periódicos Capes e SciELO, visando costurar os temas amplos abordados, com o intuito de convergir na questão do uso da IG como ferramenta na produção agroalimentar e no desenvolvimento endógeno.

Palavras-chave: sistemas produtivos locais; indicação geográfica; sistemas agroalimentares.

Introdução

A questão da organização produtiva por meio de sistemas e arranjos que favoreçam o desenvolvimento regional e das empresas envolvidas vem sendo estudada por inúmeros autores e tem recebido contribuições importantes, evoluindo em sua natureza de estudo e de prática (VILPOUX; OLIVEIRA, 2010). Diversos pesquisadores preocuparam-se com o assunto nos últimos anos e ajudaram significativamente na evolução do estudo dos sistemas e arranjos produtivos locais (FURLANETTO; CÂNDIDO; MARTIN, 2011). No Brasil ainda há um processo embrionário na questão do desenvolvimento rural por meio de redes e sistemas produtivos locais (SPLs) e também nos agrupamentos industriais, visto que as pequenas empresas, mesmo com sua histórica importância, são vistas como ineficientes em organização e incapazes de competir num mercado globalizado (MORAES; SCHNEIDER, 2010).

A busca por respostas locais capazes de enfrentar os desafios da globalização tem aumentado com rapidez o interesse despertado nos últimos anos por alguns territórios, onde a presença de redes empresariais, acordos de cooperação e instituições encarregadas de gerir essas relações supera a questão econômica para incorporar o entorno social (LÓPEZ; DEL VALLE, 2002, p. 5). Os SPLs tomam força no pós-fordismo e são tidos como interessante ferramenta para o desenvolvimento tanto das empresas quanto das regiões nas quais os sistemas se instalam e produzem, pois

¹ Mestrando em Desenvolvimento Regional pelas Faculdades Integradas de Taquara (Faccat), Taquara (RS). E-mail: vitor.andre.sd@gmail.com.

² Mestrando em Desenvolvimento Regional pelas Faccat, Taquara (RS). E-mail: jo@sinaliza.com.



com o esgotamento dos padrões fordistas de produção e relação de mercado se fez necessária uma recomposição de salários, espaços e produção (REIS, 1988; CAMPOS; CALLEFI; SOUZA, 2005), fazendo surgir um novo período, chamado de neofordismo (MORAES; SCHNEIDER, 2010).

No contexto das empresas, e mesmo dos arranjos rurais, para que haja competitividade, desenvolvimento e sustentabilidade, são imprescindíveis interações entre diversos atores presentes na aglomeração produtiva, em ordem direta e indireta, sendo eles as empresas, a comunidade, os atores econômicos e as governanças, especialmente o Estado (IPIRANGA, 2008; RIBAS JR., 2010). Os sistemas agroalimentares locais (Sials) foram definidos, pela emergência do conceito, como organizações de produção e de serviço associadas a um território específico. Tal definição apresenta semelhanças evidentes com a descrição de *cluster* ou de SPL (REQUIER-DESJARDINS, 2013, p. 95).

Na discussão brasileira sobre o desenvolvimento rural já se identifica uma mudança de visão nas novas abordagens utilizadas para compreender o papel do ambiente rural. A visão tradicional, apoiada na dicotomia rural-urbana, que confunde rural com agrícola, está sendo mudada para uma visão sobre “o mundo rural que se apoia na possibilidade de o ‘território rural’ incluir também as pequenas cidades do ‘interior’ e oferecer novas alternativas de emprego e renda e diversas outras formas de melhoria na qualidade de vida da sua população” (MORAES; SCHNEIDER, 2010, p. 302). Nessa perspectiva, percebe-se a necessidade de compreender os Sials como forma organizada de produção e desenvolvimento do espaço rural, atendendo não só à produção em si ou à parte econômica do espaço rural, como também à questão da imersão social, ou seja, do enraizamento das pessoas com o território (MORAES; SCHNEIDER, 2011).

Dessa forma, pretende-se estabelecer uma discussão conceitual que abarque os Sials e sua constituição, particularidades e proposição teórica em contraste com o contexto das novas ruralidades, quer dizer, da resignificação que o “campo” vem sentindo nas últimas décadas, bem como evidenciar o uso das indicações geográficas (IGs) como instrumento de preservação do produto local cuja qualidade e distinção sejam notórias. Justifica-se a proposta pela importância de entender o espaço rural e suas especialidades, principalmente para fomentar o desenvolvimento das regiões assim caracterizadas, oferecendo suporte para o planejamento e a tomada de ações públicas e privadas, no sentido de promover e amparar essas atividades e toda a esfera de demandas que delas possa proceder.

Metodologia

Este trabalho de revisão teórica e bibliográfica procurou reunir e organizar informações e conceitos norteadores para os Sials, que podem promover o desenvolvimento regional em áreas rurais e também a sua inserção, num momento de discussão de novas ruralidades, no novo espaço rural, utilizando como ferramenta as IGs. Na pesquisa foram selecionados, com base na produção de diversos autores, os principais conceitos sobre Sials, novas ruralidades e IG, com diferentes olhares sobre a matéria, oferecendo um aporte de fundamentação teórica com a finalidade de desenvolver um planejamento estratégico que foque na produção local em meios rurais.

Consultaram-se artigos e livros que atendessem ao critério simples de abordar os assuntos pertinentes ao estudo: APL, Sial, desenvolvimento regional, desenvolvimento



rural, IG e as questões da nova ruralidade. Tais textos foram organizados de forma a apresentar, em conjunto, uma base de discussão teórica sobre o desenvolvimento regional rural por meio dos Sials e sua relação com as novas ruralidades e as IGs.

Discussão das abordagens

Nesta seção serão trazidos conceitos e discussões acerca dos temas arranjo produtivo local (APL) e SPL, bem como sua dissimilaridade conceitual e prática, Sial, produtos alimentares com IG, além do conceito do que se trata por “novas ruralidades”, ou seja, o processo de modificação socioambiental que o meio rural vem sofrendo nas últimas décadas.

Aglomerações, arranjos e sistemas produtivos locais

As aglomerações produtivas vêm recebendo atenção de diversos estudos em todo o mundo nos últimos anos e passaram a integrar a pauta de várias associações, governos e até mesmo da sociedade em geral, ainda que em um foco menos profundo de análise, visto que sua presença impacta diretamente a vida e o cotidiano da população que as orbita. Porém, quando se trata de aglomeração produtiva, é importante ressaltar que há diversos formatos dela, com diferentes características, mesmo que tenham um determinado padrão organizacional. Os que mais interessam aqui são os que possuem relação com o território, com o local, ou seja, os que passam de arranjos para sistemas produtivos.

O conceito de SPL é, na verdade, uma evolução da aplicação dos APLs, com um olhar atento, à região, considerando um leque ainda maior de questões que devem estar no contexto, como as relativas ao meio ambiente, à sustentabilidade, à cultura e à história. Trata-se de um arranjo produtivo muito mais interessado no contexto socioambiental em que está inserido, procurando o desenvolvimento não só das empresas envolvidas, como também um desenvolvimento amplo que atinja várias esferas da sociedade, em diversas áreas de interesses e necessidades da população local (FALCÃO *et al.*, 2009; COSTA, 2006). Desse modo, segundo Moraes e Schneider (2011, p. 103), “o Sistema Produtivo Local (SPL) é caracterizado por um grande número de pequenas e médias empresas especializadas e com um relacionamento não hierárquico”.

Os SPLs retratam a maneira como os agentes econômicos locais produzem e reproduzem bens e serviços e refletem a identidade cultural da região. Nesse sentido, o SPL corresponde a uma atividade técnico-produtiva resultante da capacidade de adaptação dos agentes econômicos locais ao imperativo tecnológico, pois, ao mesmo tempo em que a tecnologia se ajusta às especificidades locais, os agentes econômicos adquirem novos conhecimentos ao se adaptar às novas tecnologias implantadas na sua região (MEZA *et al.*, 2013).

Novas ruralidades

Há um debate sobre a definição de território urbano e rural. Dada a dificuldade conceitual e metodológica de significado, o uso dos termos “urbano e rural” acaba ficando com sentido controverso (REIS, 2006; DELGADO *apud* IICA, 2013; TALASKA; ARANTES; FARIAS, 2009). Isso se deve em geral ao processo de modernização que o



meio rural vem sofrendo com o passar dos anos, assumindo diferentes usos e sendo objeto de estudo e análise para o planejamento das cidades (SANTOS, 1993). Nesse sentido, há uma dicotomia posta sobre o conceito “urbano-rural”, o qual vem sendo debatido e já contraposto por vários autores que versam sobre a temática. Percebe-se, de certa forma, um processo contínuo e crescente de urbanização do meio rural, principalmente do modo de vida de quem reside nesse ambiente.

São considerados fatores que promovem uma modificação visível desses meios: a) turismo ecológico e de aventura; b) uso de espaços rurais para implementação de condomínios e imóveis como segunda residência, ou seja, casas de passeio ou fim de semana; c) comunicações cada vez mais abrangentes; d) tecnologia nas atividades ligadas à agricultura e modernidades como telefonia, internet, mecanização e automação domésticas.

Cassilha e Cassilha (2012) conceituam a área rural como aquela onde as propriedades são maiores e as atividades são voltadas para o setor primário da economia (agropecuária e pesca). Para Bezerra e Bacelar (*apud* IICA, 2013, p. 35), o meio rural não deve ser encarado como um “resíduo do urbano”, mas “a definição de uma tipologia do rural brasileiro deve considerar os contextos territoriais e as distintas formas de relacionamento das áreas rurais com os centros urbanos, com os quais mantêm relações diferenciadas de interdependência e complementaridade”.

Emerge, então, uma nova ruralidade que não acaba com o rural anteriormente conceituado, mas que oferece uma diversidade maior no âmbito cultural, social e econômico, em que são percebidos novos usos da terra e dos espaços sociais, com um leque de opções que não privilegia a antiga visão agropecuária como única ou mais importante.

Os sistemas agroalimentares locais (Sials)

É plenamente natural que se associe o setor da produção agropecuária ao meio rural, já que ali, de fato, são produzidos e comercializados quase todos os alimentos do mundo. Algumas iniciativas buscam inovar, produzindo em zonas urbanas ou em centros realmente urbanizados, porém são incipientes e pouco expressivas para retirar do campo a afeição com a produção agropecuária.

Quando uma cadeia produtiva se estabelece, surge, em geral, a necessidade de encurtar distâncias entre o mercado consumidor e o produtor. Sendo assim, o fato de existir um produto ou grupo de produtos gerado em determinado local atrai fornecedores de insumos e equipamentos, gera concorrência, diversificação de ofertas de trabalho e especialização no produto (ou cadeia de produtos) – conceitos dos SPLs –, cria a necessidade de estruturas organizacionais e transforma um território, em termos de economia e produção, mudando as perspectivas sociais e combatendo a evasão campesina (MORAES; SCHNEIDER, 2010).

Os Sials, por isso, são arranjos exclusivamente do campo e do meio rural. São sistemas de produção de alimentos que atendem a uma série de questões organizadas na cadeia produtiva. Não se restringem à produção na terra, exclusivamente, mas envolvem todo o circuito que vai desde a produção primária até o consumidor final, passando pelas atividades de transporte e insumos como fertilizantes e defensivos – seja pelo uso ou pela ausência destes. Tal sistema não se dá por acaso, e sim em plena organização dos atores envolvidos em relação ao território, o que faz o sistema produtivo se diferenciar do arranjo produtivo (CÂNDIDO; MALAFAIA; REZENDE, 2012).



De acordo com Lins (2006), o produto rural nos Sials deve ser concebido em um ambiente de conhecimento ou *know-how* – saber fazer – sobre a transformação de produtos e possuir apelo em virtude de sua qualidade, apreciação e identificação local para que tenha valoração por parte do consumidor. Essas características são fundamentais para que um determinado produto seja diretamente atribuído a uma região específica, que se caracteriza pelo alto grau de conhecimento em relação ao produto.

Em geral, a caracterização do sistema em detrimento do arranjo ocorre pelo surgimento de governança, muito menos pelo Estado, mas principalmente pela capacidade organizacional dos diversos setores envolvidos. No caso dos sistemas agroalimentares, as governanças podem acontecer pela criação de associações de produtores de determinados tipos de produtos em relação ao seu território (associação de produtores de fumo, associação de apicultores, por exemplo), bem como as “demais instituições não governamentais voltadas à avaliação da qualidade da produção de cada firma e à distribuição de certificados/marcas de origem são um indicador privilegiado de transição da condição de arranjo (APL) para a condição de sistema (SPL)” (PAIVA, 2005, p. 8). Sendo assim, o Sial, por ser conceitualmente um sistema, e não mais um simples arranjo, precisa conter em sua estrutura as chamadas governanças. Exemplos de *links* entre um produto e uma região são observados na produção do vinho e do queijo na serra gaúcha, do queijo de Minas Gerais e do couro acabado no Vale dos Sinos (RS). Tal relação com o território se dá pela sua representatividade, em que seus ativos são “essenciais às atividades produtivas dos Sials e, mostrando-se imbricados com os componentes sociais e culturais da área, são inseparáveis da história local” (LINS, 2006, p. 316).

Conforme Ambrosini, Filippi e Miguel (2008), a investigação do território como unidade de análise de arranjos econômicos ocorre especialmente em resposta a crises de modernização global, em que

elementos como descentralização, flexibilidade de processos produtivos, participação dos atores, força dos laços sociais, cooperativismo, estarão no centro do discurso do “desenvolvimento”, tanto relacionados à academia, quanto aos governos e órgãos de financiamento internacional.

É importante deixar claro que os sistemas produtivos, sejam eles industriais ou agroalimentares, precisam necessariamente passar pela ligação com seu território, seu contexto regional de presente e, por origem, de passado, com uma montagem de estruturas organizacionais, especialmente não governamentais, que auxiliem na criação de métodos, padrões de atuação e produto, gerando um resultado qualificado como saída na cadeia produtiva na qual o sistema em questão esteja inserido. Não se exclui a ação do Estado como fomentador nesses sistemas, visto que o sucesso deles traz benefícios socioeconômicos para os atores envolvidos e para o território, enquanto recorte espacial local, e para a região – adjacências –, já que a governança consiste em interação e regulação entre atores, instituições e Estado (MORAES; SCHNEIDER, 2011; MEZA *et al.*, 2013).

Para obter qualidade no que é produzido nos Sials, faz-se necessária, obviamente, a qualificação das partes envolvidas. A regulação – fiscalização e determinação de padrões de produção, métodos e resultados – auxilia na obtenção da qualidade nesses sistemas, no entanto o processo de qualificação passa por especialização, seja em



métodos de produção ou em um produto específico. Como já citado, os casos da produção de vinho, queijo, cachaça, entre outros, se dão com referência a um território, facilmente identificado quando se fala da origem e da tradição dos produtos (vinho e queijo na serra gaúcha, vinho chileno, cachaça em Santo Antônio da Patrulha, champanhe francês etc.). Muitas vezes lembra-se de um local ou região pela menção a um produto ou de um produto pela menção a um local ou região. Tem-se hoje, no mundo e no Brasil, uma iniciativa de rotulação de produtos com a IG, que, conforme a Agência Sebrae de Notícias – Bahia (2015), “é uma garantia para o consumidor, pois comprova que o produto é genuíno e possui qualidades particulares, ligadas à sua origem”. Isso gera valor agregado ao produto, tornando-se um bem e beneficiando as pessoas da região e da cadeia do produto.

Nesse contexto, o Sial aparece como um sistema produtivo localizado, ou seja, com identificação com o local, voltado para o setor de alimentos, envolvendo diversos atores, sejam eles os produtores rurais, as agroindústrias, o comércio e transporte local, as instituições públicas e privadas, de fomento e de regulação. Quando o produto não tem sua comercialização e consumo, total ou em partes, dentro do mesmo território, ele adquire, ou deve adquirir, *status* de qualificação que o promova e o referencie para o consumo em outros locais, mas com alusão à região de origem, integrando dessa forma o território e suas nuances em diversos formatos do mesmo sistema.

Produtos alimentares com indicação geográfica

Conforme já mencionado aqui, o mundo, incluindo o Brasil, experimenta hoje o uso de uma espécie de selo para identificar produtos. Entre os diversos propósitos, está o de oferecer ao consumidor a referência do local de produção, de modo a garantir o consumo de um produto genuíno, que carrega em si algum traço marcante de qualidade e/ou de especialidade, que pode ser determinada por uma tecnologia específica de preparo, manuseio, cultivo ou ainda pelas características naturais do local, como o tipo de solo, clima, vegetação, que influem direta ou indiretamente nas características do produto (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS – BAHIA, 2015).

O mercado globalizado possui diversas possibilidades e regulações, todavia os tratados de livre comércio impedem medidas protecionistas dos países para combaterem a importação. As medidas de protecionismo não são vistas com bons olhos pela Organização Mundial do Comércio (OMC) e pelos vários Acordos do Livre Comércio (ALC) e tendem a diminuir e até desaparecer com o passar do tempo. Essa situação pode gerar certo desconforto para os produtores de mercados protegidos, mas alternativas de proteção ao produto qualificado e reconhecido surgem por intermédio de medidas como registro de marcas e patentes e, sobretudo para este caso, as IGs. Segundo o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Trips, do inglês **Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights**), define-se a “IG como indicação que identifica um produto como originário do território de um país, ou uma região ou localidade desse território, onde a qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica” (DRUZIAN; NUNES, 2012, p. 414).

Esse tipo de classificação surge como uma saída para o produtor e/ou setor produtivo que já possua avançado *know-how* e também protege a identidade de produtos clássicos, de notório destaque, seja por sua qualidade, características peculiares de produção ou de sabor. Só pode ocorrer quando há um sistema produtivo, resgatando a ideia de que o sistema precisa formar governança. É esta – ou seja, a ação organizada de associações



e grupos de regulação, formais e informais – que faz aquilo que é elaborado em dada região adquirir qualidade suficiente e identificação com o conceito original do produto, tornando-o referência para uma IG regular (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012).

A IG tem como propósito diferenciar um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, porque este apresenta características de uma determinada região, reflexo dos fatores humanos envolvidos naquele produto. Trata-se de uma forma de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, conferindo-lhe um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem. “As indicações geográficas (IGs) são uma ferramenta coletiva de promoção mercadológica e têm por objetivo destacar lugares, pessoas e produtos, evocando sua herança histórico-cultural, considerada intransferível” (NUNES; BANDEIRA; NASCIMENTO, 2012, p. 348). “Desse modo, as IGs constituem formas especiais de proteção aos produtos, visando principalmente distinguir a origem de um produto através da identificação da sua área de produção” (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012, p. 379).

A partir do século XVII, na Europa, a ideia das IGs surgiu, motivada pela diversidade de produtos regionais com tradição e alto grau de competitividade internacional, criando um artifício de proteção aos produtos genuínos de reconhecimento popularizado. Druzian e Nunes trazem (2012, p. 414):

A primeira convenção internacional sobre IG foi a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial em 1883, seguida pelo Acordo de Madrid para a Repressão de Indicações falsas ou enganosas das fontes de mercadorias em 1891, e pelo Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem (DO) em 1958. A OMC / TRIPS em 1995 acordou efeitos vinculativos às IGs onde a retaliação unilateral é permitida em casos de o acordo ser violado.

O processo de reconhecimento de produtos com IG, no Brasil, decorre no Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (Inpi). Depois de obtido o reconhecimento em âmbito nacional, é possível desenvolver o processo que poderá levar ao reconhecimento e à proteção do produto em nível mundial (FABRIS *et al.*, 2012).

No Brasil, assim como nos países da América Latina que adotaram o uso das IGs, os estudos sobre as potencialidades de produtos locais para se tornarem referenciados pela sua IG são recentes porém promissores, visto que o Brasil é um país de extensão continental, com vasta diversidade cultural e com muitos produtos referenciais pela sua constituição e tradição (NUNES; BANDEIRA; NASCIMENTO, 2012).

Tratando-se de produtos do meio rural, o Brasil destaca-se no cenário mundial não só pela sua extensão territorial e variedade cultural, como também por particularidades de clima e solo, que tornam as condições naturais para a produção rural algo com real potencial de desenvolvimento. Como exemplo temos clima diversificado, que oferece a possibilidade de várias culturas distintas; chuvas regulares, ainda que em alguns locais o clima oscile em tempos de chuvas abundantes e secas, pois na maior parte do ano até mesmo esses lugares garantem boas condições de agricultura e pecuária; energia solar abundante, além de possuir 13% de toda a água doce do planeta. O Brasil

ainda conta com 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, sendo que 90 milhões ainda não foram explorados. Percebe-se, por estes dados, o alto potencial do agronegócio brasileiro para o desenvolvimento de regiões e do próprio país (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012, p. 330).

Há uma diferença de caracterização entre os produtos classificados com IGs. Existem dois grupos determinados pelo Inpi: produtos com IP (indicação de procedência) ou com DO (denominação de origem). Essas categorias se diferem conceitualmente.



Produtos com IP possuem comprovação de reputação da localidade, enquanto os com DO apresentam “vínculo do produto com o meio geográfico, descrição do método de obtenção e do notório saber fazer” (FABRIS *et al.*, 2012, p. 392). No Brasil, até 14 de outubro de 2014 havia cinco registros de DO e 21 de IP, conforme quadro a seguir.

Quadro 1 – Lista de indicações geográficas no Brasil

Espécie / Nome da IG	Produto / Serviço	Ano	UF
Denominações de origem			
Costa Negra	Camarões	2011	CE
Manguezais de Alagoas	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	2012	AL
Região do Cerrado Mineiro	Café	2014	MG
Litoral Norte Gaúcho	Arroz	2010	RS
Vale dos Vinhedos	Vinhos: tinto, branco espumante	2012	RS
Indicações de procedência			
Microrregião de Abaíra	Aguardente de cana tipo cachaça	2014	BA
Linhares	Cacau em amêndoas	2012	ES
Canastra	Queijo	2012	MG
Região da Serra da Mantiqueira	Café	2011	MG
Região do Cerrado Mineiro	Café	2005	MG
Região de Salinas	Aguardente de cana tipo cachaça	2012	MG
Serro	Queijo minas artesanal do Serro	2011	MG
Pantanal	Mel	2015	MS/ MT
Vale do Submédio do São Francisco	Uvas de mesa e manga	2009	PE
Piauí	Cajuína	2014	PI
Norte Pioneiro do Paraná	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e/ou moído	2012	PR
Paraty	Aguardentes: tipo cachaça e aguardente composta azulada	2007	RJ
Mossoró	Melão	2013	RN
Altos Montes	Vinhos e espumantes	2012	RS
Monte Belo	Vinhos	2013	RS
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	Carne bovina e seus derivados	2006	RS
Pinto Bandeira	Vinhos: tinto, branco e espumante	2010	RS
Vale dos Sinos	Couro acabado	2009	RS
Vale dos Vinhedos	Vinhos: tinto, branco e espumante	2002	RS
Vales da Uva Goethe	Vinho de uva Goethe	2012	SC
Alta Mogiana	Café	2013	SP

Fonte: Mapa (2014)

Tais produtos têm, oficialmente, reconhecida qualidade e referência em suas respectivas áreas. Importante destacar a participação dos estados de Minas Gerais e Rio Grande do Sul, com cinco e oito registros, respectivamente. Além dos registros já realizados, muitos outros produtos e regiões possuem potencial para integrar a lista e assim assumir reconhecimento em todo o território nacional e no mercado internacional. Ressalta-se também que não se trata de utilizar as IGs como única ou mais importante ferramenta de proteção ao produto local, ainda que o tema soe com



tom entusiástico, e sim de entendê-las como um apoio interessante e relativamente de fácil acesso ao produtor que busque obter tal distinção de produto e característica em relação aos demais.

Considerações finais

Desde o fim do período fordista, muitas iniciativas de combater a crise capitalista, buscando usar os recursos materiais e pessoais regionalizados, surgiram, trazendo consigo um novo paradigma de desenvolvimento que visa integrar os meios de produção com a tradição local, que se relacione e preserve as peculiaridades e características locais, sejam estas de ordem cultural, histórica, natural ou tecnológica.

Muitos lugares do mundo, o Brasil especialmente, vêm vivendo uma nova fase no meio rural, em que velhos conceitos e previsões, como a do total abandono e migração do ambiente rural para o meio urbano, foram substituídos por uma realidade na qual o rural assume novos significados e se adapta a um convívio estabilizado com o urbano, proporcionando acesso a tecnologias para a população rural. Isso se dá na vida cotidiana e nos meios de produção, em que a produtividade da terra aumenta e a procura das pessoas da “cidade” por lugares que conservem as paisagens campestres – modificadas ou não – vem num crescente bastante proveitoso, oferecendo oportunidades de negócios cada vez mais bem exploradas.

Essa nova dinâmica de valorização do local, de estruturação de regiões em torno de suas atividades mais características tende a gerar permanência na terra daqueles que possuem *know-how* e assim alcançam especialização e, por consequência, maior qualidade nos produtos oferecidos. Em consórcio com as estruturas de governança em constante planejamento e pesquisa, criam-se novas oportunidades, gera-se maior valor agregado aos produtos ou ainda uma maior proteção ao que se faz com diferenciais reconhecidos (IGs).

O Brasil, pela sua capacidade produtiva, principalmente no setor agropecuário, destaca-se em suas potencialidades de oferecer produtos diferenciados e com boa qualidade, valorizando a produção primária. Os diversos climas, tradições, historicidades e culturas proporcionam um leque bastante amplo de produtos. Até mesmo no tocante a produtos “iguais” há a possibilidade de diferenciação, graças às características distintas que as regiões e microrregiões brasileiras apresentam. Entende-se o uso das IGs como uma excelente ferramenta de proteção à tradição da produção, valorização dos atributos e métodos da produção e do produto, sobretudo o agroalimentar.

Referências

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS – BAHIA. **Cachaça de Abaíra será exposta em evento de Curitiba**. 2015. Disponível em: <<http://www.ba.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/BA/cachaca%2%80%93de%2%80%93abaira%2%80%93sera%2%80%93exposta%2%80%93em%2%80%93evento%2%80%93de%2%80%93curitiba>>. Acesso em: 25 jun. 2015.

AMBROSINI, L. B.; FILIPPI, E. E.; MIGUEL, L. A. Sial: análise da produção agroalimentar a partir de um aporte territorialista e multidisciplinar. **Revista IDEAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 6-31, 2008.



CAMPOS, A. C.; CALLEFI, P.; SOUZA, J. B. L. A teoria de desenvolvimento endógeno como forma de organização. **Acta Scientiarum: Human and Social Sciences**, v. 27, n. 2, 2005.

CÂNDIDO, P. A.; MALAFAIA, G. C.; REZENDE, M. L. A exploração do pequi na região norte de Minas Gerais: abordagem por meio do Sistema Agroalimentar Localizado. **Revista IDEAS – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 118-138, 2012.

CASSILHA, G. A.; CASSILHA, S. A. **Planejamento urbano e meio ambiente**. Curitiba: Iesde, 2012.

COSTA, F. A. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: as possibilidades do conceito na constituição de um sistema de planejamento para a Amazônia. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 5, n. 1, 2006.

DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. Indicações geográficas brasileiras concedidas até julho de 2012 e impacto sobre bens agrícolas e/ou agroindustriais. **GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 413-426, 2012.

FABRIS, J. *et al.* Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 387-395, 2012.

FALCÃO, M. C. *et al.* Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: inovação e desenvolvimento para destinos turísticos – o caso de Porto de Galinhas, Brasil. **PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 7, n. 3, 2009.

FURLANETTO, E. L.; CÂNDIDO, G. A.; MARTIN, M. F. Sustentabilidade em arranjos produtivos locais: uma proposta metodológica de análise. **GESTÃO.Org – Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 9, 2011.

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERAÇÃO PARA A AGRICULTURA (IICA). **Concepções da ruralidade contemporânea: as singularidades brasileiras**. Brasília, 2013.

IPIRANGA, A. S. R. Uma discussão teórica sobre aprendizagem, inovação e cultura nos arranjos e sistemas produtivos territoriais. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 6, n. 2, 2008.

LINS, H. N. Sistemas agroalimentares localizados: possível chave de leitura sobre a maricultura em Santa Catarina. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 44, n. 2, p. 313-330, 2006.

LÓPEZ, E. C.; DEL VALLE, R. M. G. Medios innovadores y desarrollo local: los sistemas locales productores de calzado del interior de España. **Estudios Geográficos**, v. 63, n. 246, 2002.

MEZA, M. L. F. G. *et al.* Políticas de desenvolvimento econômico e promoção tecnológica de sistemas produtivos locais rurais: o caso de uma região agrícola na América Latina. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-*



GRADUAÇÃO E PESQUISA EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL, 15., 2013, Recife. **Anais...**

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO (MAPA). **Indicação geográfica**: IG. 2014. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica>>. Acesso em: 20 abr. 2015.

MORAES, J. L. A.; SCHNEIDER, S. Perspectiva territorial e abordagem dos sistemas produtivos localizados rurais: novas referências para o estudo do desenvolvimento rural. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 6, n. 2, 2010.

_____; _____. Sistemas produtivos localizados (SPLs) como mecanismo de regulação e governação das dinâmicas socioeconômicas dos territórios. **Revista Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 16, n. 1, p. 90-110, 2011.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 365-377, 2012.

NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A.; NASCIMENTO, J. S. Indicações geográficas (IGs): instrumento de desenvolvimento sustentável. **GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 344-352, 2012.

PAIVA, C. A. N. Aglomerações, arranjos e sistemas produtivos locais. **Revista Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 10, n. 2, 2005.

REIS, J. Território e sistemas produtivos locais: uma reflexão sobre as economias locais. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 25/26, 1988.

REIS, S. D. O rural e urbano no Brasil. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS POPULACIONAIS, 15., 2006, Caxambu. **Anais...**

REQUIER-DESJARDINS, D. Sistemas agroalimentares localizados e qualificação: uma relação complexa. **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, v. 10, n. 2, p. 95-118, 2013.

RIBAS JR., O. T. Avaliação do desempenho de agências de desenvolvimento regional utilizando as experiências em curso na região sul do Brasil. **Revista Iberoamericana de Engenharia Industrial**, v. 2, n. 1, 2010.

SANTOS, M. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Hucitec, 1993.

TALASKA, A.; ARANTES, A.; FARIAS, J. A. A. A delimitação do urbano e do rural no Rio Grande do Sul, Brasil. **Cuadernos de Geografía**, n. 18, p. 59-69, 2009.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da indicação de procedência vales da uva Goethe. **Revista GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 327-343, 2012.

VILPOUX, O. F.; OLIVEIRA, E. J. Instituições informais e governanças em arranjos produtivos locais. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 14, n. 1, 2010.



CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA DOS VINHEDOS CATARINENSES DE ALTITUDE PARA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Luciane Isabel Malinovski¹
Marcelo Borghezan²
Hamilton Justino Vieira³

Resumo: Os vinhedos de altitude do estado de Santa Catarina, acima de 900 metros ao nível do mar, foram implantados a partir de 1999. Desde então, tem-se observado uma produção de uvas com excelente qualidade e a elaboração de vinhos vem se destacando com premiações nacionais e internacionais. O objetivo deste trabalho foi realizar a caracterização climática de zonas vitivinícolas de altitude de Água Doce e São Joaquim. Analisaram-se as variáveis climáticas obtidas das estações meteorológicas localizadas próximo aos vinhedos. O clima dessas regiões apresenta temperaturas amenas, principalmente no período de maturação, as quais deslocam o ciclo fenológico da videira e prolongam a fase de maturação. Tais condições favorecem a colheita em períodos (março, abril e maio) nos quais as precipitações pluviométricas são menores. Nessa fase há maior incidência de radiação solar direta e baixas temperaturas noturnas, as quais ativam a formação dos precursores do metabolismo secundário da videira, resultando em compostos fenólicos responsáveis pela cor, pelo aroma e pela estrutura do vinho. A baixa nebulosidade dessas regiões aumenta a incidência de radiação solar, importante para a produção dos açúcares das uvas. As condições climáticas aqui citadas proporcionam excelente produção de uvas destinadas à elaboração de vinhos com tipicidade e qualidade diferenciadas, contribuindo para a caracterização das regiões e o estabelecimento de indicações geográficas.

Palavras-chave: vinhos de altitude; agrometeorologia; Santa Catarina.

Introdução

As áreas de altitude do estado de Santa Catarina que propiciam melhor desenvolvimento vitícola se encontram entre as latitudes 26° e 28°S, região de clima subtropical úmido, do tipo Cfb (temperado – mesotérmico úmido e verão ameno), segundo a classificação de Köppen. Essas áreas são caracterizadas pela grande variabilidade climática, em virtude, sobretudo, da posição geográfica, da configuração do relevo e da atuação de sistemas meteorológicos distintos entre as diferentes regiões.

Diferentemente de muitas regiões do Brasil, o estado catarinense é marcado por peculiaridades sazonais, ou seja, apresenta quatro estações do ano (verão,

¹ Doutora, engenheira agrônoma. *E-mail:* lucianemalinovski@gmail.com.

² Doutor, engenheiro agrônomo. *E-mail:* mborghezan@hotmail.com.

³ Pós-doutor, engenheiro agrônomo. *E-mail:* vieira@epagri.sc.gov.br.



outono, inverno e primavera), com uma elevada variação térmica e uma distribuição regular das chuvas ao longo do ano. Salienta-se que os padrões sazonais atmosféricos predominantes podem ser alterados por fenômenos climáticos de caráter interanual, como o Enso (El Niño-Oscilação Sul), e por eventos extremos adversos (CAMARGO; BRAGA; ALVES, 2006; CAMARGO *et al.*, 2011; BORGHEZAN *et al.*, 2014).

Fatores modificadores do clima contrastam-se entre as diferentes regiões do estado, tornando-o adequado a determinadas atividades econômicas.

As condições climáticas que favorecem o grande impulso para a produção de frutíferas de clima temperado localizam-se principalmente nas regiões do planalto serrano e meio oeste, destacando-se os municípios de São Joaquim, Água Doce, Caçador, Campo Belo do Sul, Campos Novos, Urubici, Bom Retiro, Pinheiro Preto, Tangará e Videira.

O setor vitivinícola catarinense vem crescendo a cada ano e ganhando destaque nacional e internacional tanto em relação ao cultivo da videira quanto à produção de vinhos. Nas inúmeras regiões vitícolas, o clima é um fator natural determinante do potencial regional para a adaptação de variedades, bem como da qualidade e tipicidade da produção vitivinícola (MALINOVSKI, 2013).

A diversidade macroclimática das diferentes regiões produtoras de uvas é responsável pela heterogeneidade dos produtos vitícolas. Assim, o clima é importante para a denominação de origem dos produtos, os quais, relacionados com outros fatores naturais e humanos, definem o *terroir* da região (TONIETTO; CARBONNEAU, 1999).

O presente trabalho teve como objetivo realizar a caracterização climática de zonas vitivinícolas de altitude de Água Doce e São Joaquim.

Material e métodos

O trabalho foi conduzido nos municípios catarinenses de Água Doce, na Vinícola Villaggio Grando (26°43'53"S e 51°30'26"W, 1.300 metros de altitude), e São Joaquim, na Estação Experimental da Epagri de São Joaquim (28°16'30,08"S e 49°56'09,34"W, 1.400 metros de altitude).

A caracterização climática foi realizada com base em dados obtidos das estações meteorológicas da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina/Centro de Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina (Epagri/Ciram), localizadas próximo aos vinhedos. Analisaram-se as seguintes variáveis climáticas: temperatura diária máxima, média e mínima do ar (°C), precipitação pluviométrica (mm), umidade relativa do ar (%) e radiação solar (W.m²). Os dados coletados foram da série histórica entre o período de 1984 e 2012.

Para a definição dos estádios fenológicos das videiras, usou-se a escala BBCH (LORENZ *et al.*, 1995). Os principais estádios de desenvolvimento descritos foram: brotação (BBCH07), considerada quando 50% das gemas estavam no estágio de ponta verde; floração (BBCH65), quando 50% das flores estavam abertas; maturação (BBCH85), quando 50% das bagas mudaram de coloração; e colheita, estabelecida com base na avaliação da composição química das bagas e sanidade dos cachos. Dessa forma, caracterizou-se o número de dias entre cada subperíodo fenológico (BOCK *et al.*, 2011).

Submeteram-se os dados climáticos e fenológicos a estatísticas descritivas (valores absolutos, médias, desvio padrão e somas mensais).

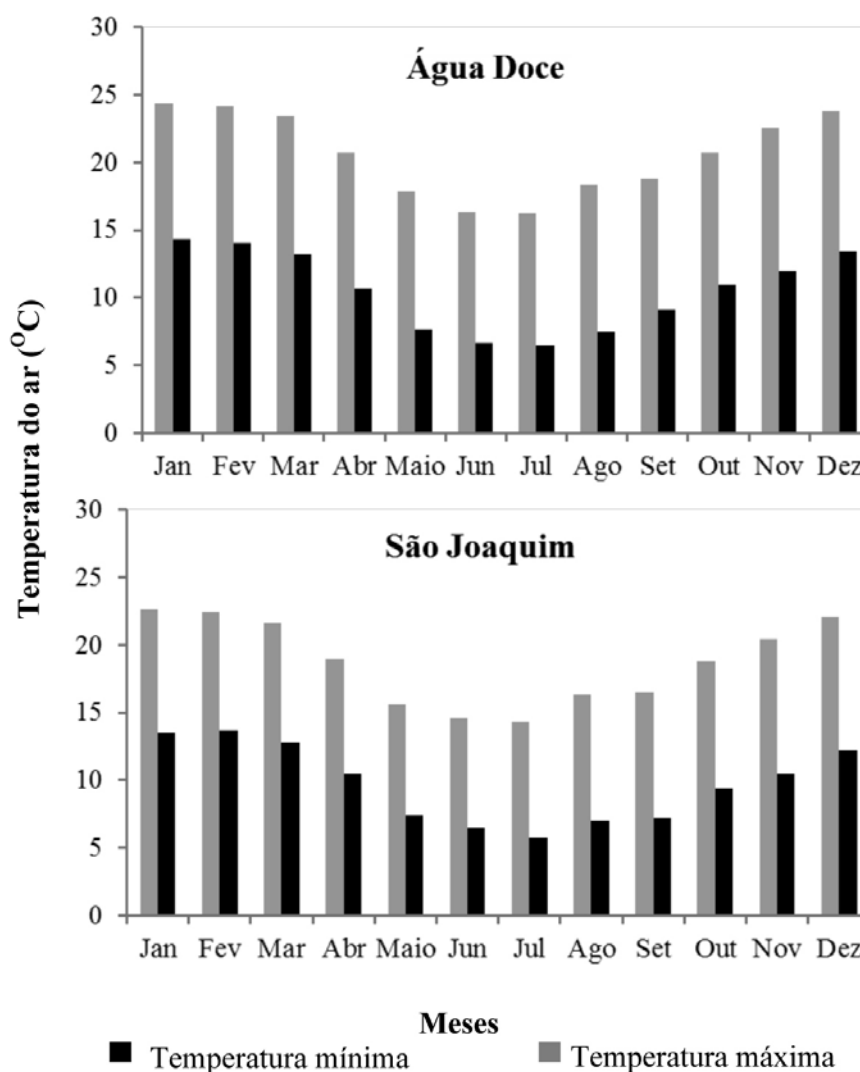


Resultados e discussão

As características peculiares do clima de cada região exercem influências diferenciadas sobre a videira, de modo que cada elemento meteorológico impacta sua cultura e seu desenvolvimento. A temperatura do ar, por exemplo, apresenta diferentes efeitos sobre a videira e é fundamental para a ocorrência de diversos processos, entre eles o comportamento fenológico e fisiológico e, principalmente, a evolução do processo de maturação da uva.

Na figura 1 é possível observar que as regiões estudadas possuem temperaturas propícias para que a videira tenha um bom desenvolvimento fisiológico e qualitativo dos frutos. Essas zonas vitícolas caracterizam-se pelas baixas temperaturas inverniais, recomendáveis para a quebra de dormência; temperaturas mais elevadas entre primavera e verão, ideais para floração e desenvolvimento das bagas; e, durante a maturação, baixas temperaturas noturnas, que ativam o metabolismo secundário para a formação dos compostos fenólicos.

Figura 1 – Distribuição mensal das temperaturas máximas e mínimas do ar das regiões catarinenses de Água Doce e São Joaquim (1984-2012)



Fonte: Epagri/Ciram (2015)



A região de São Joaquim é considerada uma das localidades mais frias do Brasil, com temperatura média anual do ar de 13,3°C; o mês de julho é o mais frio, com temperatura média em torno de 9,4°C, e o mês de janeiro o mais quente, com média de 17,1°C. A região de Água Doce possui temperatura média anual do ar de 14,5°C, média do mês mais frio de 10,5°C (julho) e do mês mais quente de 18,1°C (figura 1 e tabela 1).

Tabela 1 – Caracterização média anual do clima das regiões catarinenses de Água Doce e São Joaquim (1984-2012)

Variável	Água Doce	São Joaquim
Média anual		
Tipo climático (Köppen)	<i>Cfb</i> – Temperado	<i>Cfb</i> – Temperado
Temperatura média (°C)	14,5	13,3
Temperatura máxima (°C)	20,6	18,8
Temperatura mínima (°C)	10,5	9,4
Precipitação (mm)	136,2	147,0
Umidade relativa do ar (%)	74,5	79,0
Radiação média (W.m ⁻²)	186,5	223,4
Vento máximo (km/h)	45,8	37,6
Valor absoluto		
Temperatura mínima (°C)	-7,3	-10,0
Temperatura máxima (°C)	33,7	31,4
Precipitação máxima – 24 h (mm)	174,0	204,6
Vento máximo (km/h)	117,4	102,2
Soma anual		
Precipitação (mm)	1.635,5	1.924,2

Fonte: Epagri/Ciram (2015)

Em ambas as regiões os meses de maio a agosto são caracterizados pelos eventuais períodos de temperaturas mais elevadas, comumente chamados de “veranicos”. Em tais eventos, as frentes frias são desviadas de sua trajetória habitual por Santa Catarina, deslocando-se em latitudes mais ao sul, ocasionando dias consecutivos sem ocorrência de chuva e com temperaturas elevadas para a época do ano. Em setembro, a condição é de transição do inverno para a primavera: começa, aos poucos, a atuação de massas de ar tropical, com a ocorrência de dias com temperaturas mais elevadas, porém ainda atuam intensas e frequentes massas de ar frio (BORGHEZAN *et al.*, 2014).

Nos meses em que geralmente ocorrem a maturação e a colheita das uvas, principalmente entre março e abril, as temperaturas médias do ar são mais amenas. Essas condições proporcionam melhor qualidade às uvas, com destaque para a síntese e o acúmulo de açúcares, polifenóis e antocianinas totais nas bagas.

A amplitude térmica anual em São Joaquim é de 9,4°C, e em Água Doce, de 10,1°C. Trata-se de um fator importante na fisiologia da videira, pois influencia o equilíbrio entre a taxa fotossintética e a atividade respiratória, regulando,



consequentemente, a alocação dos fotoassimilados. A amplitude térmica está diretamente relacionada à biossíntese de compostos fenólicos (GONZÁLEZ-NEVES *et al.*, 2007).

A extensão da colheita das variedades cultivadas em ambas as regiões mostra grande variação, ocorrendo entre os meses de março e abril, porém em São Joaquim pode se estender até meados de maio. Segundo Malinovski (2013), em estudo com 12 variedades de uvas italianas, e Feldberg *et al.* (2011), com três variedades francesas, a região de Água Doce inicia a colheita em 14 de março com variedades precoces e finaliza em 14 de abril com variedades tardias, com uma extensão de ciclo de 30 dias. Em São Joaquim, conforme Brighenti *et al.* (2013) e Brighenti *et al.* (2014), essa extensão é de 50 dias, iniciando em 13 de março e finalizando em 2 de maio. A diferença está relacionada provavelmente com as temperaturas médias do ar, que durante esse período são de aproximadamente 0,6°C mais elevadas em Água Doce.

Outra variável climática de destaque para o desenvolvimento da videira é a radiação solar. Esse fator está intimamente relacionado ao processo da fotossíntese, bem como ao acúmulo de açúcares contido nas uvas e, por consequência, na sua qualidade (MARIANI, 2012), além de ser um aspecto fundamental para a indução e a diferenciação das gemas floríferas.

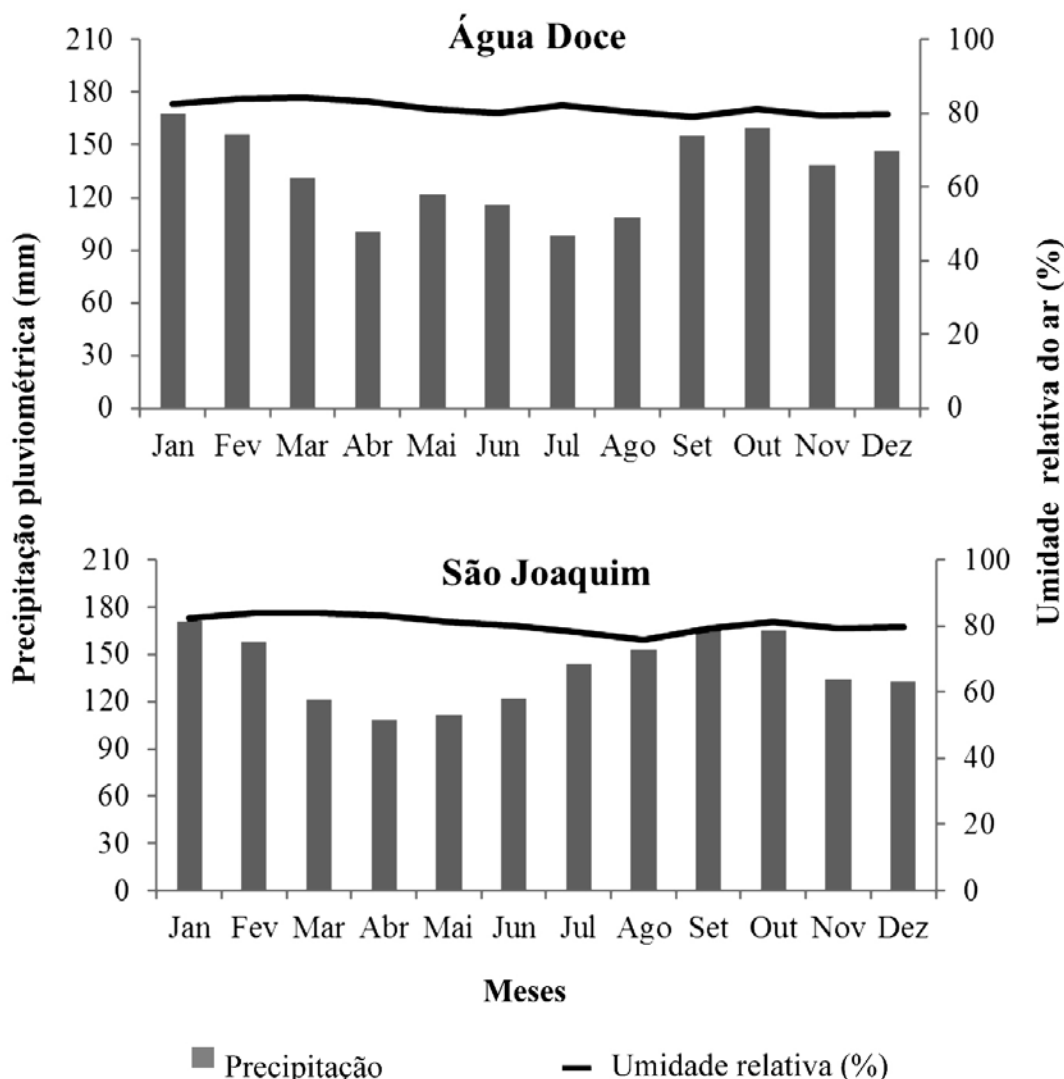
A média anual da disponibilidade de radiação solar global registrada é de 186,5 W.m² para Água Doce e de 223,4 W.m² para São Joaquim (tabela 1). A maior disponibilidade de radiação solar global nessas localidades ocorre nos meses de novembro e dezembro, período que corresponde ao maior crescimento dos ramos da videira.

As regiões de estudo localizam-se em altitudes próximas, Água Doce (1.300 m) e São Joaquim (1.400 m), porém as principais diferenças climáticas entre elas estão associadas aos fatores de relevo e localidade. São Joaquim apresenta relevo mais ondulado, sendo influenciado pela proximidade do Oceano Atlântico. A região de Água Doce caracteriza-se pelo relevo mais plano, o que favorece ventos mais constantes, em virtude da continentalidade. Tal condição influencia tanto a disponibilidade de radiação quanto as variações de temperatura do ar.

As regiões de altitude do estado catarinense distinguem-se por uma distribuição regular de precipitação ao longo do ano. O período da colheita (março a maio) em geral é o menos chuvoso, em que os volumes mensais variam em torno de 100 mm (figura 2). A menor precipitação na época da colheita favorece a melhor sanidade dos frutos e, quando associada com as temperaturas do ar mais amenas, proporciona maturação fenólica mais completa das uvas, contribuindo para a qualidade dos vinhos produzidos. A precipitação total é mais elevada em São Joaquim, e os volumes podem ser verificados para ambas as regiões na tabela 1.



Figura 2 – Distribuição mensal da precipitação pluviométrica (mm) e umidade relativa do ar (%) das regiões catarinenses de Água Doce e São Joaquim (1984-2012)



Fonte: Epagri/Ciram (2015)

A variação da umidade relativa do ar é similar em ambas as regiões, com uma oscilação média mensal entre 73% e 83% em São Joaquim e 72% e 84% em Água Doce. Vinhedos localizados em áreas com umidade relativa do ar elevada estão mais sujeitos à incidência de doenças fúngicas, em particular ao míldio, em relação àqueles situados em condições com menor teor de umidade.

Nas regiões estudadas não são frequentes fortes intensidades de vento (tabela 1), no entanto já foram registrados ventos máximos acima de 100 km/h, como por exemplo em novembro de 2013 – eventos associados à aproximação e passagem de sistemas frontais (ciclones extratropicais). Nesse caso, há uma intensificação dos ventos no pré-frontal (antes da passagem da frente fria) e depois no pós-frontal (depois da passagem da frente fria), em decorrência do gradiente de pressão gerado por um sistema de alta pressão (massa de ar mais frio), que avança na retaguarda da frente fria. Ressalta-se que Água Doce está situada em região de relevo plano, o qual favorece a ocorrência de ventos mais constantes, diferentemente de São Joaquim, uma região de relevo mais ondulado e, por conseguinte, com variações maiores nesses eventos climáticos.



As videiras cultivadas em áreas propensas a rajadas de vento, dependendo da velocidade, duração e frequência, podem ser prejudicadas em seu desenvolvimento vegetativo e reprodutivo. Os ventos podem causar danos à vegetação, pois os ramos jovens se rompem com relativa facilidade, além de gerar sérios problemas na floração e frutificação, resultando na diminuição da produção. Nessas situações, os vinhedos devem ser protegidos com quebra-ventos, de modo a amenizar os possíveis danos. Os ventos fortes também aumentam a transpiração, diminuem a absorção de CO₂ e provocam danos mecânicos nos ramos, nas folhas e nos cachos (KISHINO; CARAMORI, 2007).

Ventos intensos, quando associados às baixas temperaturas do ar, são favoráveis à ocorrência de geada negra, fenômeno capaz de acarretar perdas significativas na produção. Sob condições mais estáveis e sem nebulosidade, a ocorrência de geadas brancas (advecção de massa de ar polar) pode causar prejuízos na fase inicial do ciclo vegetativo.

Considerações finais

O clima das regiões de Água Doce e de São Joaquim caracteriza-se por temperaturas amenas, as quais deslocam o ciclo fenológico da videira e prolongam a fase de maturação. Isso favorece a colheita em períodos em que as precipitações pluviométricas são menores. Em tal fase há maior incidência de radiação solar direta e baixas temperaturas noturnas, as quais ativam a formação dos precursores do metabolismo secundário da videira, resultando em compostos fenólicos responsáveis pela cor, pelo aroma e pela estrutura do vinho.

As condições climáticas das regiões analisadas favorecem a produção de uvas destinadas à elaboração de vinhos com tipicidade e qualidade diferenciadas, contribuindo para produtos com intensa coloração, complexidade aromática e equilíbrio gustativo. Trata-se de uma importante característica para definir o estabelecimento da indicação geográfica da vitivinicultura catarinense de altitude.

Referências

ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DOS PRODUTORES DE VINHOS FINOS DE ALTITUDE (ACAVITIS). **Polo de qualidade do vinho**. Disponível em: <http://www.acavitis.com.br/site/web/site_dev.php/artigos/ler/n/1>. Acesso em: 2 mar. 2014.

BOCK, A. *et al.* Changes in the phenology and composition of wine from Franconia, Germany. **Climate Research**, v. 50, p. 69-81, 2011.

BORGHEZAN, M. *et al.* Phenology and vegetative growth in a new production region of grapevines: case study in São Joaquim, Santa Catarina, Southern Brazil. **Open Journal of Ecology**, v. 4, n. 6, p. 321-335, 2014.

BRIGHENTI, A. F. *et al.* Caracterização fenológica e exigência térmica de diferentes variedades de uvas viníferas em São Joaquim, Santa Catarina – Brasil. **Ciência Rural**, v. 7, n. 43, p. 1.162-1.167, 2013.

BRIGHENTI, A. F. *et al.* Desempenho vitícola de variedades autóctones italianas em condição de elevada altitude no sul do Brasil. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, Brasília, v. 49, n. 6, p. 465-474, 2014.



CAMARGO, C. G. C. *et al.* Análises de eventos extremos de precipitação na região sul do Brasil: dados históricos. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROMETEOROLOGIA*, 17., 2011, Guarapari. **Anais...**

CAMARGO, C. G. C.; BRAGA, H.; ALVES, R. Mudanças climáticas atuais e seus impactos no estado de Santa Catarina. **Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v. 19, n. 3, p. 31-35, 2006.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA (EPAGRI); CENTRO DE INFORMAÇÕES DE RECURSOS AMBIENTAIS E DE HIDROMETEOROLOGIA DE SANTA CATARINA (CIRAM). **Dados de pesquisa**. Florianópolis, 2015.

FELDBERG, N. P. *et al.* Adaptación de variedades de uvas italianas y francesas en la región de altitud de Água Doce-SC, Brasil. *In: CONGRESSO LATINOAMERICANO DE VITICULTURA Y ENOLOGÍA*, 13., 2011, Santiago do Chile. **Anais...**

GONZÁLEZ-NEVES, G. *et al.* Varietal differentiation of Tannat, Cabernet-Sauvignon and Merlot grapes and wines according to their anthocyanic composition. **European Food Research and Technology**, v. 225, n. 1, p. 111-117, 2007.

KISHINO, A. Y.; CARAMORI, P. H. Elementos climáticos e o desenvolvimento da videira. *In: KISHINO, A. Y.; CARVALHO, S. L. C.; ROBERTO, S. R. Viticultura tropical*. Londrina: Iapar, 2007. p. 59-76.

LORENZ, D. H. *et al.* Phenological growth stages of the grapevine (*Vitis vinifera* L. ssp. *vinifera*) – codes and descriptions according to the extended BBHC scale. **Australian Journal of Grape and Wine Research**, v. 1, n. 2, p. 100-103, 1995.

MALINOVSKI, L. I. **Comportamento viti-enológico da videira (*Vitis vinifera* L.) de variedades autóctones italianas na região dos Campos de Palmas em Água Doce – SC – Brasil**. 2013. Tese (Doutorado em Recursos Genéticos Vegetais)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

MARIANI, L. Cambiamento climático e coltura della vite. **Rivista il Consenso**, v. 26, n. 3, p. 1-6, 2012.

TONIETTO, J.; CARBONNEAU, A. Análise mundial do clima das regiões vitícolas e de sua influência sobre a tipicidade dos vinhos: a posição da viticultura brasileira comparada a 100 regiões em 30 países. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA*, 9., 1999, Bento Gonçalves. **Anais...**



COMPORTAMENTO DA VIDEIRA NAS REGIÕES DE ALTITUDE DE SANTA CATARINA: UM DOS COMPONENTES DISTINTIVOS LIGADOS AO CONCEITO DE TERROIR

Marcelo Borghezan¹

Resumo: *Terroir* exprime a relação entre as condições do meio natural e os fatores humanos sobre as características intrínsecas dos produtos de uma determinada região. O conceito remete a um caráter distintivo e único, associado à dinâmica entre o local (meio físico) e o modo de fazer (relações humanas). O *terroir* pode ser otimizado por meio de práticas de manuseio e escolhas apropriadas, influenciando a qualidade e a tipicidade. No planalto serrano catarinense a vitivinicultura é uma atividade recente, com potencial para melhorar os aspectos socioeconômicos de uma região com índices de desenvolvimento humano (IDH) abaixo da média estadual. Os produtos elaborados (vinhos) apresentam características distintivas das demais regiões brasileiras, resultado do efeito dos componentes associados ao ambiente de cultivo sobre o desenvolvimento da videira. Este estudo objetivou compreender como a caracterização do desenvolvimento da videira pode contribuir para o entendimento dessas diferenças. Durante diversos ciclos produtivos, foram avaliadas algumas das principais variedades de videira cultivadas em vinhedos comerciais de São Joaquim (SC). Associações entre a fenologia, o crescimento vegetativo e a composição da uva permitiram caracterizar padrões de comportamento influenciados pelas condições climáticas e que são expressos nos vinhos. Os resultados contribuem para caracterizar um dos principais componentes ligados ao *terroir* e que pode subsidiar um projeto de indicação geográfica.

Palavras-chave: *Vitis vinifera*; indicação geográfica; tipicidade; vinhos finos.

Introdução

No Brasil, a viticultura ocupa uma área plantada de 80,5 mil hectares e produziu quase 1,4 milhão de toneladas no ano de 2014 (IBGE, 2015). O setor está baseado na produção de frutas para consumo *in natura* (uvas de mesa), sucos, vinhos, entre outros derivados. A viticultura brasileira está em expansão e nos últimos anos vem buscando uma melhoria dos vinhedos para a obtenção de uvas e produtos transformados de melhor qualidade (MELLO, 2013).

¹ Engenheiro agrônomo, bolsista pós-doutorado do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD/Capes) no Programa de Pós-graduação em Recursos Genéticos Vegetais da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). E-mail: mborghezan@hotmail.com.



No estado de Santa Catarina, a área plantada é de 4,9 mil hectares, com uma produção de 66 mil toneladas no ano de 2014 (IBGE, 2015). A produção de vinhos concentra-se, principalmente, no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, com mais de 90% da produção nacional (MELLO, 2013).

Nesses dois estados produtores de vinhos, as regiões tradicionais onde a viticultura está instalada apresentam estrutura fundiária baseada na agricultura familiar e se localizam em pequenas propriedades com topografia acidentada (DESPLOBINS, 2001). Em tais propriedades, o cultivo da videira está ligado às comunidades de descendência italiana, sendo predominantemente caracterizado pela utilização de variedades americanas (*Vitis labrusca*), destinadas à produção de sucos e vinhos de mesa (DESPLOBINS, 2001), um mercado que está em plena expansão (MELLO, 2013).

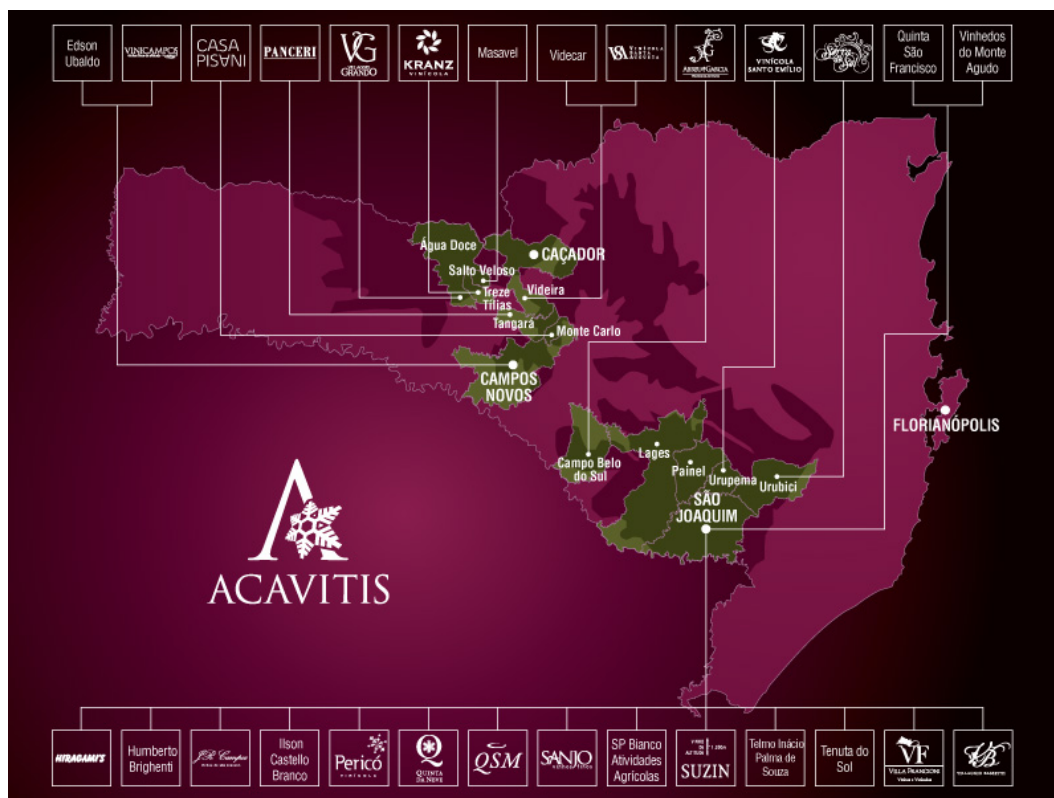
No entanto a produção de variedades de uvas nobres (*Vitis vinifera*), buscando a elaboração de vinhos finos, encontra-se em pequenas proporções ainda. O mercado de vinhos finos representa menos de 8% do volume consumido nacionalmente. Em 2014, mais de 80% dos vinhos finos consumidos no Brasil se originaram de importação, principalmente do Chile, da Argentina, de Portugal e da Itália (UVIBRA, 2015). Em Santa Catarina, nos últimos anos observou-se um aumento na área plantada de variedades de *V. vinifera* para a produção de vinhos finos (MELLO, 2013), com vistas a atender à crescente demanda e aproveitar as condições edafoclimáticas do planalto serrano.

As áreas tradicionais de cultivo de videira, de modo geral, apresentam elevada umidade relativa do ar, altas temperaturas e excessivos índices de precipitação pluviométrica durante o ciclo de desenvolvimento das plantas, fazendo com que essas regiões sejam classificadas como de clima úmido, temperado quente e de noites temperadas (TONIETTO; CARBONNEAU, 2004). As condições dificultam o cultivo de variedades viníferas, principalmente por favorecer a incidência de doenças fúngicas e ocasionar a antecipação da colheita, afetando a qualidade da uva. Em alternativa às áreas tradicionais de produção de uvas para elaboração de vinhos na serra gaúcha (RS) e no Vale do Rio do Peixe (SC), iniciou-se na década de 1990 a busca por novas regiões com potencial vitícola, como a região do planalto serrano (SC).

No planalto serrano catarinense, os plantios comerciais de variedades viníferas começaram a partir de 1999 (ACAVITIS, 2015). Atualmente a região já tem mais de 350 hectares implantados, tendo como principal polo o município de São Joaquim (figura 1), onde se concentram o maior número de produtores e a maior área, com cerca de 227 hectares (EPAGRI, 2013). Essas regiões também são identificadas como de altitude, por apresentarem o cultivo da videira acima de 900 metros do nível do mar. Associado ao avanço do cultivo da videira na região, um sistema industrial altamente tecnificado está em implantação, de modo a aproveitar as boas características enológicas das uvas produzidas, para a elaboração de vinhos finos de alta qualidade. Os produtores são, em geral, empresários ou grupos de produtores com grande conhecimento técnico e possibilidade de investimento em estrutura de produção e vinificação (CORDEIRO, 2006). A situação difere da estrutura fundiária na qual as viticulturas catarinense e gaúcha estão baseadas.



Figura 1 – Regiões de cultivo da videira no planalto serrano de Santa Catarina



Fonte: Acaivitis (2015)

Destaca-se que essa é uma das regiões do estado com o menor índice de desenvolvimento humano (IDH), e o setor vitivinícola e outras atividades afins podem contribuir significativamente para a melhoria do quadro socioeconômico.

Para diversos pesquisadores (FALCÃO *et al.*, 2008; BORGHEZAN *et al.*, 2011; MALINOVSKI *et al.*, 2012; BRIGHENTI *et al.*, 2013; BORGHEZAN *et al.*, 2014), as uvas produzidas em São Joaquim apresentam características próprias e distintas das colhidas em outras regiões produtoras no Brasil. Esses autores destacam que o fator preponderante que intervém na qualidade da uva produzida em São Joaquim é o clima. Entre as principais características associadas e que influenciam diretamente as variáveis climáticas e o comportamento do ciclo de desenvolvimento da videira estão: elevada altitude (1.200 a 1.400 metros), baixa latitude (28°S), baixos índices de precipitação pluviométrica e temperaturas baixas, com noites frias, no período de maturação (BRIGHENTI; TONIETTO, 2004). As condições citadas favorecem o aumento do ciclo fenológico, possibilitando uma maturação mais completa da uva e maior evolução dos compostos químicos (BORGHEZAN *et al.*, 2011; MALINOVSKI *et al.*, 2012; BRIGHENTI *et al.*, 2013; BORGHEZAN *et al.*, 2014). Com características diferenciadas, os vinhos elaborados com as uvas de São Joaquim evidenciam maior intensidade de cor, de compostos fenólicos totais e de antocianinas em comparação com os vinhos das demais regiões vitivinícolas brasileiras (MIELE; RIZZON; ZANUS, 2010).

O atual período da vitivinicultura nacional é caracterizado pela identidade regional, sendo elaborados vinhos de melhor qualidade, além de uma organização dos setores produtivos, buscando a caracterização das regiões e seu reconhecimento pela implementação de indicações geográficas (IGs).



A legislação brasileira (Lei 9.279, de 14 de maio de 1996), no artigo 176, traz dois tipos de IGs (BRASIL, 1996): indicação de procedência (IP), em que “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território [...] tenha [se] tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço”, e denominação de origem (DO), em que “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território [...] designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”. Na IP deve existir um reconhecimento público referente à região; para a DO, observa-se uma distinção dos produtos, que devem apresentar um caráter único e particular, em virtude, principalmente, das condições do local.

Atualmente, no Rio Grande do Sul, estão registradas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi) as IPs para vinhos Vale dos Vinhedos, Pinto Bandeira, Altos Montes e Monte Belo, além da denominação de origem Vale dos Vinhedos. Em Santa Catarina, o único registro concedido é para a IP Vales da Uva Goethe (INPI, 2015).

Conceito de *terroir*

A relação que pode ser feita entre as características de um produto agrícola (qualidade, sabor, estilo) e a região geográfica onde é produzido representa o *terroir* (LEEUWEN; SEGUIN, 2006). Porém precisamos compreender melhor o significado do termo que representa as características próprias ou o que também chamamos de tipicidade.

A palavra *terroir* carrega uma poderosa associação cultural e sensorial na França. Embora uma tradução direta possa ser entendida como um “espaço geográfico limitado” ou também faça referência ao “gosto do lugar”, o seu significado é muito mais amplo e complexo. O termo deriva da palavra francesa para solo, *terre*, e não se traduz facilmente do francês para qualquer outro idioma.

A palavra *terroir* data do ano de 1229 e é uma modificação linguística de formas antigas (*tieroir*, *tioroer*), com origem no latim popular “*territorium*”. Nos dias atuais o termo *terroir* remete a uma conotação positiva em relação ao vinho ou a outro produto. No entanto trata-se de uma compreensão mais recente e diferente do significado de poucas décadas atrás. Na França do século XIX, o termo era associado a um vinho que não tinha caráter nobre (*cru*) para ser consumido pelas pessoas da cidade, mas referia-se ao vinho com “gosto de *terroir*”, na época associado a um caráter qualitativo pejorativo, um vinho para ser consumido por gente do interior. A correspondência positiva ocorreu apenas nos últimos 70 anos, quando a valorização da delimitação dos vinhedos nas DOs de vinhos na França veio balizar critérios associados à qualidade de um vinho, incluindo o solo e a variedade, entre outros (TONIETTO, 2007), em que a palavra foi sendo frequentemente usada para explicar a hierarquia de vinhos de elevada qualidade (LEEUWEN; SEGUIN, 2006).

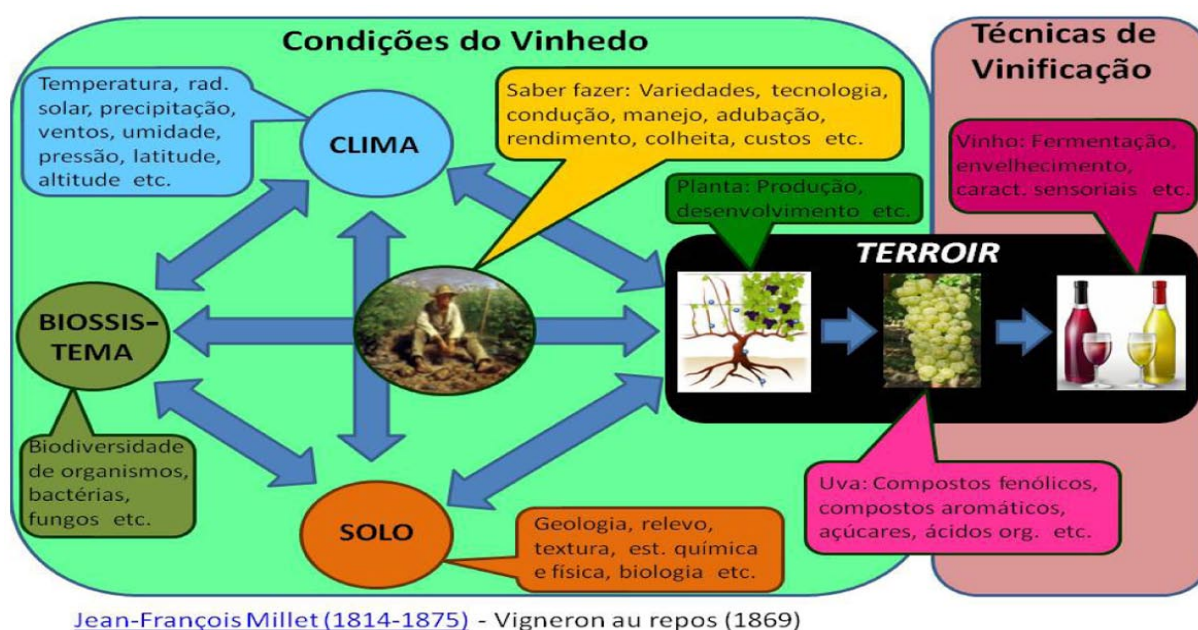
Desde a Antiguidade, há relatos de reconhecimento da qualidade de determinados produtos em relação à origem geográfica. Entretanto as medidas que deram a base para a legislação moderna sobre a IG podem ser atribuídas ao Marquês de Pombal, que entre 1756 e 1757 estabeleceu os limites geográficos para o vinho do Porto, normatizou a produção e fez uma classificação abrangente de qualidade. Esses critérios sugerem que ele foi um precursor visionário do conceito de DO e que a cidade do Porto foi a primeira região a possuir um sistema de proteção, sendo a primeira IG reconhecida no mundo.



A utilização do conceito de *terroir* estabeleceu-se com o surgimento das DOs europeias, o que na França equivale à apelação de origem (AO). Esse conceito muitas vezes é incompreendido e pode causar confusão. Assim, propôs-se uma definição, em 2006, durante o Congresso Internacional de *Terroirs* Vitícolas de Bordeaux e Montpellier. A proposta ficou conhecida como Declaração de Montpellier (FANET, 2006).

Em 25 de junho de 2010, a Organização Internacional da Uva e do Vinho (OIV – Organisation Internationale de la Vigne et du Vin) publicou a Resolução OIV/VITI 333/2010, adotando o seguinte conceito: “*terroir vitivinicole* se refere a um espaço sobre o qual se desenvolve um saber coletivo da interação entre o meio físico e biológico identificáveis e as práticas vitivinícolas adotadas, que conferem características distintivas aos produtos originários desse espaço”. O *terroir* inclui as características específicas do solo, da topografia, do clima, da paisagem e da biodiversidade (OIV, 2010).

Figura 2 – Modelo ilustrativo dos elementos constitutivos do *terroir*. Pintura de Jean-François Millet (1814-1875) – *Vigneron au repos* (1869 – Desenho da videira)



Jean-François Millet (1814-1875) - *Vigneron au repos* (1869)

Fonte: www.infovini.com

A palavra *terroir* exprime uma relação entre o meio físico (clima, solo, relevo, entre outros fatores naturais) e os aspectos humanos (história e socioeconomia, técnicas de manuseio e elaboração, entre outros) (LEEUEWEN; SEGUIN, 2006). Tais componentes ajustam o desenvolvimento da videira e se expressam na composição química da uva ao final do período de maturação e também nos atributos sensoriais dos vinhos.

O efeito do clima, do solo e do ecossistema, de forma isolada ou em múltiplas interações, afeta o desenvolvimento e a produção da videira. Também a escolha das variedades, o sistema de condução e as práticas de manejo regulam o comportamento da planta, além do componente humano. Em consequência, a composição da uva (química e microbiológica) adquire qualidades particulares. Todos esses efeitos agem de modo importante nas condições do vinhedo. Entretanto outro componente relacionado com o processo de elaboração dos vinhos acrescenta o elemento enológico, conferindo características distintivas ao que chamamos de *terroir* (figura 2).



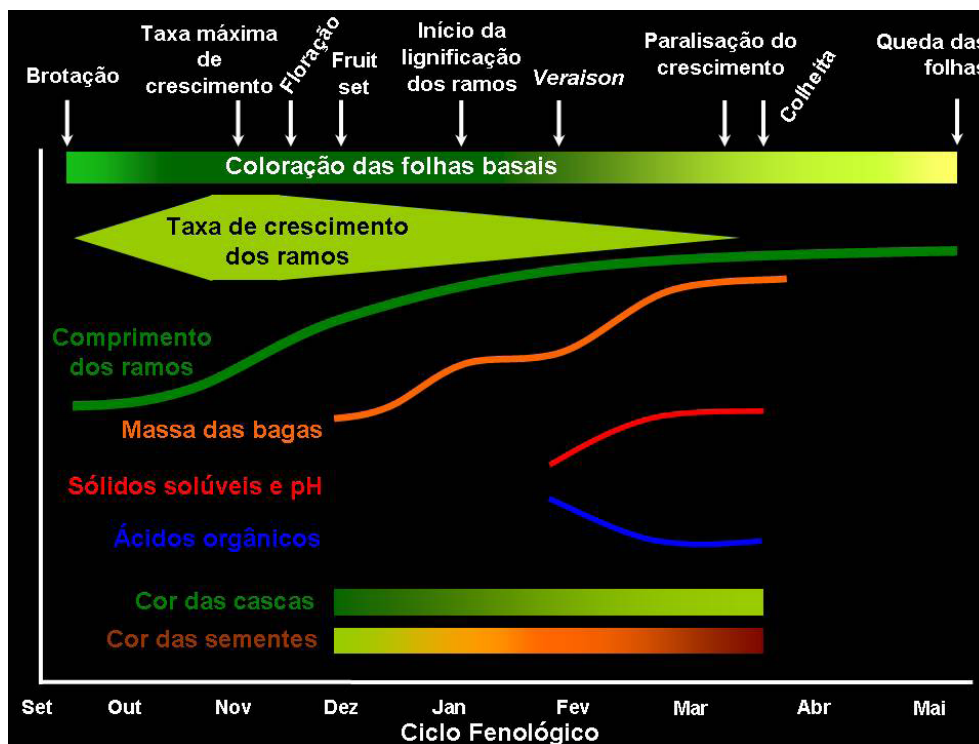
Esse conceito remete a um caráter distintivo e único, associado à dinâmica entre as condições locais e o modo de fazer. Assim, podemos concordar que o *terroir* resulta de um processo de aprendizagem no qual a ação humana buscou orientar os meios de produzir, transformar e conservar, visando à máxima valorização das potencialidades do meio natural, onde essas particularidades expressam características próprias, definindo a tipicidade. Embora a legislação brasileira que trata de propriedade industrial (Lei n.º 9.279, de 1996) não utilize o termo, o seu conceito está inserido na essência da DO, “cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (BRASIL, 1996).

Comportamento da videira

A composição da uva resulta da interação complexa entre inúmeros componentes, como solo, clima, ecossistema, conhecimento e tecnologia, práticas de manejo das plantas e controle do microclima, diversidade biológica (microrganismos, como bactérias e leveduras presentes na pruína). A qualidade do vinho é determinada pela qualidade da uva, além das técnicas enológicas (vinificação e envelhecimento), conforme sugere a figura 2.

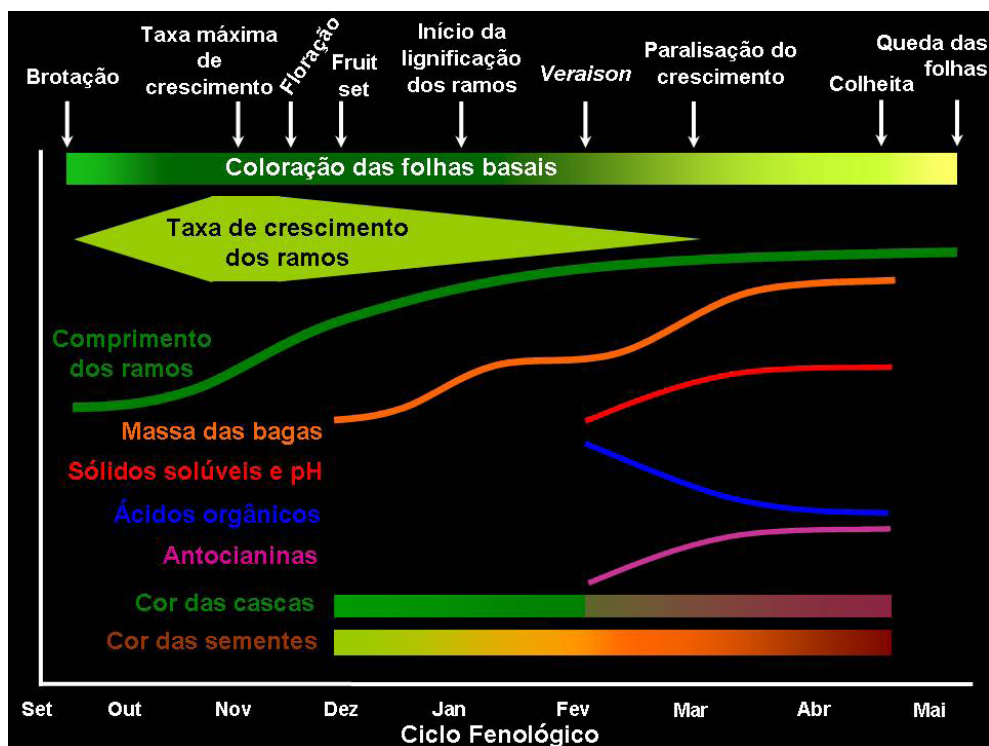
Para algumas das principais variedades cultivadas nas regiões de altitude de Santa Catarina, e com base em observações em diferentes ciclos produtivos, sugeriram-se modelos que relacionam o ciclo vegetativo com o ciclo reprodutivo da videira (figuras 3 e 4). Os modelos agrupam os eventos associados ao crescimento dos ramos, à ontogenia das folhas e à formação e maturação da uva. O ciclo de desenvolvimento está demonstrado em relação aos principais estádios fenológicos e também apresentado nos meses ao longo do ano (BORGHEZAN *et al.*, 2014).

Figura 3 – Relação entre o desenvolvimento vegetativo e a formação das bagas durante os estádios fenológicos da variedade Sauvignon Blanc cultivada em São Joaquim, Santa Catarina



Fonte: Borghezán *et al.* (2014)

Figura 4 – Relação entre o desenvolvimento vegetativo e a formação das bagas durante os estádios fenológicos das variedades Merlot e Cabernet Sauvignon cultivadas em São Joaquim, Santa Catarina



Fonte: Borghezán *et al.* (2014)

A brotação (figura 5a) ocorre durante o mês de setembro, com variações entre os ciclos em virtude do acúmulo de unidades de frio no inverno e da ocorrência de temperaturas acima da temperatura base (10°C). A primeira fase de crescimento é delimitada da brotação até a floração, quando se verifica o período de máxima taxa de crescimento dos ramos. Nesse período, notam-se o início do crescimento dos ramos, a expansão das folhas basais, o desenvolvimento das inflorescências e o final de formação das flores. Próximo ao período de floração (figura 5b), as folhas basais apresentam teor de clorofila estabilizado, e a capacidade fotossintética total da planta está em expansão.

Com o desenvolvimento das bagas, após a floração, inicia-se uma fase competitiva entre os drenos (meristemas de crescimento e cachos), apresentando redução gradativa na taxa de crescimento dos ramos. A formação das bagas compreende as fases de divisão e alongação celular, resultando no aumento do número e volume das células, e a diferenciação celular, estruturando os tecidos da baga. Nas bagas são acumulados compostos químicos originados do processo fotossintético (folhas) e translocados até os cachos. Nesse período também começa o desenvolvimento das sementes. O início da lignificação dos ramos e a degradação de clorofila nas folhas basais também são observados durante tal período.

A partir do início da maturação das bagas (*veraison*) (figura 5c), verificam-se alterações importantes na composição da uva (massa das bagas, teores de açúcares, ácidos orgânicos e compostos fenólicos) e no crescimento dos ramos (paralisação do crescimento dos ramos, lignificação dos ramos). Em geral, esses eventos ocorrem durante o mês de fevereiro, período em que já se notam redução significativa no fotoperíodo e ocorrência de temperaturas noturnas (mínimas) abaixo de 10°C. Quanto

às características climáticas, a partir de março há redução nos níveis de precipitação pluvial, condição que possibilita o avanço da maturação das bagas. Na região, as bagas são expostas a temperaturas mais amenas, induzindo processos mais lentos de maturação, o que permite a fixação dos fotoassimilados, um maior acúmulo de açúcares e menor degradação de antocianinas. As noites mais frias restringem a atividade respiratória, tornando possível uma maior fixação dos fotoassimilados. A radiação solar mais elevada induz a uma maior produção de compostos fenólicos em resposta ao estresse dos raios ultravioleta (UVA e UVB). Sauvignon Blanc (figura 5d) apresenta colheita mais precoce em comparação às variedades tintas (Cabernet Sauvignon e Merlot). A colheita da variedade branca ocorre, geralmente, em meados de março, sendo próxima ao período em que se dá a paralisação do crescimento dos ramos. Já para as variedades tintas, a maturação das bagas pode se estender até o mês de abril (figura 5e). A partir de março também se observam a redução no teor de clorofila e o avanço do processo de senescência inicialmente nas folhas basais dos ramos.

Figura 5 – Fases do ciclo fenológico da videira cultivada em São Joaquim: brotação (a), floração (b), fase de maturação (*veraison*) (c), maturação (d e e) e senescência das folhas (f)



Fonte: Fotografias de Marcelo Borghezán (2006)

A partir de abril, as temperaturas são mais baixas e eventualmente ocorrem geadas. Nessa fase os ramos estão completamente lignificados, as folhas basais encontram-se em estado avançado de senescência e as folhas mais apicais apresentam redução significativa de coloração verde. Com a evolução da maturação, diminuem a demanda nos drenos e a atividade nos órgãos fonte, havendo redução da fotossíntese e degradação de pigmentos fotossintéticos durante a senescência foliar (figura 5f). Entre meados de maio e início de junho acontece a queda total das folhas. A dormência mantém-se até o fim do inverno, seguida pela brotação e reinício do próximo ciclo de produção.



O ciclo fenológico da videira e a composição da uva produzida nas regiões de altitude de Santa Catarina possuem significativas diferenças em relação às outras regiões produtoras de uvas viníferas, como a Serra Gaúcha (MANDELLI *et al.*, 2004), a região da Campanha/RS (RADÜNZ *et al.*, 2015), a região sul de Minas Gerais (DIAS *et al.*, 2012) e o Vale do Rio São Francisco (MOURA *et al.*, 2006).

Os modelos aqui expostos não são rigorosamente apropriados para todas as variedades; há variações entre os locais de cultivo, sistemas de produção e manejo e mesmo entre os diferentes ciclos produtivos. Diversos aspectos relacionados ao desenvolvimento vegetativo e à fisiologia das plantas ainda necessitam ser evidenciados, bem como muitos eventos durante o período de maturação da uva. A dormência é outra fase importante do ciclo que precisa de estudos. Os conhecimentos poderão complementar os modelos propostos e possibilitar uma exposição mais adequada do ciclo anual da videira cultivada no planalto serrano de Santa Catarina.

O presente estudo demonstrou como a caracterização do desenvolvimento da videira nas condições do planalto serrano catarinense se relaciona com um dos principais componentes ligados ao *terroir*. Como demonstrado na figura 2, o comportamento das plantas e a composição da uva são a expressão dos diversos fatores naturais e humanos do local de cultivo. Tais aspectos podem contribuir para o entendimento dos padrões de resposta da videira em todas as fases fenológicas e permitir a separação dos componentes que se devem essencialmente ao meio geográfico, critério que define a tipicidade e que pode ser reconhecido por uma DO.

Considerações finais

O desenvolvimento da videira nas condições do planalto serrano de Santa Catarina foi caracterizado e apresenta-se diferenciado. As condições de alta radiação solar e de baixas temperaturas ocasionadas pela elevada altitude induzem a um deslocamento do ciclo fenológico da videira. O ciclo mais longo de desenvolvimento altera o comportamento relacionado ao padrão de crescimento vegetativo dos ramos e de maturação das bagas. Associações entre a fenologia, o crescimento vegetativo e a composição da uva permitiram caracterizar os padrões de comportamento e a influência de fatores como o clima. O metabolismo da planta sob essas condições favorece a maturação e a composição química das bagas e gera uma identidade aos vinhos. Os modelos propostos, embora não conclusivos, servem como um referencial distintivo para um melhor entendimento sobre o comportamento da videira nas condições climáticas dessa recente região vitícola brasileira. As informações podem servir de base teórica para subsidiar um projeto de reconhecimento de uma IG para essa região vitivinícola.

Agradecimentos

Às empresas e aos produtores de uva e vinho das regiões de altitude de Santa Catarina, especialmente à Villa Francioni Agronegócios S.A., à Cooperativa Agrícola de São Joaquim (Sanjo) e à Vinhedos do Monte Agudo, por cederem parte de seus vinhedos para a realização das coletas e dos trabalhos de campo. À Empresa de Pesquisa Agropecuária e Difusão Tecnológica/Centro de Meteorologia do Estado (Epagri/Ciram) a disponibilização de dados meteorológicos durante os vários anos de acompanhamento; à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior



(Capes) o suporte financeiro e a bolsa de pós-doutorado; ao Programa de Pós-Graduação em Recursos Genéticos Vegetais e à UFSC o vínculo institucional. Aos bolsistas do Núcleo de Estudos da Uva e do Vinho/UFSC (Neuvin) e demais estudantes que, com dedicação e perseverança, colaboraram de forma fundamental nas coletas de campo e nas análises de laboratório que possibilitaram a construção dos modelos.

Referências

ASSOCIAÇÃO CATARINENSE DOS PRODUTORES DE VINHOS FINOS DE ALTITUDE (ACAVITIS). Disponível em: <www.acavitis.com.br>. Acesso em: ago. 2015.

BORGHEZAN, M. *et al.* Comportamento vegetativo e produtivo de videiras e composição da uva em São Joaquim, Santa Catarina. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, Brasília, v. 46, n. 4, p. 398-405, 2011.

BORGHEZAN, M. *et al.* Phenology and vegetative growth in a new production region of grapevines: case study in São Joaquim, Santa Catarina, Southern Brazil. **Open Journal of Ecology**, v. 4, p. 321-335, 2014.

BRASIL. **Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: ago. 2015.

BRIGHENTI, A. F. *et al.* Caracterização fenológica e exigência térmica de diferentes variedades de uvas viníferas em São Joaquim, Santa Catarina – Brasil. **Ciência Rural**, v. 43, n. 7, p. 1.162-1.167, 2013.

BRIGHENTI, E.; TONIETTO, J. O clima de São Joaquim para a viticultura de vinhos finos: classificação pelo sistema CCM Geovitícola. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA, 18., 2004, Florianópolis. **Anais...** CD-ROM.

CORDEIRO, W. C. **A vitivinicultura em São Joaquim – SC: uma nova atividade no município**. 2006. 133 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

DESPLOBINS, G. **Resistance ou reactivite des producteurs face aux incitations des dispositifs institutionnels: les viticultures riograndense et catarinense du sud-brésilien**. 2001. 157 f. Dissertação (Master – Européen nature d'études professionnelles en agronomie tropicale et sud-tropicale)–Institute National de la Recherche Agronomique, Montpellier, 2001.

DIAS, F. A. N. *et al.* Desempenho da videira “Syrah” sobre diferentes porta-enxertos em ciclo de inverno no sul de Minas Gerais. **Pesquisa Agropecuária Brasileira**, Brasília, v. 47, n. 2, p. 208-215, 2012.

EMPRESA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA E EXTENSÃO RURAL DE SANTA CATARINA (EPAGRI). **Fruticultura catarinense em números 2012/13**. Florianópolis, 2013.

FALCÃO, L. D. *et al.* Maturity of Cabernet Sauvignon berries from grapevines grown with two different training systems in a new grape growing region in Brazil. **Ciencia e Investigación Agraria**, v. 35, n. 3, p. 271-282, 2008.



FANET, J. Définition du terroir. In: ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA VINHA E DO VINHO – Groupe d'experts “Environnement viticole et évolution climatique”, 2006, Budapeste. **Anais...**

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Levantamento sistemático da produção agrícola**. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/prevsaf/default.asp?t=2&z=t&o=26&u1=1&u2=1&u3=1&u4=1>>. Acesso em: ago. 2015.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Indicações geográficas reconhecidas**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/arquivos/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_10-03-2015.pdf>. Acesso em: ago. 2015.

LEEUWEN, C.; SEGUIN, G. The concept of terroir in viticulture. **Journal of Wine Research**, v. 17, n. 1, p. 1-10, 2006.

MALINOVSKI, L. I. *et al.* Highlands of Santa Catarina (Brazil): a region with high potential for wine production. **Acta Horticulturae**, v. 931, p. 433-440, 2012.

MANDELLI, F. *et al.* Fenologia e necessidades térmicas da videira na Serra Gaúcha. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA, 18., 2004, Florianópolis. **Anais...**

MELLO, L. M. R. **Vitivinicultura brasileira: panorama 2012**. Bento Gonçalves, 2013. (Comunicado Técnico 137).

MIELE, A.; RIZZON, L. A.; ZANUS, M. C. Discrimination of Brazilian red wines according to the viticultural region, varietal, and winery origin. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 30, n. 1, p. 268-275, 2010.

MOURA, M. S. B. *et al.* **Exigência térmica e caracterização fenológica da videira Cabernet Sauvignon no Vale do São Francisco, Brasil**. 2006. Disponível em: <http://www.cpatsa.embrapa.br/public_eletronica/downloads/OPB1654.pdf>. Acesso em: ago. 2015.

ORGANISATION INTERNATIONALE DE LA VIGNE ET DU VIN (OIV). **Resolução OIV/VITI 333/2010**. Definition of vitivinicultural “terroir”. 2010.

RADÜNZ, A. L. *et al.* Necessidades térmicas de videiras na região da Campanha do Rio Grande do Sul – Brasil. **Ciência Rural**, v. 45, n. 4, p. 626-632, 2015.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é o terroir?** 2007. Disponível em: <http://www.cnpv.embrapa.br/publica/artigos/afinal_o_que_terroir.pdf>. Acesso em: ago. 2015.

TONIETTO, J.; CARBONNEAU, A. A multicriteria climatic classification system for grape-growing regions worldwide. **Agricultural and Forest Meteorology**, v. 124, p. 81-97, 2004.

UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA (UVIBRA). **Importação de vinhos: procedência (em litros)**. Disponível em: <www.uvibra.com.br>. Acesso em: ago. 2015.



PREMISSA DE UM REGULAMENTO TÉCNICO DE IDENTIDADE E QUALIDADE DO QUEIJO KOCHKÄSE

Nelita Fabiana Moratelli¹

Karla Andréa Drews²

Marian Natalie Meisen³

Resumo: Kochkäse é um queijo desnatado, de baixa umidade, produzido à base de leite cru, que passa por um processo de cozimento. É considerado um prato típico da culinária alemã, presente nas mesas de festas familiares, religiosas e de clubes de caça e tiro, na região do Vale do Itajaí e norte catarinense. Encontra-se o produto facilmente nas feiras livres acompanhando diversos outros produtos artesanais da região, como geleia suína, linguiça Blumenau, queijinho branco e nata. No entanto, apesar de tal queijo fazer parte da cultura da região, ainda não possui um regulamento de identidade e qualidade específico e que normalize a sua comercialização. Para a legalização do comércio e para que o produto continue preservando sua identidade cultural, como uma região tradicionalmente reconhecida pela produção do queijo, torna-se imprescindível a busca de um selo de indicação geográfica (IG). Com o objetivo de elaborar um regulamento técnico, iniciou-se um processo de mobilização da sociedade e recentemente se formou um grupo de trabalho de técnicos (Epagri, Furb e Prefeitura de Blumenau) e produtores de Kochkäse para esse fim. Outros esforços foram feitos no sentido de sensibilizar os envolvidos e organizá-los na cadeia produtiva. Um dos desafios na busca da IG é adequar-se as suas exigências, e uma delas foi a formalização desse grupo. O pequeno grupo, na maioria agricultores familiares que preservam na atividade leiteira não só uma fonte de renda, mas um modo de viver, está há muito tempo marginalizado do processo de comercialização.

Palavras-chave: leite cru; Kochkäse; regulamento; indicação geográfica.

Introdução

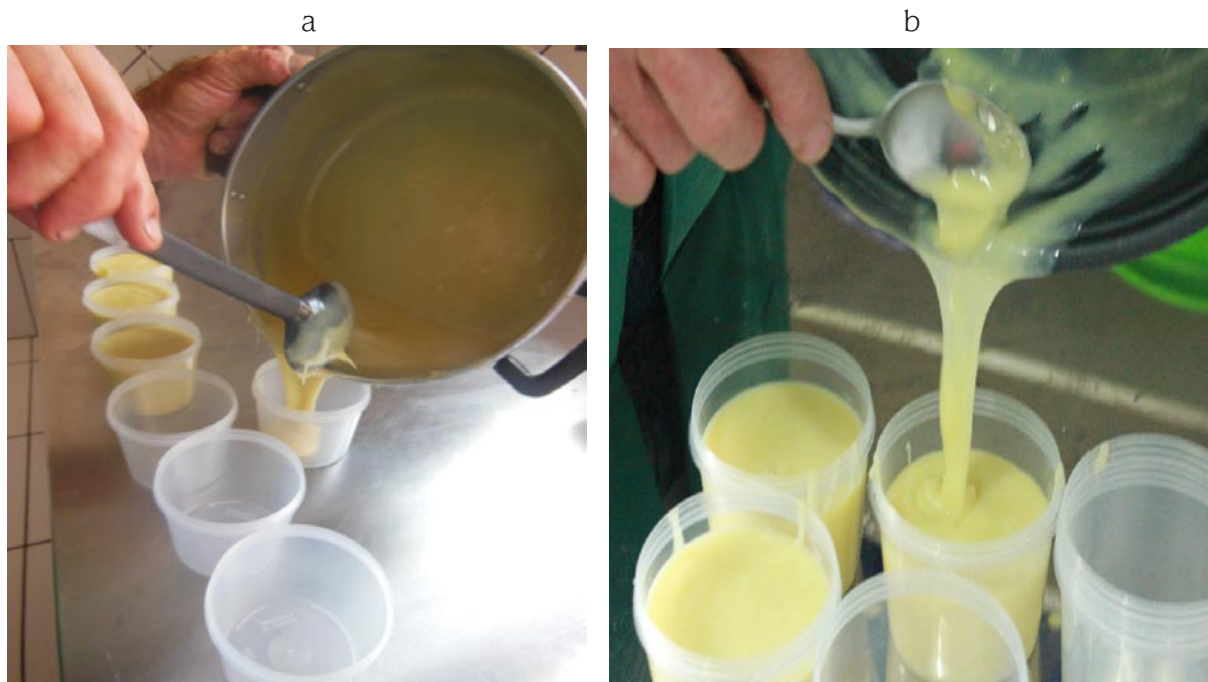
O nome Kochkäse tem origem alemã e significa queijo cozido. Kochkäse é um produto elaborado, na propriedade de origem do leite ou não, com leite cru ou pasteurizado, desnatado e recém-ordenhado, que se obtém por coagulação natural do leite, em seguida prensado, utilizando um processo manual, fermentado, temperado ou não e cozido. A figura 1 apresenta a etapa final do processo de cozimento, quando o queijo é colocado na embalagem para comercialização.

¹ Engenheira agrônoma e pedagoga. *E-mail:* fabiana@epagri.sc.gov.br.

² Engenheira de alimentos. *E-mail:* karladrews@blumenau.sc.gov.br.

³ Bióloga e mestre em Engenharia Ambiental. *E-mail:* marian@furb.br.

Figura 1 – Kochkäse sendo colocado na embalagem para comercialização



Fonte: (a) fotografia de Marian Natalie Meisen; (b) fotografia de Magali Moser

É considerado um prato típico da culinária alemã, presente nas mesas de festas familiares, religiosas e de clubes de caça e tiro, na região do Vale do Itajaí e norte catarinense. São muitas as comemorações que acontecem ao longo do ano nos clubes de caça e tiro. Na modalidade tiro há o tiro ao alvo com espingarda e tiro ao pássaro, Festa do Rei e da Rainha do Bolão, Rei e Rainha do Tiro. Na Festa do Bolão, os sócios do clube, ao longo do dia, participam das partidas de bolão; ao final, por meio de somatório, tem-se o ganhador, que será o rei ou a rainha do próximo ano. Depois das competições, serve-se café ou jantar, sempre com a presença de Kochkäse.

No Vale do Itajaí é comum a presença de pequenas agroindústrias que processam e comercializam esse queijo. Encontra-se facilmente o produto nas feiras livres acompanhando diversos outros produtos artesanais da região, como cucas, pães caseiros, geleias e doces, geleia suína, linguiça Blumenau, queijinho branco e nata.

A transformação da carne suína, de aves ou bovina é uma tradição. Os colonos do Vale do Itajaí sempre criaram animais, talvez pelo relevo, que não ajudava na formação de grandes lavouras. Com oferta regular de carne e leite, por consequência houve necessidade de aproveitar ao máximo os produtos possíveis de serem fabricados na época, mesmo que de forma totalmente artesanal. Então, após o abate, com os pedaços menos nobres se faziam: linguiça, salsichão, *bacon*, torresmo e geleia suína, por exemplo. Quanto ao leite, a primeira transformação caseira é o queijinho branco, mas também é possível obter a nata. Havia excedente também de queijinho branco, então ainda era possível fazer o Kochkäse. Acredita-se que o Kochkäse já era feito na Alemanha. O gosto pela criação de animais trazido pelos colonizadores ainda está preservado. Muitas famílias atualmente, mesmo quando o casal se aposenta, continuam cuidando de um número menor de animais. Considera-se uma típica propriedade rural



de colonos alemães aquela que contempla: criação de marrecos soltos, com acesso a um pequeno lago; criação de bovinos com raça mista, com ordenha duas vezes ao dia, mesmo que somente para o sustento da casa; e criação de suínos. Outros animais menos presentes, mas bem apreciados, são os gansos, que têm muitas vezes um papel de guardião semelhante ao do cão.

De modo geral, as propriedades reservam um espaço para as lavouras anuais; de uma maneira singular é feito o plantio de milho e inhame. O inhame, porém, é como uma cultura permanente, pois o que não será colhido será enterrado durante o preparo do solo da lavoura anual, para receber as sementes de milho. A cultura do milho desenvolve-se e a do inhame mantém-se com menor vigor de brotação; uma capina com tração animal poderá ser feita ao longo do ciclo do milho. Quando as espigas estiverem secas, colhe-se o milho, e o inhame já inicia seu pleno desenvolvimento. O milho é seco, debulhado e armazenado a granel. Servirá de alimentação, principalmente, para os suínos e as aves. Depois de colhido, coloca-se o inhame em local arejado e seco. O inhame é cozido em tachos de ferro e fornecido, sobretudo, aos suínos.

Existem dois tipos de tubérculos nesse consórcio: o inhame, que por aqui não é muito usado para consumo humano, e o taiá-japão, que tem boa aceitação na culinária local.

Outra característica de uma propriedade de colonos descendentes de alemães é a capineira. Nesse espaço são cultivadas gramíneas para corte, que são levadas ao cocho dos animais para auxiliar na composição de sua alimentação. As capineiras incluem principalmente cana-de-açúcar, capim-elefante, gramão e capim-guatemala. Anualmente as capineiras recebem, assim como as lavouras de milho, o esterco produzido pelos animais acumulado em esterqueiras anexas aos estábulos. Grandes esforços da extensão rural já foram feitos para substituir a árdua atividade de corte diário da capineira pelo pastoreio dos animais direto no campo. Mas, como comumente se diz, o colono alemão é um “garçom de vaca”. Ou seja, o hábito de levar a comida ao cocho dos animais está tão arraigado quanto o consumo de Kochkäse.

Hoje em dia, os colonos que ainda possuem um número considerável de animais fazem também a silagem. Em nossa região, a silagem consiste em um processo de fermentação anaeróbica em que as plantas de milho são trituradas em pedaços de 3 a 4 cm de comprimento e compactadas em camadas, preenchendo um volume de massa que poderá ficar em espaço escavado ou na superfície do solo, desde que hermeticamente fechado com lona plástica. Após realizada a fermentação dessa massa, o material poderá ser consumido diariamente; uma fatia do volume é retirada e servida aos animais em cochos de alimentação. O corte diário de trato tem também um valor moral. Simboliza a virtude da pessoa sem preguiça e, por conseguinte, de boa disposição física. Dessa forma, jovens devem cortar o trato para mostrar que não têm preguiça, e anciãos, para ainda colaborar, mesmo que com muito esforço, com a capacidade produtiva da família. É comum ouvir: “A Oma⁴ ainda corta trato”, quer dizer, a Oma colabora e tem disposição. A figura 2 traz a vista de uma propriedade rural.

⁴ Oma, no conceito de parentesco, para os colonos alemães, significa avó.



Figura 2 – Vista de uma propriedade rural



Fonte: Fotografia de Nelita Fabiana Moratelli

O trabalho do registro do Kochkäse como patrimônio cultural e imaterial realizado na região do Médio Vale do Itajaí, por meio de um inventário financiado e coordenado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), possibilitou alguns esclarecimentos e desdobramentos. Apesar de o pedido de registro não ter sido ainda encaminhado ao órgão pela necessidade de obtenção de outros documentos, alguns equívocos foram esclarecidos. Um deles, por parte dos atores envolvidos (alguns técnicos e produtores rurais), é de que o registro do Kochkäse como patrimônio cultural e imaterial permitiria a sua comercialização legal. Hoje se tem o entendimento de que o registro no IPHAN legalmente não regulamenta o produto, apenas se registra o *saber fazer*.

Segundo Córdova, Schlickmann e Pinto (2015), o *saber fazer*, historicamente repassado de geração a geração, mais que uma receita, é a representação de uma cultura específica, desenvolvida num contexto peculiar e protagonizada por um grupo identitário, que faz de determinada atividade um modo de vida e de estabelecimento de relações sociais, econômicas e culturais.

O outro conflito foi a visão de que o queijo feito com leite pasteurizado provocaria alteração no sabor do produto. Estudos preliminares, realizados pela Universidade Regional de Blumenau (Furb), de análise sensorial, tornaram-se inconclusivos, visto que as pessoas que consomem regularmente o produto se confundiram entre caracterizar o queijo feito com leite cru e com o pasteurizado, conforme informação repassada pela pesquisadora.

Em visita ao Projeto do Queijo Serrano Catarinense, em Lages, um grupo de técnicos, juntamente com o IPHAN, percebeu a necessidade de distinguir os dois processos: busca por registro do Kochkäse como bem cultural e imaterial e regulamentação para a comercialização.

Para possibilitar o andamento do projeto com vistas à comercialização do queijo, surgiu a necessidade de regulamentar o processo produtivo, mediante a elaboração de um Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) para o Kochkäse. Esse tipo de documento serve para fixar a identidade e os requisitos mínimos de qualidade que deverão possuir os queijos Kochkäse.

Serão elaborados: descrição (definição, classificação e designação); composição e requisitos (ingredientes obrigatórios); ingredientes opcionais, aditivos e coadjuvantes;



tecnologia ou elaboração; contaminantes; higiene; pesos e medidas; rotulagem; métodos de análise e amostragem.

A inspeção de produtos de origem animal no âmbito do Ministério da Agricultura é da competência do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (Dipoa), subordinado à Secretaria de Defesa Agropecuária (SDA). A oferta de alimentos de origem animal aptos ao consumo, resguardadas as condições higiênico-sanitárias e tecnológicas, é o resultado da atuação do Dipoa em todo o território brasileiro⁵.

A homologação de um Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade para o Kochkäse contemplará as diversas maneiras do fazer e as segmentações do processo produtivo perante as exigências das leis sanitárias. Todavia haverá concomitantemente ao processo de construção do regulamento mobilização da comunidade no sentido de valorizar o Kochkäse. Espera-se que o processo de valorização, seja como patrimônio cultural imaterial ou por indicação geográfica (IG), traga um apelo social aos órgãos de inspeção, no sentido não de alterar a lei, mas de flexibilizar para a realidade local.

Metodologia

Com o intuito de elaborar o regulamento, formou-se um grupo técnico entre três instituições: Prefeitura de Blumenau, Furb e Empresa de Pesquisa Agropecuária e Difusão Tecnológica (Epagri). O grupo, em um evento ocorrido no dia 2 de julho de 2015 no Clube Recreativo Esportivo Serrinha, bairro Vila Itoupava, em Blumenau (SC) – o Segundo Encontro Regional de Produtores de Kochkäse –, com o objetivo de sensibilizar produtores e comunidade, solicitou a participação voluntária de produtores de diferentes municípios para formar um grupo ampliado de trabalho. A proposta inicial foi contemplar um produtor por cidade e que os encontros fossem mensais.

O grupo de trabalho está participando de reuniões mensais, com previsão de duração até o fim de 2015, para elaborar um documento que deverá conter todos os itens do RTIQ. Tais itens são: descrição do queijo (que contempla sua definição, classificação e designação); composição e requisitos (que abrange ingredientes obrigatórios, ingredientes opcionais, aditivos e coadjuvantes); tecnologia ou elaboração; contaminantes; higiene; pesos e medidas; rotulagem; métodos de análise e amostragem.

Para auxiliar na elaboração, estão sendo utilizados como documentos base o Regulamento Técnico para Fixação de Identidade do Queijo Serrano (LAGES, 2014) e também o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Queijos (BRASIL, 1996). Contudo o regulamento do queijo serrano será utilizado como verdadeira base para o do Kochkäse, e neste serão acrescentados, suprimidos ou complementados itens que lá constam, conforme o grupo considerar necessário. Nesse caso, o documento será adaptado para a realidade local de produção e comercialização do Kochkäse.

O RTIQ abrange várias áreas do saber que deverão ser compreendidas ao longo das reuniões, dos encontros, das palestras com professores e técnicos. Entre as principais áreas envolvidas para a elaboração do regulamento estão: microbiologia, físico-química, veterinária e implementação das boas práticas de fabricação (BPFs).

⁵ Informação disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/animal/dipoa/dipoa-sisbi>>. Acesso em: 16 set. 2015.



A microbiologia está presente em virtude da avaliação do produto quanto à contaminação por microrganismos. O estudo prevê os diferentes pontos de contaminação que o produto pode sofrer, desde a captação da água, leite recém-ordenhado, leite desnatado, queijo branco e produto final – o queijo cozido. As análises foram realizadas mediante dois projetos executados regionalmente com a Furb, as prefeituras dos municípios envolvidos e a Epagri, um deles com financiamento do IPHAN. Diversas outras análises no tocante ao produto ainda terão de ser feitas, por se tratar de queijo feito à base de leite cru, mas para isso será necessária aprovação de projetos para a sua execução.

A físico-química atua por meio de análises que proporcionam a caracterização do teor de umidade, da gordura total, da gordura saturada, do valor energético, dos carboidratos, das proteínas, das fibras e do sódio. Alguns testes preliminares com o queijo já foram efetuados, pois no regulamento técnico é preciso constar o teor de umidade e o teor de gordura total, para a caracterização correta do queijo.

Cita-se a área de veterinária por causa de ações de extensão que proporcionam a garantia de rebanhos sadios e boas práticas de ordenha, com monitoramento das principais doenças como tuberculose, brucelose, mastite clínica e subclínica. Órgãos e profissionais têm de executar esses testes nos animais envolvidos na região, para garantir a sanidade animal na localidade. As ações estão relacionadas ao cumprimento das exigências da Instrução Normativa n.º 30, de 7 de agosto de 2013 (BRASIL, 2013), que define no artigo 2.º:

A produção de queijos elaborados a partir de leite cru, com período de maturação inferior a 60 (sessenta) dias, fica restrita a queijaria situada em região de indicação geográfica registrada ou tradicionalmente reconhecida e em propriedade certificada como livre de tuberculose e brucelose, de acordo com o disposto no Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e Tuberculose Animal (PNCEBT), ou controladas para brucelose e tuberculose pelo Órgão Estadual de Defesa Sanitária Animal, no prazo de até três anos a partir da publicação desta Instrução Normativa, sem prejuízo das demais obrigações dispostas em legislação específica.

A implementação das BPFs, normatizadas pelo Mapa por intermédio da Portaria n.º 368, de 4 de setembro de 1997 (BRASIL, 1997), contempla: regulamentação das instalações, qualidade da água, higiene na obtenção da matéria-prima, higiene no processo de fabricação do queijo e sanidade animal. Trata-se de uma etapa bem delicada, uma vez que será indispensável todo o entendimento do agricultor/ produtor envolvido no processo. Algumas questões deverão ser levadas em conta: controle severo e constante da água utilizada, higiene controlada desde a ordenha, saúde animal, adequações da instalação onde o animal se encontra, higiene e controle rigoroso de todo o processo de obtenção do queijo, filtragem do leite, desnate, obtenção da coalhada, dessoragem, esfarelamento, fermentação, cozimento e armazenamento. Alguns parâmetros de controle precisam ser inseridos, como tempo e temperatura, para que se obtenha um queijo em condições adequadas de consumo.

Resultados e discussão

Os produtores que aceitaram participar do desafio de elaborar um RTIQ para o Kochkäse residem em sete municípios da região do Médio Vale do Itajaí: Blumenau,



Indaial, Gaspar, Pomerode, Timbó, Benedito Novo e Jaraguá do Sul. Dessas cidades, somente Benedito Novo e Jaraguá do Sul têm um representante, as demais contam com dois representantes cada.

Até o momento ocorreram dois encontros, em julho e agosto de 2015. A primeira reunião serviu para que todo o grupo se conhecesse, até mesmo as particularidades. Também se definiu o local dos encontros, que será em Pomerode. No segundo encontro repassou-se todo o regulamento já aprovado sobre o queijo serrano.

Percebeu-se, no grupo, que nem todos os produtores de Kochkäse são pecuaristas leiteiros, ou seja, possuem rebanho bovino leiteiro. Muitos compram o queijinho branco, produzido com leite pasteurizado ou cru, e fabricam Kochkäse nas suas residências, para posterior comercialização nas feiras. Há um número menor de produtores chamados de verticalizados, pois são de fato os colonos, possuem rebanho, ordenham leite diariamente, produzem queijinho branco, nata e Kochkäse. Entre estes, há um produtor, de Blumenau, que utiliza leite pasteurizado em toda a produção (nata, queijinho branco e Kochkäse).

De acordo com Kuhn (2014, p. 81),

atualmente a produção do *kochkäse* na Vila Itoupava é de baixa escala. Foram relacionados fatores importantes que contribuíram para que os colonos diminuíssem a produção. O resultado dessa queda refletiu negativamente na vida dos colonos e em toda a comunidade. O não pagamento pela Associação aos leiteiros foi um dos fatores de desestímulo, causando queda na criação do gado leiteiro, diminuindo assim a bacia leiteira da Vila Itoupava. Como consequência, houve redução na produção de seus derivados, entre eles o *kochkäse*. Outro fator relevante, derivado desta situação, seria a preferência dos jovens por atividades do meio urbano, deixando o trabalho rural. Desta forma, permanecem apenas os moradores mais antigos, resultando na falta de mão-de-obra, reduzindo a capacidade de produção colonial, entre elas, a produção do *kochkäse*. Normas da vigilância sanitária também ocasionam dificuldades. O controle gera tensão entre os colonos que temem multas e prisões. Logo, vivendo sob a égide da temeridade, a produção do *kochkäse* é realizada de forma sigilosa.

Verificou-se que alguns produtores utilizam bicarbonato de sódio na produção do Kochkäse de duas maneiras. Uma delas é diretamente no queijinho branco, com o objetivo de causar uma fermentação química e levar ao cozimento antecipadamente, sem que o queijinho branco passe por um processo fermentativo microbiológico. A outra forma é usar o bicarbonato após a etapa de fermentação microbiológica do queijinho branco, bem perto do fim do processo, para dar um ponto final ao queijo fermentado, antes de cozinhá-lo e transformá-lo em Kochkäse. Normalmente isso ocorre porque o queijinho branco não fermentou o suficiente (por causa da temperatura mais fria, por exemplo), então o produtor se vê obrigado a acrescentar bicarbonato de sódio nesse momento. Trata-se de um fator que vai requerer estudos de aceitabilidade, visto que há diferença acentuada no sabor e na consistência. O emprego de bicarbonato foi assunto pertinente nas discussões, pois há produtores que afirmam utilizá-lo e também técnicos que divergem quanto ao sabor. Conforme o relato de uma participante, que reside em Pomerode, o Kochkäse com bicarbonato tem a preferência dos consumidores nessa região.

A salga do queijo com cloreto de sódio é comum, porém há produtores que salgam no cozimento e os que salgam no início do processo fermentativo – o queijinho

branco. Também há adição de manteiga, óleo de soja e margarina no processo de cozimento.

Outra singularidade é o uso da alcarávia ou Kümmel, considerada apenas um condimento (figura 3). Alcarávia (*Carum carvi* L.) é uma planta herbácea da família das umbelíferas cujas sementes contêm óleo essencial. Origina-se da região compreendida entre o centro da Europa e a Ásia; tem-se conhecimento de seu uso pelos povos romanos. As folhas parecem com as da cenoura, suas flores são brancas, pequenas e estão em pequenas umbelas. Seus frutos são pequenos, parecidos com os da erva-doce. As sementes são picantes e levemente adocicadas e são muito apreciadas na culinária nórdica, que aromatiza queijos, pães e vários preparados salgados, como os Pretzels. É o tempero mais característico das culinárias alemã e austríaca, fundamental no preparo dos licores Wolfschmidt Kümmel, Mentzendorff Kümmel e Gilka Kümmel, da aguardente Aquavit (originária dos países escandinavos) e do queijo tipo Tilsit alemão⁶.

Figura 3 – Imagem da alcarávia ou Kümmel – (a) semente e (b) planta



(a)



(b)

Fonte: <http://www.culinariamundial.com.br/alcaravia.html>

Fonte: <http://www.plantasquecuram.com.br/ervas/>

Um dos itens constantes no RTIQ é a classificação do queijo. Embora poucas análises tenham sido realizadas, constatou-se que o Kochkäse é desnatado e de baixa umidade. Acredita-se que mais estudos sejam necessários, levando em conta os diferentes processos (produzido com leite cru, produzido com leite pasteurizado, produzido com bicarbonato de sódio, acrescentando manteiga ou óleo no cozimento etc.), para poder comprovar efetivamente a classificação do Kochkäse.

São muitos os aspectos a serem levados em conta no processo de valorização desse alimento tradicional. A elaboração do RTIQ não garantirá sua validação; trabalha-se em várias possibilidades com vistas a legalizar o regulamento. A normativa poderá ser municipal ou mediante aprovação pela Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola de Santa Catarina (Cidasc), a fim de permitir a comercialização para todo o estado de Santa Catarina.

Quanto à permissão para a utilização do leite cru estar condicionada a queijos com processo de maturação inferior a 60 dias, no Kochkäse não há processo de maturação e sim cozimento. Em avaliações preliminares, efetuadas pela Furb, ficou comprovada a redução da carga bacteriana, o que, em comparação aos queijos tradicionais, poderá ser visto como fator positivo em relação à exigência da Instrução Normativa n.º 30.

⁶ Informação disponível em: <<http://comidadocaco.blogspot.com.br/2009/08/kumel.html>>. Acesso em: 16 set. 2015.



No que se refere à IG, o grupo de trabalho entende que, sem dúvida, ela promoverá e beneficiará o produto Kochkäse. Todavia ainda não se tem uma boa clareza em relação aos conceitos que envolvem o registro de uma IG e ao requerimento de uma indicação de procedência (IP) ou denominação de origem (DO). Também haverá necessidade de ampliar a força de trabalho, pois se acredita que a área geográfica, que ainda precisa ser demarcada, com certeza será ampliada, haja vista o queijo ser produzido nas regiões do Vale do Itajaí e norte catarinense.

No que respeita ao registro do Kochkäse como bem cultural imaterial no IPHAN, considera-se que a primeira etapa, salvo algumas complementações, está concluída, que era a elaboração do Inventário Nacional de Referências Culturais: o Kochkäse como patrimônio cultural imaterial do Vale do Itajaí. As próximas etapas a serem executadas compreenderão o pedido de registro, mediante envio da documentação necessária.

Considerações finais

Espera-se que o RTIQ, com auxílio das análises físico-químicas e microbiológicas, forneça as informações necessárias para o registro do Kochkäse no órgão de defesa animal, que protagonizará o processo de legalização da comercialização.

Presume-se também que o RTIQ, por meio da rotulagem, oriente o consumidor quanto ao fato de a fabricação ser feita com leite cru ou pasteurizado, à adição ou não de bicarbonato de sódio, à adição de gordura e cloreto de sódio, por exemplo.

Conforme Córdova, Schlickmann e Pinto (2015), faz-se necessário aprofundar os estudos, organizar melhor a cadeia produtiva e buscar a padronização e a segurança alimentar para conquistar mercados mais exigentes. Tais objetivos somente serão conseguidos com a conjugação de esforços entre produtores e instituições parceiras, pertencentes aos campos da extensão, pesquisa e ensino.

Foi com base nesse pensamento dos autores citados que o grupo de trabalho aqui em questão se formou. Nele há técnicos da Epagri (extensão), profissionais da Furb (pesquisa) e os próprios produtores. Almeja-se concretizar o regulamento, porque o grupo tem se mostrado disposto a colaborar, com questionamentos e abordagens constantes.

Referências

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal. Instrução Normativa n.º 30, de 7 de agosto de 2013. Permite a produção de queijos artesanais elaborados a partir de leite cru. **Diário Oficial da União**, Brasília, 8 ago. 2013.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Portaria n.º 146, de 7 de março de 1996. Regulamento técnico de identidade e qualidade de queijos. **Diário Oficial da União**, Brasília, 7 mar. 1996.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Portaria n.º 368, de 4 de setembro de 1997. Regulamento técnico sobre as condições higiênico-sanitárias e de boas práticas de fabricação para estabelecimentos elaboradores/industrializadores de alimentos. **Diário Oficial da União**, Brasília, 4 set. 1997.



CÓRDOVA, U. A.; SCHLICKMANN, A. F. M. B. F.; PINTO, C. E. Contribuição do queijo artesanal serrano para o desenvolvimento regional e preservação dos campos de altitude do sul do Brasil. *In*: DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial**: reflexões sobre o tema e potencialidade no estado de Santa Catarina. São Paulo: LiberArs, 2015.

KUHN, N. L. **A produção do Kochkäse entre os agricultores de origem alemã da Vila Itoupava no município de Blumenau, SC**. 2014. 86 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional)–Universidade Regional de Blumenau, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Blumenau, 2014. Disponível em: <http://www.bc.furb.br/docs/DS/2014/358274_1_1.pdf>. Acesso em: 16 set. 2015.

LAGES. Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense – Cisama. Instrução normativa n.º 1, de 26 de maio de 2014. Regulamento técnico para fixação de identidade do queijo serrano. **Diário Oficial dos Municípios de Santa Catarina**, Lages, 26 maio 2014.

Site consultado

<<http://comidadocaco.blogspot.com.br/2009/08/kumel.html>>



AVALIAÇÃO MICROBIOLÓGICA DO PROCESSO DE COZIMENTO DO QUEIJO KOCHKÄSE COM VISTAS A CONTRIBUIR COM A PRERROGATIVA DE INOCUIDADE DA INSTRUÇÃO NORMATIVA N.º 30 DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA¹

Marian Natalie Meisen²

Karla Andréa Drews³

Nelita Fabiana Moratelli⁴

Resumo: Kochkäse é um queijo típico da região do norte e Vale do Itajaí, em Santa Catarina, trazido pelos imigrantes alemães que colonizaram a região a partir do século XIX. A própria palavra traz implícito o seu modo de fazer – *Käse* significa queijo, e *koch* quer dizer cozido, última etapa de seu processo de produção. Tradicionalmente, o queijo é feito com leite cru; a pasteurização é algo recente e ocorre em algumas agroindústrias de Blumenau. Trata-se de um dos motivos pelos quais a sua comercialização ainda não está regulamentada. Em 2013, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento publicou a Instrução Normativa n.º 30, que permite a comercialização de queijos feitos com leite cru, contudo há algumas condicionantes no documento; uma delas estabelece que há a necessidade de estudos técnico-científicos que comprovem a inocuidade do queijo em questão. Com o objetivo de prover subsídios que auxiliem na comprovação da inocuidade do queijo e colaborar no processo de indicação geográfica, acompanhou-se o cozimento do queijo em três produtores e verificou-se a contaminação do queijo antes do cozimento e do queijo Kochkäse por aeróbios mesófilos e bolores e leveduras, entre outros aspectos. Os resultados mostraram uma elevada contagem no queijo fermentado e considerável redução da carga bacteriana no Kochkäse. Acredita-se que a padronização do processo de cozimento do Kochkäse possa favorecer a inocuidade do produto, controlando-se a temperatura e o tempo de permanência da temperatura elevada durante o cozimento.

Palavras-chave: Kochkäse; inocuidade; indicação geográfica.

Introdução

A vinda de famílias imigrantes para o Vale do Itajaí, em 1850, originárias da região central e setentrional da Alemanha, trouxe diversos costumes culturais e comportamentais que continuam a ser praticados nos dias atuais, especialmente no que diz respeito à alimentação (SILVA, 2007). Segundo Prado Júnior (1986), a forma como

¹ Órgão financiador: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

² Bióloga, mestre em Engenharia Ambiental. *E-mail:* marian@furb.br.

³ Engenheira de alimentos. *E-mail:* karladrews@blumenau.sc.gov.br.

⁴ Engenheira agrônoma e pedagoga. *E-mail:* fabiana@epagri.sc.gov.br.



ocorreu o processo de colonização da região justifica, em boa parte, a manutenção das tradições e dos costumes alemães. A imigração alemã teve uma organização singular, pois a propriedade fundiária foi muito subdividida e a população era etnicamente homogênea.

A produção artesanal de queijos, bem como de outros produtos da colônia, surgiu como uma alternativa para pequenos produtores conservarem um alimento natural – o leite –, assim funcionando como instrumento de preservação e de abastecimento das populações humanas e como forma de agregar valor à produção de leite e de aumento de renda (LUCAS *et al.*, 2012). Rezende (2004) define queijo artesanal como “aquele fabricado por produtores individuais, utilizando o leite de sua propriedade e de vizinhos, seguindo técnicas seculares de produção”.

Para a produção de alimentos tradicionais, ingredientes da agricultura local normalmente são utilizados sem processamento prévio, o que contribui para a sustentabilidade ambiental e geração de renda para a população local. No caso dos queijos, a exigência da pasteurização prévia do leite para a fabricação de produtos com menos de 60 dias de maturação confronta-se com a tradição secular do queijo produzido com leite cru, já que os produtores argumentam que a ausência dos chamados fermentos naturais altera o sabor “original” do produto (REZENDE *et al.*, 2010).

Como forma de ajustar e regular a produção de queijos artesanais, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), por meio da Instrução Normativa n.º 30/2013, reconhece o queijo artesanal elaborado com leite cru e com tempo de maturação inferior a 60 dias como um produto passível de comercialização desde que estudos técnico-científicos comprovem que a redução do período de maturação não compromete a qualidade e a inocuidade do produto, que o leite seja proveniente de animais livres de tuberculose e brucelose e com controle de mamite e que sejam queijos produzidos em queijarias situadas em regiões de indicação geográfica (IG) registrada ou tradicionalmente reconhecida (MAPA, 2013).

Fatores ambientais do Vale do Itajaí e arredores, que propiciaram a existência de pastagens naturais para a criação de animais e o desenvolvimento de microrganismos específicos que se multiplicam nesse microclima, juntamente com o saber fazer ligado aos aspectos socioculturais, favoreceram a produção de derivados de leite na região e a produção de queijos diferenciados, entre eles o Kochkäse.

Basicamente, o Kochkäse é feito pelo processo de fermentação de um produto lácteo oriundo de um procedimento de coagulação natural, denominado de queijinho branco, o qual é drenado em sacos de tela têxtil, triturado manualmente e salgado. A terminação do processo dá-se com a cocção do queijinho branco fermentado, formando um produto de coloração amarelo-escuro e de consistência branda. A etapa de fermentação ocorre mantendo-se o queijinho em repouso em temperatura ambiente, coberto com tecido de algodão branco e limpo, por um período que varia de dois a sete dias, dependendo das condições climáticas.

A figura 1 apresenta um diagrama de blocos com as etapas consideradas básicas na produção do Kochkäse, entretanto o modo de fazer pode variar entre os diferentes produtores da região. A salga do queijo pode ser feita antes do processo de maturação ou no momento da cocção. A figura 2 mostra o queijo sendo embalado para a comercialização.



Figura 1 – Fluxograma básico de produção do Kochkäse



* etapa opcional, variando conforme cada produtor
Fonte: Primária

Figura 2 – Queijo Kochkäse sendo embalado para comercialização



Fonte: Primária

O Kochkäse não possui padrões legais de identidade e qualidade, podendo ser produzido com leite cru ou pasteurizado. Todavia, para muitos consumidores do produto, o queijo considerado tradicional é aquele feito com leite cru; muitas vezes há rejeição de produtos elaborados com leite pasteurizado.

Uma característica marcante do Vale do Itajaí é o desenvolvimento e a presença, ainda hoje, de pequenas agroindústrias familiares que comercializam legalmente os produtos “típicos” da região. Estes são provenientes dos saberes femininos relacionados à culinária tradicional trazida e adaptada para a região pelas primeiras mulheres



imigrantes. Entre os produtos comercializados estão a famosa cuca, os pães caseiros e o leite pasteurizado. Mas essa não é a situação de todos os produtores de Kochkäse; alguns fazem a venda de forma clandestina, já que não atendem às normas estabelecidas pelos órgãos de fiscalização.

Com o objetivo de verificar a inocuidade do produto a fim de colaborar no processo que permitirá, futuramente, o selo de IG, acompanhou-se o processo de cozimento do queijo, durante o qual se avaliou o nível de contaminação microbiológica por alguns microrganismos.

Metodologia

Três produtores foram selecionados para que o processo de cozimento do Kochkäse fosse examinado: um de Benedito Novo e dois de Blumenau (SC). A pesquisa ocorreu entre junho de 2013 e fevereiro de 2014. Foram registrados:

- quantidade de queijo fermentado a ser cozido;
- temperatura de cozimento em pelo menos dois momentos durante o cozimento (figura 3) com a introdução de um termômetro de vidro na massa;
- tempo total de cozimento;
- temperatura final de cozimento com a introdução de um termômetro de vidro no queijo cozido.

Figura 3 – Registro da temperatura durante o cozimento



Fonte: Primária

As amostras coletadas consistiam em:

- queijo fermentado antes do cozimento. Com o auxílio de uma colher estéril, coletaram-se cerca de 50 g de amostra em um frasco de coleta;
- queijo cozido após diferentes tempos de cocção (figura 4), cuja quantidade variou em função da quantidade de queijo fermentado processado. Com o auxílio de uma colher estéril, recolheram-se cerca de 50 g de amostra em um frasco de coleta;
- Kochkäse. Com o auxílio de uma colher estéril, coletaram-se cerca de 50 g de amostra em um frasco de coleta, ou a amostra foi coletada em frasco fornecido pelo produtor (figura 5).



Figura 4 – Coleta de queijo durante o processo de cozimento



Fonte: Primária

Figura 5 – Coleta de Kochkäse em frasco fornecido pelo produtor



Fonte: Primária

As análises foram realizadas no Laboratório de Ensaio de Microbiologia do Departamento de Engenharia Química da Universidade Regional de Blumenau (Furb). Fez-se a contagem de aeróbios mesófilos e de bolores e leveduras. A técnica empregada seguiu a recomendação estabelecida pelo *Compendium of methods for the microbiological examination of foods*, da American Public Health Association (APHA), de 2001 (DOWNES; ITO, 2001). No total, efetuaram-se 15 ensaios para cada tipo de bactéria citada.



Resultados e discussão

Dos três produtores que participaram da pesquisa, todos produzem o queijo para comercialização e o fazem com leite cru. Dois possuem um pequeno rebanho – entre quatro e seis animais. Uma propriedade tem um rebanho considerável, com cerca de 20 animais, e toda a família sobrevive com os produtos derivados do leite; além do Kochkäse, eles comercializam nata e queijinho branco.

As informações obtidas no acompanhamento do processo de cozimento da propriedade A, de Benedito Novo, estão expostas na tabela 1. Durante o processo de cozimento foram processados 5,425 kg de queijo fermentado, o que gerou 4,650 kg de Kochkäse, ou seja, houve decréscimo de 15%. O produtor salga a massa durante o processo de cozimento e utiliza margarina para untar a panela.

Tabela 1 – Apresentação dos dados do processo de cozimento e resultado dos ensaios microbiológicos do produtor A, de Benedito Novo

	T0 Queijo maturado	T1 10 min 57°C	T2 13 min 67°C	T3 15 min 75°C	Kochkäse 18 min 85°C
Aeróbios mesófilos UFC/g	7,4x10 ⁸	5,0x10 ²	0	0	0
Bolores e leveduras UFC/g	4,1x10 ⁸	6,0x10 ²	3,0x10 ²	0	0

Pelas informações contidas na tabela 1, observa-se que a contaminação inicial de aeróbios mesófilos e bolores e leveduras foi elevada, na ordem de 10⁸ UFC/g, e que, após 10 minutos, a temperatura de cozimento atingiu 57°C, já reduzindo a carga da contaminação em seis ciclos logarítmicos. Após 18 minutos do início do processo de cozimento e com o Kochkäse pronto, chegou-se à temperatura de 85°C, com ausência desses microrganismos.

No produtor B, de Blumenau, acompanhou-se o processo de cozimento de cerca de 1,310 kg de queijo maturado, que gerou 1,200 kg de Kochkäse. O produtor utiliza manteiga e azeite no início do processo de cozimento. As informações referentes ao acompanhamento encontram-se na tabela 2.

Tabela 2 – Apresentação dos dados do processo de cozimento e resultado dos ensaios microbiológicos do produtor B, de Blumenau

	T0 Queijo maturado	T1 4 min 50°C	T2 7 min 68°C	Kochkäse 9 min 76°C
Aeróbios mesófilos UFC/g	2,7x10 ⁹	6,0x10 ⁶	0	0
Bolores e leveduras UFC/g	9,0x10 ⁸	4,5x10 ⁵	3,0x10 ²	0



Conforme exposto na tabela 2, o processo de cozimento durou cerca de 9 minutos e atingiu a temperatura final de 76°C. A carga de contaminação inicial de aeróbios mesófilos e bolores e leveduras é bem próxima à da propriedade anterior, e o resultado foi o mesmo. Porém o produtor B salga o queijo antes do processo de fermentação e acrescenta leite durante o cozimento; antes do T2 houve o acréscimo de 100 g de leite desnatado e com 8 minutos do início do cozimento se adicionaram mais 50 g de leite desnatado. Isso explica o fato de o processo de cozimento ter sofrido perda de cerca de 8% da massa inicial. Após o término do cozimento, o produtor bate a massa por algum tempo.

O produtor C, também de Blumenau, teve o acompanhamento e o registro de dois processos de cozimento no mesmo dia, porém com algumas variáveis. No primeiro processo, que durou 6 minutos, foram cozidos 1,035 kg de queijo fermentado, o que resultou em 845 g de Kochkäse, uma perda de cerca de 18%. A tabela 3 apresenta os dados desse processo.

Tabela 3 – Apresentação dos dados do primeiro processo de cozimento e resultado dos ensaios microbiológicos do produtor C, de Blumenau

	T0 Queijo maturado	T1 4 min 74°C	Kochkäse 6 min 80°C
Aeróbios mesófilos UFC/g	1,5x10 ⁸	4,0x10	0
Bolores e leveduras UFC/g	1,2x10 ⁸	0	0

Durante o segundo processo, que durou 7 minutos, foram cozidos 1,105 kg de queijo fermentado, gerando 935 g de Kochkäse, uma perda de cerca de 15%. Os dados estão expostos na tabela 4.

Tabela 4 – Apresentação dos dados do segundo processo de cozimento e resultado dos ensaios microbiológicos do produtor C, de Blumenau

	T0 Queijo maturado	T1 5 min 54°C	Kochkäse 7 min 75°C
Aeróbios mesófilos UFC/g	1,0x10 ⁸	1,3x10 ⁶	2,1x10 ⁴
Bolores e leveduras UFC/g	1,1x10 ⁸	1,3x10 ⁴	3,0x10 ²

A carga bacteriana e de bolores e leveduras inicial dos dois processos era, praticamente, a mesma. A diferenciação entre ambos os processos está no fato de o primeiro ter sido feito em fogo alto, e o segundo, em fogo baixo. Por esse motivo,



o segundo processo atingiu somente 75°C, e com o queijo pronto ainda havia carga de contaminação do produto. Essa contaminação pode ter ocorrido por conta de a temperatura (75°C) não ter sido mantida por tempo suficiente para a mortandade total dos microrganismos.

A contagem de aeróbios mesófilos em placas é o método mais usado como indicador geral de populações bacterianas em alimentos, contudo, por não diferenciar tipos de bactérias, serve para obter informações gerais sobre a qualidade de produtos, práticas de manufatura, matérias-primas utilizadas, condições de processamento, manipulação e vida de prateleira (SILVA *et al.*, 2010).

Mesmo com a restrição mencionada quanto à contagem de aeróbios mesófilos, o acompanhamento do processo de cozimento com análises desses microrganismos comprovou que esse é um ponto que precisa ser controlado, porque a manutenção de altas populações bacterianas no produto final poderá ocasionar uma rápida deterioração do produto e, conseqüentemente, uma baixa vida de prateleira, de modo que o produto perderá suas características.

A alta contagem bacteriana e de bolores e leveduras era esperada no queijo fermentado, haja vista o processo de coagulação do leite ser natural e o processo fermentativo ser conduzido por microrganismos, todavia os tipos particulares de microrganismos, com gênero e espécie, que participam do processo fermentativo, transformando o queijo branco em um queijo fermentado, ainda precisam ser minuciosamente levantados e estudados para elucidar como ocorre a modificação. Esse tipo de pesquisa poderá colaborar, por exemplo, na justificativa de um pedido de registro por denominação de origem, por meio da comprovação de que fatores locais provocam as características únicas do produto, não sendo reproduzíveis em outras regiões.

Considerações finais

Pelos processos acompanhados, conclui-se que o cozimento é um ponto crítico de controle e que a temperatura de cozimento do Kochkäse pode atingir até 80°C sem a descaracterização do queijo. A padronização desse ponto no processo de produção do Kochkäse pode favorecer a inocuidade do produto, controlando-se a temperatura e o tempo de permanência desta durante o cozimento.

Vale salientar, contudo, que outros tipos de microrganismos precisam ser avaliados, como coliformes termotolerantes, *Salmonella* e *Listeria*. Há ainda os capazes de produzir enterotoxinas (como estafilococos) e esporulados, que conseguem sobreviver a temperaturas elevadas e causam danos à saúde humana, como intoxicação alimentar. Investigações mais aprimoradas devem ser realizadas no acompanhamento do cozimento para delimitar a temperatura ideal a ser atingida e o tempo de permanência do cozimento em tal temperatura.

Como os estudos do processo de cozimento foram feitos em apenas três localidades e somente se acompanharam quatro processos, não é possível afirmar se as perdas apresentadas após o queijo ter sido cozido são consideráveis ou se estão dentro da normalidade do processo. Para tanto, mais pesquisas teriam de ser conduzidas, a fim de verificar o processo de cozimento.

Ressalta-se que as panelas utilizadas são de alumínio, e nelas ficam restos do processo de cozimento que não podem ser comercializados. Panelas antiaderentes poderiam ser parte da solução do problema.



Referências

DOWNES, F. P.; ITO, K. **Compendium of methods for the microbiological examination of foods**. 4. ed. Washington: American Public Health Association, 2001.

LUCAS, S. D. M. *et al.* Padrão de identidade e qualidade de queijos colonial e prato, comercializados na cidade de Medianeira – PR. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 67, n. 386, p. 38-44, 2012.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal. Instrução Normativa n.º 30, de 7 de agosto de 2013. Permite a produção de queijos artesanais elaborados a partir de leite cru. **Diário Oficial da União**, Brasília, 8 ago. 2013.

PRADO JÚNIOR, C. **História econômica do Brasil**. 34. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

REZENDE, D. C. de. **Estratégia de coordenação e qualidade na cadeia dos queijos finos**. 2004. 181 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade)– Instituto Veblen de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

REZENDE, P. H. L. *et al.* Aspectos sanitários do queijo minas artesanal comercializado em feiras livres. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 65, n. 377, p. 36-42, 2010.

SILVA, M. C. G. O impacto da imigração europeia sobre a produção de alimento e a culinária do médio Vale do Itajaí. *In*: LIMA FILHO, M. F.; BELTRÃO, J. F.; ECKERT, C. **Antropologia e patrimônio cultural: diálogos e desafios contemporâneos**. Blumenau: Nova Letra, 2007.

SILVA, N. *et al.* **Manual de métodos de análise microbiológica de alimentos**. 4. ed. São Paulo: Livraria Varela, 2010.



CONTRIBUIÇÕES E DESAFIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA O DESENVOLVIMENTO RURAL NO BRASIL

Valdinho Pellin¹
Leonardo Furtado da Silva²

Resumo: A busca por alternativas que impulsionem o desenvolvimento rural tem sido alvo de discussões nos últimos anos. O objetivo é alcançar um desenvolvimento eficaz alicerçado num tripé que envolva crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental e cultural. Nesse contexto, as indicações geográficas (IGs) podem ser entendidas como estratégias de desenvolvimento rural a partir do momento que possibilitam agregar valor a produtos ou serviços com características próprias relacionadas ao território onde estão inseridos. Podem representar também valorização das tradições locais associada ao fortalecimento de uma identidade cultural própria. Metodologicamente o trabalho ancora-se em pesquisa bibliográfica de caráter descritivo e busca identificar e analisar na literatura a relação entre IGs e desenvolvimento rural, apontando as principais contribuições e desafios. Concluiu-se que as IGs podem contribuir para o fortalecimento do desenvolvimento rural, principalmente aumentando a renda dos produtores, gerando emprego, mantendo e fortalecendo tradições e modos de produção locais. Os principais desafios a serem superados relacionam-se à estruturação de arranjos institucionais que articulem de maneira eficiente os atores envolvidos, ao alto custo financeiro para reconhecer e manter uma IG e ao perigo da mercantilização dos processos produtivos, que coloca em risco a tipicidade dos produtos ligados a sua origem.

Palavras-chave: indicação geográfica; desenvolvimento rural; multifuncionalidade da agricultura.

Introdução

A busca por alternativas que impulsionem o desenvolvimento rural tem sido alvo de discussões nos últimos anos. O objetivo é alcançar um desenvolvimento eficaz alicerçado num tripé que envolva crescimento econômico, justiça social e preservação ambiental e cultural. Nas discussões do desenvolvimento em espaços rurais ganha especial destaque a importância da multifuncionalidade da agricultura, especialmente por meio do desenvolvimento de atividades não rurais em espaços rurais, como o turismo, ou atividades rurais que utilizam sistemas de produção baseados em princípios sustentáveis, como agroecologia, produção orgânica ou comércio justo.

¹ Graduado em Economia. Mestre e doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Regional de Blumenau (Furb). *E-mail:* prof.pellin@tpa.com.br.

² Graduado em Turismo. Mestre e doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Furb. *E-mail:* leonardo.ppgdr@gmail.com.



Nesse contexto, as indicações geográficas (IGs) podem ser entendidas como estratégias de desenvolvimento rural a partir do momento em que possibilitam agregar valor a produtos ou serviços com características próprias relacionadas ao território onde estão inseridos. Podem também representar valorização das tradições locais associada ao fortalecimento de uma identidade cultural própria. Todavia o reconhecimento do produto ou serviço com IG não garante benefícios automáticos para o produto, os produtores e o território.

Este artigo tem como objetivo instigar uma discussão em relação às contribuições e aos desafios das IGs para o desenvolvimento rural no Brasil. Metodologicamente o trabalho ancora-se em pesquisa bibliográfica de caráter descritivo realizada com base em literatura nacional que discorre sobre o tema.

Estruturalmente o artigo divide-se em quatro partes. Primeiro faz-se uma breve caracterização em relação ao desenvolvimento rural no Brasil. Na sequência serão destacadas contribuições das IGs para o desenvolvimento rural. Em seguida são apresentados os principais desafios das IGs, e na sequência estão as considerações finais.

Desenvolvimento rural no Brasil

O espaço rural brasileiro tem se caracterizado ao longo dos tempos como reflexo dos estágios econômicos do capitalismo em países periféricos. Nos primórdios da história do Brasil o meio rural definia-se pelos grandes engenhos de café e canaviais, bem como pela política escravocrata predominante até o fim do século XIX. Posteriormente ainda houve uma forte predominância da cultura da cana, do café e da pecuária extensiva (primeira metade do século XX).

Com o aumento da industrialização no capitalismo moderno, anos após a guerra, na segunda metade do século passado, assim como em outras regiões do planeta, aconteceu um processo de migração de pessoas do meio rural para o espaço urbano no Brasil, desencadeando uma urbanização sem planejamento. O que ocorreu a partir daí foi um processo de esvaziamento do espaço rural e inchaço nos grandes centros urbanos, ocasionando graves problemas sociais na cidade, como violência e desemprego; no campo houve um êxodo rural acentuado.

No espaço rural, com esse processo, deu-se uma descaracterização da agricultura familiar, a qual teve maior solidez no sul do Brasil, sobretudo até meados dos anos 1980. Com o avanço do agronegócio nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul, o agricultor familiar viu seu modelo de produção sucumbir diante do capital e da mecanização dos processos produtivos das multinacionais do agronegócio. Veiga (2001, p. 103) lembra:

A economia familiar costuma ser muito diversificada. E o mesmo dilema entre diversificação e especialização, que tanto marcou a evolução industrial, também se manifesta no âmbito territorial. Nos dois casos, a maior eficiência no uso dos recursos resulta da exploração inteligente do trio formado pelas economias de escala, pelas economias de escopo e pelos custos de transação.

A diversificação da atividade rural das famílias inseridas em tal contexto deve ser argumento importante para construir alternativas para a manutenção do agricultor familiar no campo, com sustentabilidade financeira para suas culturas. Em virtude



do avanço do agronegócio, é preciso encontrar alternativas de renda e agregação de valor à atividade rural, a fim de que essas famílias tenham condições de viver (e não apenas sobreviver) de suas atividades tradicionais.

A identificação das oportunidades que o aspecto cultural é capaz de trazer também para a viabilização do agricultor familiar pode ser uma nova opção para a atividade rural no Brasil. A temática do presente artigo remete à perspectiva de desenvolver novas oportunidades para o agricultor e para a atividade agrícola como um todo, a exemplo do que ocorre na União Europeia, com a possibilidade de inserção no dia a dia do meio rural de atividades econômicas que possuem origem nos aspectos socioculturais dos territórios de inserção das famílias que estão no campo.

Naturalmente a história de cada localidade pode propiciar empregabilidade e renda no meio rural, como é o caso da gastronomia e enologia. O surgimento de empreendimentos com base na exploração da culinária típica de uma localidade contribui bastante na renda das famílias em um primeiro momento e, por consequência, na arrecadação de imposto nos municípios, com o surgimento de pequenos negócios familiares.

Na mesma direção, empreendimentos e propriedades ligados à cultura da uva e do vinho estimulam a gastronomia e a enologia e contribuem para a manutenção das famílias no meio rural, com negócios mais sólidos, de modo a propiciar alternativa real para os agricultores familiares. Independentemente da região de exploração dessas culturas e atividades econômicas, todas possuem um fator importante retratado na culinária e enologia: a cultura autóctone, vital para que esse tipo de proposta de renda e atividade econômica tenha êxito.

O estado de Santa Catarina possui uma diversidade cultural muito interessante para a exploração de tais propostas representada pela colonização europeia, sobretudo italiana, alemã e açoriana. A cultura da produção artesanal de uva, vinho, queijo, cerveja ou embutidos pode abrir importantes precedentes para a viabilização das famílias no meio rural, melhorando sua condição de vida e incluindo-as na sociedade em seu espaço característico: o da agricultura familiar sustentável.

Contribuições das indicações geográficas para o desenvolvimento rural

Indicações geográficas representam um instrumento de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados a uma identidade territorial. Utilizadas pelos produtores como instrumento de agregação de valor e acesso a mercados e reputadas pelos consumidores como mecanismo de garantia de qualidade, as IGs também são consideradas potenciais instrumentos de desenvolvimento territorial, posto que possibilitam exploração de ativos intangíveis de difícil transposição para outros territórios, constituindo vantagem competitiva em mercados cada vez mais marcados pela homogeneização de produtos e sistemas produtivos (NIEDERLE, 2009; DULLIUS, 2009).

Embora se trate de instituto relativamente novo no Brasil, é amplamente utilizado na União Europeia sob o nome de indicações geográficas protegidas (IGPs) e denominações de origem protegidas (DOPs), contemplando produtos agroalimentares que podem ser oriundos de transformação agroindustrial ou produtos *in natura* (SILVA *et al.*, 2012). Estima-se que o valor gerado pela venda de produtos com IGP e DOP na União Europeia, em 2010, representou aproximadamente 54,3 bilhões de euros.



Do total, os produtos com maior destaque são vinhos (56%), produtos agrícolas e gêneros alimentícios (29%) e bebidas espirituosas (15%). Ainda em relação às vendas, 60% desses produtos são comercializados no próprio país de produção, 20% em outros países da União Europeia e 20% em países fora da União Europeia. Outro dado importante refere-se à agregação de valor aos produtos com IGP e DOP. De acordo com o relatório do Fundo Europeu, estima-se que tais produtos são comercializados, em média, por um valor 2,33 vezes maior que produtos similares sem IGP nem DOP (CHEVER *et al.*, 2012).

A cada dia, produtos típicos consolidam-se como importantes ativos para o desenvolvimento, particularmente nas zonas rurais. Esse tema constitui o objeto de uma literatura emergente, que se concentra na interface entre uso de marcas coletivas, denominações de origem e desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo (LORENZINI; CALZATI; GIUDICI, 2011).

Portanto, produtos típicos, notadamente os reconhecidos com IG, estimulam atividades complementares que tendem a surgir após reconhecimento de produtos tradicionais. Na grande maioria dos casos, o reconhecimento de um produto ou serviço com IG estabelece relações com segmentos que não têm ligação direta com o produto reconhecido. Tal consequência pode fortalecer a comercialização de outros produtos ou serviços do território, gerando emprego e renda local. É o que Pecqueur (2001) denomina de “cesta de bens e serviços do território”. Uma das atividades que mais se beneficiam do reconhecimento de produtos com IG, tanto na União Europeia quanto no Brasil, é a turística.

Um exemplo emblemático no Brasil é o Vale dos Vinhedos. Após a conquista da IG, a região demarcada estruturou propostas de roteiros pelas vinícolas (roteiro enológico, gastronômico e cultural), o que aumentou significativamente o fluxo de turistas e complementou a renda dos produtores, principalmente das pequenas vinícolas. O exemplo pretende ser seguido pelos pequenos produtores rurais dos Vales da Uva Goethe, da região de Urussanga (SC), que também estão iniciando um trabalho voltado ao desenvolvimento da atividade turística paralelamente à atividade da produção do vinho (PELLIN; VIEIRA, 2015).

Desafios das indicações geográficas para o desenvolvimento rural

De modo geral o reconhecimento de produtos e serviços por meio das IGs representa tanto ameaça quanto oportunidade ao desenvolvimento territorial sustentável, promovendo exclusão ou integração social de atores. O seu resultado depende principalmente do modo de governança local, bem como da mobilização de recursos territoriais, em que a associação assume o papel principal (VELLOSO, 2008). A maneira como o arranjo institucional é construído em torno da discussão para o reconhecimento de uma IG pode excluir atores mais do que incluir. Isso às vezes acontece quando o arranjo estruturado é formado por empreendimentos com níveis de produção e estrutura muito diferentes. Nesse caso, interesses econômicos dos maiores empreendimentos podem se impor aos menores, assim como os processos de tomada de decisão.

Isso é verificado em casos amplamente consolidados. Flores (2007 *apud* NIEDERLE, 2009) destaca que, mesmo na experiência do Vale dos Vinhedos, plenamente estabelecida, alguns conflitos ocorrem. A individualização das vinícolas familiares decorrente da preponderância do interesse econômico estaria desestabilizando relações



de confiança historicamente instituídas, inibindo a constituição de uma dinâmica de desenvolvimento territorial.

Reforçando tal ponto de vista, Sacco dos Anjos e Caldas (2010) lembram que as dificuldades por que passa o Vale dos Vinhedos estão relacionadas à necessidade de conciliar interesses públicos e privados do setor com as bases de uma estratégia de desenvolvimento territorial sustentável. Outra dificuldade é o excessivo protagonismo das grandes vinícolas, por causa da sua influência política e econômica no âmbito local e regional.

Além disso, em virtude das dinâmicas de mercado, IGs, em alguns casos, podem estar sendo readequadas para catalisar inovações técnicas e organizacionais que colocam em risco a tipicidade dos produtos ligados à sua origem (NIEDERLE, 2011). Trata-se do perigo da mercantilização nos processos de produção.

Niederle (2011) destaca um exemplo de influência que produtos reconhecidos com IG sofrem do mercado. O autor comparou algumas regiões vitivinícolas do Brasil e da França. Segundo ele, IGs têm sido readequadas para catalisar inovações técnicas e organizacionais que colocam em risco os modos de produção tradicionais. Um exemplo seriam os vinhedos de Beaujolais, na França. Esses vinhedos possuem cepagem única e rara para os vinhos tintos: o *gamay noir à jus blanc*³. A uva é colhida à mão, para preservar os grãos maduros intactos até a cubagem. A produção desse tipo de uva requer uma grande quantidade de mão de obra e um rigoroso controle dos solos, o que representa altíssimos custos de produção em relação aos outros vinhedos franceses e estrangeiros. Para tentar baixar os custos, incentivaram-se modificações nas práticas de cultivo, a fim de tornar a produção mais competitiva. Uma alteração que está sendo implantada e ainda gera polêmica é a colheita mecanizada, que, para alguns produtores, influencia no sabor do vinho.

No Brasil também existem exemplos de modificações nos sistemas de produção. A produção vitivinícola nacional começou seguindo o sistema de condução latada (ou pérgola), o mesmo utilizado na Itália pelos agricultores imigrantes que colonizaram as principais regiões do Rio Grande do Sul. No entanto, quando foram introduzidas outras cultivares viníferas, o método demonstrou ser pouco viável e foi substituído por novos modos de condução, o que provocou uma redefinição das paisagens (NIEDERLE, 2011).

Portanto, é possível verificar que, ao mesmo tempo em que as IGs destacam o vínculo do vinho com o *terroir* e o patrimônio local, incitam transformações mais ou menos radicais dos métodos de viticultura e vinificação, das relações de produção e da própria paisagem. Não raro, mudanças sugeridas pelos projetos, sob pressão de um mercado cada vez mais competitivo, ameaçam a tipicidade do produto ligado à sua origem. Em resposta à mudança do consumo mundial de vinhos, a proliferação de normas e regras de produção pode vir associada à padronização dos processos produtivos e homogeneização do produto (NIEDERLE, 2011).

Por fim, questões de ordem técnica e mesmo relacionadas à legislação também constituem entraves para a consolidação de IGs. Quanto a essa discussão, uma das contribuições mais significativas na literatura é oferecida por Silva *et al.* (2012). Os autores apontam pelo menos quatro questões que podem obstaculizar a institucionalização das IGs no país: certificação da produção, articulação entre atores públicos e privados, recursos financeiros e legislação das IGs. Os autores traçam um paralelo entre critérios utilizados no Brasil e na União Europeia para concessão das IGs, destacando diferenças mais significativas:

³ Trata-se de uma uva tinta muito comum na França.



a) Sistema de certificação da produção: refere-se ao estrito cumprimento do estabelecido no caderno de normas ou regulamento de uso. Enquanto na União Europeia entidades governamentais têm papel fundamental no processo, até mesmo certificando as próprias certificadoras privadas, no Brasil há pelo menos três maneiras de os produtores controlarem sua produção na IG: controle interno, controle externo e autocontrole. É necessário, portanto, consolidar um sistema de certificação que valorize, concretamente, a produção agroalimentar com qualidade diferenciada;

b) Dificuldades de articulação entre diferentes atores públicos e privados: torna-se imprescindível superar dificuldades de entendimento e de articulação entre diferentes ministérios e organismos nas discussões relacionadas às IGs, a fim de clarificar o papel de órgãos como Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (Sebrae), universidades, ONGs, entre outros, para evitar posições conflitantes que dificultem e retardem as discussões. Em alguns momentos os posicionamentos podem ser incompatíveis e incapazes de construir uma aliança entre os distintos atores envolvidos;

c) Recursos financeiros para obtenção e manutenção de IG: novamente não está clara a atribuição correspondente aos distintos órgãos envolvidos, cujas posições podem ser muitas vezes conflitantes. Na União Europeia, por exemplo, cerca de 50% das despesas dos Conselhos Reguladores referentes à promoção e divulgação de seus produtos são subvencionadas pela própria União Europeia. Além disso, os produtores europeus contam com o apoio direto ou indireto de programas de desenvolvimento territorial (como o Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale – Leader) e da própria Política Agrária Comunitária (PAC);

d) Legislação brasileira que regulamenta as IGs: refere-se ao fato de a legislação brasileira conceder indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO) enquanto etapas distintas de um processo de qualificação, quando na verdade representam, ao menos juridicamente, instrumentos diferenciados de proteção de bens imateriais. Na prática a IP tem sido vista como uma forma de proteção mais flexível que a DO. Ocorre que, em algumas situações, os produtores podem requerer uma IP e adiante uma DO. Nesse caso, se a IP for mantida, pode ser vista pelos consumidores mais exigentes como uma figura de proteção aderida a um produto de qualidade inferior à de outro produto com DO.

Como observado, os desafios não são poucos. Em grande parte, o que determinará o sucesso ou o fracasso de um projeto de IG é a maneira como os atores se organizam em torno do projeto. Nas experiências de IGs reconhecidas no Brasil, o ponto nevrálgico parece ser a construção de um eficiente arranjo institucional em torno da experiência e o surgimento de processos de governança verdadeiramente representativos.

Considerações finais

A IG é um instituto relativamente novo no Brasil, mas que possui grande potencial de crescimento, sobretudo em relação a produtos agroalimentares. Surgiu para indicar origem de produtos e, com isso, protegê-los de falsificações. Entretanto, com o passar dos tempos, verificou-se que as IGs poderiam oferecer importantes contribuições para produtos, produtores e território, principalmente na dimensão econômica. Com a disseminação desse instituto, identificaram-se importantes desafios a serem superados ou amenizados, para não colocar em risco a vitalidade das experiências.

No tocante às contribuições das IGs para o desenvolvimento rural, é preciso considerar que as principais se concentram na dimensão econômica: agregação de valor



ao produto, acesso a mercados, aumento na produção e estímulo ao desenvolvimento de atividades complementares, notadamente atividades turísticas. A relação entre regiões demarcadas com IG e turismo é muito bem observada na vitivinicultura; um exemplo clássico no país é o Vale dos Vinhedos. No entanto contribuições em outras dimensões também são vistas. Na dimensão social pode ocorrer um incentivo ao capital social da região, a partir do momento em que produtores precisam organizar-se coletivamente para solicitar reconhecimento do produto, construir regulamento de uso, estabelecer critérios de controle de produção, comercialização etc. Na dimensão cultural incentiva-se a preservação do conhecimento material e imaterial, por meio da tipicidade de seus processos de produção. Finalmente, na dimensão ambiental é possível estimular a proteção à biodiversidade da região, valorizando o patrimônio biológico e/ou genético.

Entretanto os desafios das IGs para o desenvolvimento rural não são poucos. Faz-se necessário desmistificar a ideia de que reconhecimento de produto com IG gera resultados positivos automaticamente. Processos de reconhecimento de produtos com IG são geralmente burocráticos, dispendiosos financeiramente e demorados. Após o reconhecimento do produto, outros desafios tendem a surgir. É preciso organizar a produção e inserir o produto no mercado, mediante estratégias de *marketing* eficientes. Por fim há o perigo da mercantilização dos processos produtivos, que pode colocar em risco a tipicidade dos produtos.

Entende-se que IGs constituem estratégias de desenvolvimento importantes para o fortalecimento de espaços rurais, mas não há garantias de que isso efetivamente aconteça. Devem-se considerar especificidades do produto, mercado, sistema de produção, capital social da região, entre outros fatores, nesse contexto de discussão.

Referências

CHEVER, T. *et al.* **Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)**. European Commission. 2012. Disponível em <http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm>. Acesso em: 7 ago. 2014.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul**. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural)–Universidade de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

LORENZINI, E.; CALZATI, V.; GIUDICI, P. Territorial brands for tourism development: a statistical analysis on the Marche region. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 2, p. 540-560, abr. 2011.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais...**

NIEDERLE, P. A. Indicações geográficas, inovação e tipicidade: uma “dessingularização” dos *terroirs* vitivinícolas? In: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DO MERCOSUL, 9., 2011, Curitiba. **Anais...**



PECQUEUR, B. Qualité e développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Economie Rurale**, Paris, n. 261, 2001.

PELLIN, V.; VIEIRA, A. C. P. Contributions of geographical indications for territorial strengthening in rural space: a case study in Southern Brazil. **Espacios**, Caracas, v. 36, n. 8, 2015.

SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N. V. Indicações geográficas, desarrollo e identidad territorial: el caso de Vale dos Vinhedos en el sur de Brasil. **Agricultura Familiar en España**, v. 1, p. 207-214, 2010.

SILVA, F. N. *et al.* Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. **Revista Desenvolvimento Regional em Debate**, ano 2, n. 2, nov. 2012.

VEIGA, E. O Brasil rural ainda não encontrou seu eixo de desenvolvimento. **Estudos Avançados**, p. 101-119, 2001.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga – SC)**. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.



PRODUTOS DO TERRITÓRIO E DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE COM BASE EM EXPERIÊNCIAS PORTUGUESAS¹

Valdinho Pellin²

Resumo: O processo de globalização tem provocado mudanças no mundo dos negócios, tanto no modo de organização das empresas quanto no comportamento dos consumidores. Uma das mudanças é o crescente interesse dos consumidores por produtos tradicionais ou “diferenciados” e por movimentos que incentivam consumo saudável, como *slow food* e comércio justo. Dessas discussões emerge a importância dos produtos com denominação de origem protegida (DOP), que, em muitos casos, podem fortalecer o desenvolvimento do território, constituindo um diferencial competitivo. Além das vantagens econômicas, o reconhecimento pode representar valorização das tradições locais associada ao fortalecimento de uma identidade cultural própria. Em concreto, este artigo pretende discutir a importância dos produtos tradicionais para o desenvolvimento, sustentando a hipótese de que oferecem vantagens territoriais importantes que precisam ser consideradas e estimuladas. Metodologicamente, parte de uma pesquisa bibliográfica de caráter descritivo e analisa duas experiências de DOP portuguesas – Vinho do Porto e Queijo Serra da Estrela –, a fim de identificar nesses exemplos contribuições para o desenvolvimento territorial. Com base na análise das experiências, afirma-se que as DOPs oferecem contribuições importantes para o desenvolvimento, sobretudo na dimensão econômica, com destaque para agregação de valor ao produto, acesso a novos mercados e fortalecimento de atividades turísticas.

Palavras-chave: desenvolvimento territorial; denominação de origem protegida; multifuncionalidade da agricultura.

Introdução

Nos últimos anos discussões voltadas ao fortalecimento do desenvolvimento e suas respectivas estratégias têm incorporado um novo elemento: o território, que considera atores locais como parte integrante dos processos de desenvolvimento e pressupõe que tais processos não podem ser replicados ou transferidos de um território para outro.

¹ O artigo é inspirado em reflexões do autor durante o estágio de doutorado sanduíche realizado em 2014 na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, em Braga, Portugal, sob a orientação do professor doutor J. Cadima Ribeiro. O autor agradece à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que, por meio do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), processo n.º 99999.011716/2013-04, concedeu bolsa de estudos para realizar pesquisas em Portugal, e à Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho (Uminho), por ter oferecido estrutura física e acadêmica ao pesquisador durante período de realização do estágio de doutorado sanduíche.

² Graduado em Economia. Mestre e doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Furb (Furb). Pesquisador do Núcleo de Políticas Públicas da Furb. Bolsista Capes. E-mail: prof.pellin@tpa.com.br.



De certa forma essas discussões são estimuladas pelo processo de globalização, o qual vem provocando mudanças no mundo dos negócios, tanto no modo de organização das empresas quanto no comportamento dos consumidores. Para Pecqueur (2005), esse processo suscita particularmente duas questões importantes que precisam ser consideradas: por um lado, está ocorrendo a extensão do fenômeno da padronização, e, por outro, estimula-se a busca por novos produtos, com características específicas e difíceis de serem reproduzidas.

Em relação à segunda questão, é possível identificar movimentos importantes que caminham nessa direção e estão se consolidando, como *slow food* (em contraposição ao *fast food*), expansão das vendas de produtos que incorporam os princípios do comércio justo ou mesmo a disseminação do conceito de *slow city*, que estimula a gastronomia tradicional local.

Nesse contexto, emergem discussões relacionadas às contribuições e aos desafios que produtos tradicionais podem trazer ao desenvolvimento territorial, sobretudo em espaços rurais fragilizados economicamente. Em concreto, este artigo pretende discutir as questões aqui postas à luz de duas experiências consolidadas de denominação de origem protegida (DOP) portuguesas: Vinho do Porto e Queijo Serra da Estrela. Com tal fim, sustenta-se a hipótese de que esses produtos podem oferecer vantagens territoriais importantes que precisam ser estimuladas quando se discutem processos de desenvolvimento territorial.

Metodologicamente, o artigo parte de uma pesquisa bibliográfica de caráter descritivo. De acordo com Gil (2010), a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado, e sua principal vantagem reside no fato de permitir ao investigador cobertura de gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que pesquisar diretamente.

Desenvolvimento territorial e multifuncionalidade da agricultura

O conceito de desenvolvimento territorial rompe com uma tradição mais antiga de estudos sobre o desenvolvimento regional e não dispõe ainda de um arcabouço doutrinário ou de teorias já estabilizadas. Território não se define por sua escala, e sim pelo modo de organização e pela maneira segundo a qual atores constitutivos dos territórios conseguem coordenar suas ações (JEAN, 2010). Designa todo processo de mobilização dos atores que leve a elaboração de estratégia de adaptação aos limites externos, na base de uma identificação coletiva com uma cultura (PECQUEUR, 2005).

Schneider (2004, p. 99) compreende território como “um espaço de ação em que transcorrem as relações sociais, econômicas, políticas e institucionais. Esse espaço é construído a partir da ação entre os indivíduos e o ambiente ou contexto objetivo em que estão inseridos”. O autor o percebe como dinâmico, em constante transformação e mudança. O dinamismo configura-se tanto pelos atores internos e suas inter-relações como pela relação com fatores externos. Resultado de uma construção social e coletiva, o território é considerado o espaço apropriado por determinado grupo que compartilha valores culturais, e ele se torna foco do desenvolvimento, não sendo apenas o espaço físico, mas também ator desse processo.

Parafrazeando Carrière e Cazella (2006), territórios são realidades em movimento nas quais imperam as relações sociais. A noção de território designa aqui resultado da confrontação dos espaços individuais dos atores nas suas dimensões econômicas, socioculturais e ambientais.



Particularmente nos espaços rurais emerge a importância de sua multifuncionalidade. Ou seja, além das produções tradicionais, agricultores têm a oportunidade de inovar e investir no desenvolvimento de novas atividades que possuem relação direta com o meio rural, como agroecologia, produção de pequenas frutas e piscicultura, ou relação indireta, como o turismo. Jean (2010, p. 69) destaca que “a noção de multifuncionalidade dos territórios rurais, ou da agricultura, está se tornando um conceito muito popular e que faz surgir, com novas roupagens, uma antiga realidade do mundo rural, ou seja, as diferentes funções que ele exerce”.

Portanto, entende-se que nos territórios rurais existem ativos e processos específicos cuja valorização supõe uma ação coordenada: é o caso tanto do aproveitamento de amenidades naturais e do patrimônio histórico como da colocação em mercados dinâmicos dos produtos, dos conhecimentos produtivos tradicionais, das habilidades artísticas, culinárias e da própria tradição folclórica de determinada população (ABRAMOVAY, 2006).

Nessa dinâmica, buscar estratégias voltadas à identificação de possíveis vantagens competitivas do território torna-se importante. Freitas Santos e Cadima Ribeiro (2012) afirmam que, em uma economia cada vez mais global e competitiva, nem todos os territórios possuem recursos e capacidade necessários à competição com outros territórios cujas estruturas apresentam condições mais competitivas. Em qualquer país há territórios mais dotados de recursos e competências do que outros. Desse modo, é importante perceber e identificar recursos e capacidades que territórios dispõem para que possam gerar mais-valias no mercado. Depois, capacidades empreendedoras dos agentes locais devem ser mobilizadas para transformar essas capacidades em diferencial competitivo.

Isso se dá por meio não do empreendedorismo individualista, economicista ou de iniciativas associativas pouco consistentes, mas por políticas públicas. Entende-se que regiões e lugares, com suas especificidades e potencialidades, podem encontrar formas de transformação de suas realidades, em busca de melhoria da qualidade de vida, por intermédio dos processos globais (CALDAS, 2003).

Denominações de origem protegidas como estratégia de desenvolvimento

As DOPs, comuns na União Europeia e ainda pouco reconhecidas no Brasil, podem ser entendidas como possibilidade de agregação de valor a produtos ou serviços que têm características próprias relacionadas ao território em que estão inseridos. Essa agregação de valor representa um incremento na renda dos produtores envolvidos, seja por meio do aumento no preço dos produtos oferecidos, aumento do volume de vendas ou conquista de novos mercados. Representa também valorização das tradições locais associada ao fortalecimento de uma identidade cultural própria.

Trata-se, portanto, de um instrumento de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à identidade territorial. Utilizadas pelos produtores como instrumento de agregação de valor e acesso a mercados e reputadas pelos consumidores como mecanismo de garantia de qualidade, as indicações geográficas (IGs) também são consideradas potenciais instrumentos de desenvolvimento territorial, posto que possibilitam exploração de ativos intangíveis de difícil transposição para outros territórios, constituindo vantagem competitiva em mercados cada vez mais marcados pela diferenciação de produtos (NIEDERLE, 2009; DULLIUS, 2009).



Além disso, estimulam atividades complementares que podem surgir após reconhecimento de produtos tradicionais. Na grande maioria dos casos, DOPs estabelecem relações com segmentos que não têm relação direta com o produto reconhecido. Tal consequência fortalece a comercialização de outros produtos ou serviços do território, gerando emprego e renda local. É o que Pecqueur (2001) denomina de “cesta de bens e serviços do território”. Um exemplo são as atividades voltadas ao turismo³. Lorenzini, Calzati e Giudici (2011) reforçam as afirmações lembrando que produtos típicos são tidos como importantes ativos para o desenvolvimento, particularmente nas zonas rurais. O tema constitui o objeto de uma literatura emergente, que se concentra na interface entre uso de marcas coletivas, denominações de origem e desenvolvimento de atividades relacionadas ao turismo⁴.

Na União Europeia, as DOPs contemplam principalmente produtos agroalimentares oriundos de transformação agroindustrial ou *in natura* (SILVA *et al.*, 2012). Estima-se que o valor gerado pela venda de produtos com indicação geográfica protegida (IGP) e DOP⁵ na União Europeia, em 2010, representou aproximadamente 54,3 bilhões de euros. Desse total, os produtos com maior destaque são vinhos (56%), produtos agrícolas e gêneros alimentícios (29%) e bebidas espirituosas (15%). Ainda em relação às vendas, Chever *et al.* (2012) informam que aproximadamente 60% desses produtos são comercializados no próprio país de produção, 20% em outros países da União Europeia e 20% comercializados em países fora da União Europeia. Outro dado importante refere-se à agregação de valor aos produtos com IGP e DOP. De acordo com o relatório do Fundo Europeu, estima-se que esses produtos são comercializados, em média, por um valor 2,33⁶ vezes maior que produtos similares sem IG e DOP (CHEVER *et al.*, 2012).

Em Portugal, as DOPs contemplam uma variedade considerável de produtos. São 169 DOPs reconhecidas, com destaque para os vinhos (52), a salsicharia (30), os queijos e os produtos à base de leite (15) e os frutos frescos (13). A distribuição regional dessas DOPs beneficia, com raras exceções, regiões menos desenvolvidas da parte continental de Portugal. Reflete, portanto, oportunidades de produção com DOP em municípios localizados em zonas desfavoráveis do país (FREITAS SANTOS; CADIMA RIBEIRO, 2012).

Os produtos reconhecidos desempenham um papel econômico importante para o país, sobretudo os vinhos. Conforme Chever *et al.* (2012), Portugal é o sexto país da União

³ Um bom exemplo pode ser observado no sul do Brasil. Após o reconhecimento da IG, o Vale dos Vinhedos (RS) estruturou propostas de roteiros pelas vinícolas (roteiro enológico, gastronômico e cultural), aumentando significativamente o fluxo de turistas na região e complementando a renda dos produtores, principalmente das pequenas vinícolas.

⁴ A vitivinicultura parece ser um campo fértil para a incorporação de bens e serviços relacionados à atividade turística. Valduga (2012) lembra que as regiões vinícolas da Califórnia recebem, anualmente, cerca de 4,5 milhões de turistas. São o segundo maior destino turístico da Califórnia, ficando somente atrás da Disneylândia. A cidade de Mendoza, na Argentina, recebeu 1,5 milhão de pessoas em 2004. Na França, existem várias regiões vinícolas que oferecem distintas opções ao turista, que vão desde visitas a vinhedos e cantinas até tratamentos de saúde, conhecidos como vinoterapia. Na região da Alsácia, na França, 23% do vinho é comercializado diretamente com os turistas. Na Borgonha, esse índice é de 12%.

⁵ Para um produto levar a DOP, todas as fases de produção devem realizar-se dentro de uma zona delimitada, e as características do produto dependem, exclusiva ou essencialmente, de sua origem geográfica. No caso da IGP, ao menos uma das fases da produção tem de ser feita numa determinada zona ou território, e o vínculo deve estar justificado pelo fato de estar relacionado a uma qualidade específica, reputação ou outra característica do produto (SILVA *et al.*, 2012).

⁶ No tocante a tal questão, é importante lembrar que isso não significa que a margem de lucro desses produtores seja 2,33 vezes maior. Muitas vezes, os produtos com IGP e DOP têm custos adicionais de produção em relação a produtos similares, por necessitarem cumprir normas estabelecidas em seus cadernos de especificações.



Europeia em valor de vendas gerado pelos produtos com IGP e DOP. A posição de destaque resulta do excelente desempenho dos vinhos portugueses (que representam cerca de 82% do total do valor de vendas), sobretudo do vinho do Porto. Nesse setor observam-se dois segmentos diferentes: por um lado, os vinhos licorosos com grande volume de produção e alto valor agregado; por outro, o surgimento no mercado de outras variedades de vinhos com IGPs e DOPs ainda em desenvolvimento mas que sinalizam para um aumento nas quantidades e nos valores de vendas em um futuro próximo.

Caracterização e análise das experiências pesquisadas

DOP Vinho do Porto (Região do Douro – Portugal)

A vitivinicultura é um dos setores mais dinâmicos da agricultura portuguesa e um dos que se adaptaram melhor à concorrência comunitária na União Europeia. O país é o quinto maior produtor de vinho e um dos maiores consumidores do produto. Depois da integração comunitária, Portugal caminhou para uma política de qualidade na produção de vinho e na reorganização institucional do setor, criando novas denominações de origem e apoiando a produção de vinhos de qualidade (SIMÕES, 2008).

O vinho do Porto é produzido na Região Demarcada do Douro (RDD), que abrange aproximadamente 250 mil hectares, dos quais mais de 45 mil são cultivados por vinhas, o que representa 18,2% da área total da região. A RDD divide-se em três sub-regiões: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior, onde existem 38.980 proprietários de vinhas (RODRIGUES, 2012).

Quanto à produção do vinho, Sequeira e Diniz (2010) destacam que a organização produtiva envolve viticultores, em sua grande maioria pequenos proprietários de terras, empresas privadas e cooperativas de uvas. Esses produtores podem elaborar o vinho ou vender as uvas para a produção do vinho pelas empresas privadas e cooperativas. Na tentativa de organizar o processo produtivo, que muitas vezes pode tornar-se conflituoso, criou-se o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP).

No contexto dos produtos portugueses de origem protegida, o vinho surge como exemplo de um produto regional que conseguiu impor-se pela sua inovação (produtiva e técnica) e por um elevado grau de profissionalização da gestão. Entre os vinhos produzidos em Portugal, o vinho do Porto⁷ é o mais reconhecido nos mercados internacionais (FREITAS SANTOS; CADIMA RIBEIRO, 2012).

Esse produto representa uma média de 60% das exportações de vinhos portugueses, cerca de 20% do total das exportações de produtos agroalimentares e um pouco menos de 2% do total das exportações do país. É, sem dúvida, o mais importante da história econômica portuguesa nos últimos três séculos (OLIVEIRA, 2010).

O reconhecimento da DOP do vinho do Porto tornou a região conhecida internacionalmente e influenciou de modo positivo o desenvolvimento do turismo. A criação da Rota do Vinho do Porto, em 1996, constituiu um verdadeiro instrumento de promoção do desenvolvimento rural. A rota permitiu aos turistas hospedarem-se em pequenas pousadas no interior, provarem a culinária regional, adquirirem produtos tradicionais, entre outras atividades, proporcionando um contato direto que vai desde o pequeno viticultor até o grande produtor de vinhos da região (OLIVEIRA, 2010).

⁷ Em Portugal as DOPs existentes contemplam uma ampla variedade de produtos, com forte concentração nos vinhos. A distribuição regional dessas DOPs beneficia, com raras exceções, os distritos menos desenvolvidos da Portugal continental (FREITAS SANTOS; CADIMA RIBEIRO, 2012).



DOP Queijo Serra da Estrela (Região da Serra da Estrela – Portugal)

O queijo Serra da Estrela com DOP é produzido nos municípios de Celorico da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia, Seia, Manteigas, Penalva do Castelo, Mangualde, Nelas, Carregal do Sal, Oliveira do Hospital e em algumas áreas dos municípios de Aguiar da Beira, Trancoso, Guarda, Covilhã, Tondela, Viseu, Arganil e Tábua. Nas áreas rurais desses espaços impera o declínio da atividade rural e, como consequência, há êxodo rural acentuado. A densidade populacional na região é significativamente inferior à média nacional e continua a decrescer (70,9 hab./km² na região, enquanto a média em Portugal é de 107,8 hab./km²) (DINIS, 1999). Entre as atividades praticadas na região, a ovinocultura de leite é sem dúvida a mais relevante e está intimamente relacionada com a zona demarcada do queijo Serra da Estrela (ALBERTO, 2001).

Mesmo antes da demarcação da área de produção e da conquista da DOP, o queijo já era produzido na Serra da Estrela e apresentava uma forte reputação perante os consumidores. O queijo era designado genericamente como “queijo da Serra” e estava ligado a uma região com delimitação ainda pouco definida e a uma receita com formas de produção variáveis. Com o objetivo de promover o reconhecimento do queijo produzido na região em todos os países da União Europeia, a Cooperativa de Produtores de Queijo Serra da Estrela (Estrelacoop) encaminhou a solicitação de registro de DOP para o produto e atualmente é o organismo responsável pela gestão da denominação (DINIS, 1999).

A produção do queijo acontece, de modo geral, em unidades familiares que mantêm o saber fazer ancestral. Na grande maioria, são queijarias tradicionais onde trabalha a família, e o número de queijos/dia raramente ultrapassa oito unidades. Majoritariamente o queijo é produzido no distrito da Guarda.

O produto é comercializado principalmente em feiras, no comércio local ou a vendedores que se deslocam à queijaria. O aumento na produção de queijo fica limitado pelo próprio sistema de produção, ou seja, as ovelhas das raças mondegueira e bordadeira (únicas permitidas no caderno de especificações) são pouco produtivas. No entanto, paralelamente às queijarias artesanais, convive também o setor agroindustrial com pequenas unidades (ALBERTO, 2001).

Quanto aos benefícios econômicos, destacam-se os relacionados a pequenas empresas. Cadima Ribeiro e Freitas Santos⁸ (2008) realizaram uma importante análise de duas pequenas empresas que produzem e comercializam queijo Serra da Estrela. Em seus trabalhos se observa que a DOP do produto possibilitou vantagens importantes para as empresas pesquisadas, sobretudo em relação à agregação de valor ao produto e ao acesso a novos mercados. As empresas conquistaram novos nichos de mercado interno ao inserirem seus produtos em redes de super e hipermercados que atuam em todo o país, como as redes Carrefour e El Corte Inglés. Além disso, as duas empresas passaram a exportar seus produtos. O aumento considerável na produção de uma das empresas estimulou o estabelecimento de relações de parceria com pequenos produtores rurais da região protegida, a fim de adquirir o leite produzido por estes para utilizar na fabricação do queijo. Essa mesma empresa também optou por diversificar seus negócios investindo no turismo rural, o que aumentou sua renda. A construção de uma pousada próximo à unidade de produção possibilitou que os turistas acompanhem todo o processo produtivo da empresa.

⁸ Os autores realizam um estudo de caso nas empresas Queijos Matias e Casa dos Queijos. Na Queijos Matias, uma empresa familiar, a produção de queijo é uma tradição familiar que remonta a mais de dois séculos. A Casa dos Queijos especializou-se na produção e comercialização de produtos tradicionais e artesanais de alta qualidade.



Contribuições das experiências para o desenvolvimento territorial

O quadro a seguir procura sintetizar as principais contribuições das experiências para o desenvolvimento territorial.

Quadro 1 – Principais contribuições das DOPs para o desenvolvimento do território

Experiência	Contribuições para o território
Vinho do Porto	Participação significativa do vinho nas exportações do país. Divulgação internacional da região como produtora de vinhos de qualidade. Aumento no fluxo de turistas na região (criação da Rota do Vinho do Porto). Agregação de valor ao produto.
Queijo Serra da Estrela	Acesso a novos mercados (internos e externos) pelas empresas formais. Aumento na produção. Construção de parcerias entre empresas e pequenos produtores rurais. Agregação de valor ao produto.

Fonte: Síntese elaborada pelo autor com base em pesquisa bibliográfica

As duas experiências examinadas possuem especificidades importantes que precisam ser consideradas.

O vinho do Porto provém da região demarcada mais antiga do mundo. Seu arranjo produtivo inclui número significativo de atores e uma organização atuante e organizada, o IVDP, que promove o controle da qualidade e da quantidade produzida do produto, regulamenta a produção e defende sua DOP. O reconhecimento agregou valor ao produto e provocou considerável expansão dos mercados, principalmente externos. Outra importante contribuição refere-se ao fortalecimento de atividades relacionadas ao turismo, gerando empregos diretos e indiretos.

A experiência do queijo Serra da Estrela demonstra que, para empresas formais e familiares, o reconhecimento do produto com DOP oferece oportunidade de agregar valor, aumentar a produção e conquistar novos mercados, sobretudo no exterior.

Considerações finais

O processo de globalização acaba estimulando ainda mais a competitividade entre empresas e mesmo entre regiões, tornando o mercado excludente, sobretudo para organizações que têm dificuldades em inovar ou para regiões fragilizadas economicamente. Por outro lado, também pode oferecer oportunidade para produção de bens e serviços diferenciados, de modo a fortalecer o papel do território nesse processo.

O contexto das experiências de DOPs portuguesas parece constituir bom exemplo para entender como produtos que apresentam forte ligação com o território podem impulsionar o desenvolvimento desses locais, muitas vezes enfraquecidos economicamente e esquecidos, muito embora seja importante lembrar que o reconhecimento de produtos de determinada região não garante, por si só, o desenvolvimento da localidade. Especificidades dos produtos, cadeia produtiva e atores



inseridos no processo precisam ser considerados. Os benefícios podem ser o mais variados possível ou mesmo nem existir.

Não por acaso, contribuições mais significativas das DOPs são vistas na vitivinicultura. Trata-se de um setor geralmente mais bem estruturado, mais dinâmico economicamente e com apoio governamental. Todavia outros setores também parecem despertar para o aproveitamento das potencialidades que o reconhecimento de produtos tradicionais oferece ao desenvolvimento territorial.

As duas experiências analisadas, ainda que de produtos, mercado e níveis de desenvolvimento diferentes, comprovam as vantagens que produtos reconhecidos com DOP fornecem ao produto, aos produtores e ao território, sobretudo na dimensão econômica, representada pela agregação de valor aos produtos, acesso a novos mercados e fortalecimento de atividades complementares, notadamente a turística.

Referências

ABRAMOVAY, R. Para una teoría de los estudios territoriales. *In*: MANZANAL, M.; NIEMAN, G. (Orgs.). **Desarrollo rural: organizaciones, instituciones y territorios**. Buenos Aires: CICCUS, 2006. p. 51-70.

ALBERTO, D. M. F. O sector agro-alimentar na zona da Serra da Estrela. *In*: CONGRESSO DE ESTUDOS RURAIS, 1., 2001, Vila Real. **Anais...**

CADIMA RIBEIRO, J.; FREITAS SANTOS, J. Region-based business strategies: a Portuguese case study. **EuroMed Journal of Business**, v. 3, n. 3, p. 294-311, 2008.

CALDAS, A. dos S. As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano V, n. 8, jul. 2003.

CARRIÈRE, J.-P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. **Eisforia**, Florianópolis, v. 4, p. 23-47, dez. 2006.

CHEVER, T. *et al.* **Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatised wines and spirits protected by a geographical indication (GI)**. European Commission, 2012. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/value-gi_en.htm>. Acesso em: 7 ago. 2014.

DINIS, I. **Denominação de origem e desenvolvimento rural: o caso do Queijo da Serra da Estrela**. Lisboa: Departamento de Economia e Sociologia Rural do Instituto Superior de Agronomia, 1999.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul**. 2009. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural da Universidade de Santa Maria)–Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

FREITAS SANTOS, J.; CADIMA RIBEIRO, J. Estratégias empresariais de base territorial: o caso Symington e a produção de vinho do Porto. **Revista Desenvolvimento Regional em Debate**, ano 2, n. 1, jul. 2012.



GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JEAN, B. Do desenvolvimento regional ao desenvolvimento territorial sustentável: rumo a um desenvolvimento territorial solidário para um bom desenvolvimento dos territórios rurais. *In*: VIEIRA, P. F. *et al.* **Desenvolvimento territorial sustentável no Brasil: subsídios para uma política de fomento**. Florianópolis: Aped / Secco, 2010.

LORENZINI, E.; CALZATI, V.; GIUDICI, P. Territorial brands for tourism development: a statistical analysis on the Marche region. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 2, p. 540-560, abr. 2011.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. *In*: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais...**

OLIVEIRA, J. M. L. B. de. **Denominação de origem e indicações geográficas: protecção e impacto sócio-económico**. Monografia (Pós-Graduação em Economia e Gestão de Propriedade Industrial)–Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa, 2010.

PECQUEUR, B. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do sul. **Raízes**, Campina Grande, v. 24, n. 1/2, p. 10-22, jan./dez. 2005.

_____. Qualité e développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Economie Rurale**, Paris, n. 261, 2001.

RODRIGUES, R. de F. M. **Internacionalização do vinho do Porto: estudo de caso do grupo Sogevinus**. 2012. Dissertação (Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização)–Instituto Superior de Contabilidade, Universidade do Porto, Porto, 2012.

SCHNEIDER, S. A abordagem territorial do desenvolvimento rural. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 11, p. 88-125, jan. 2004.

SEQUEIRA, T.; DINIZ, F. Desenvolvimento e território: o caso do cluster do Vinho do Porto. **Estudos Regionais**, n. 25/26, p. 95-106, 2010.

SILVA, F. N. *et al.* Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. **Revista Desenvolvimento Regional em Debate**, ano 2, n. 2, nov. 2012.

SIMÕES, O. Enoturismo em Portugal: as rotas de vinho. **Pasos**, San Cristóbal de La Laguna, v. 6, n. 2, abr. 2008.

VALDUGA, V. O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). **Revista Cultura**, ano 6, n. 2, jun. 2012.



AGROECOLOGIA, PATRIMÔNIO CULTURAL E NOVAS RELAÇÕES DE GÊNERO: UM OLHAR SOBRE A ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES AGROECOLÓGICOS SEMENTE DO FUTURO – ATALANTA (SC)

Adilson Tadeu Basquerote Silva¹
Gláucia de Oliveira Assis²

Resumo: A dinâmica do desenvolvimento capitalista vem determinando transformações nas condições de reprodução de capital, da força de trabalho e na forma de produzir da agricultura familiar, tornando-a um espaço social cada vez mais complexo. Nesse cenário, a agricultura familiar de base agroecológica vem sendo considerada, entre outros aspectos, uma alternativa de geração de renda, de fixação das populações no campo, de ampliação das relações sociais, de promoção de equidade de gênero e de manutenção do patrimônio cultural à medida que melhora as condições de vida e de trabalho de seus envolvidos, promove novas relações sociais e de gênero e permite o uso de técnicas tradicionais de cultivo. É em tal contexto que o trabalho objetiva analisar nas trajetórias das famílias agricultoras da Associação de Produtores Agroecológicos Semente do Futuro (APASF), do município de Atalanta (SC), como a agroecologia proporcionou geração de renda e ampliou as relações sociais, promoveu equidade de gênero e preservação do patrimônio cultural por meio das atividades desenvolvidas. Para tal, foi feita uma pesquisa qualitativa com base na coleta de dados por meio de observação participante e entrevistas não estruturadas realizadas com homens e mulheres membros da associação. Os dados indicam a agroecologia no âmbito da APASF como uma fonte segura de renda e que, por intermédio desta, novas relações sociais e de gênero foram estabelecidas. Também possibilitou a preservação do patrimônio cultural dos envolvidos ao fomentar o resgate e o uso de técnicas de cultivo e de transformação de produtos praticadas por seus antepassados.

Palavras-chave: agroecologia; patrimônio cultural; gênero; renda.

Introdução

Historicamente a agricultura familiar representa uma fonte de renda para milhares de agricultores/as que no trato da terra buscam o sustento para a família. O debate sobre esse sistema produtivo no âmbito acadêmico e político legitimou-se a partir da década de 1960. De lá para cá as pequenas propriedades vêm passando por significativas mudanças de natureza demográfica, econômica, social e cultural. Percebem-se, entre outros aspectos, envelhecimento da população rural, desinteresse

¹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). *E-mail:* abasquerote@yahoo.com.br.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc). *E-mail:* galssis@gmail.com.



das populações envolvidas em permanecer no campo, especialmente os mais jovens, além de uma atuação cada vez maior das mulheres em todas as etapas da produção, comercialização e gestão do excedente.

O processo de modernização da agricultura brasileira objetivou transformar a agricultura de insumos tradicionais em agricultura de insumos modernos. Esse processo, em geral, não considerou a organização, a capacidade e os limites dos ecossistemas locais, a forma de organização e os conhecimentos tradicionais das populações envolvidas, no entanto a agricultura familiar resiste buscando formas de manter as relações de produção e a sucessão geracional e produzir excedente mínimo para a subsistência de seus membros.

O termo agricultura familiar, apesar de controverso, ganhou legitimidade a partir dos anos 1990 mediante um processo que envolve questões políticas e acadêmicas. Conforme indica Schneider (2003), no campo político o termo emerge como categoria utilizada pelos movimentos sociais no campo vinculados ao sindicalismo rural, ligado à Central Única dos Trabalhadores (CUT) e à Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (Contag). Segundo o autor, tais organizações se valem do termo para defender seus interesses ante a constituição do Mercado Comum do Sul (Mercosul). Ao longo da década de 90, o termo passou a agrupar um amplo leque de movimentos que reivindicavam políticas de preços e crédito diferenciados para os agricultores familiares. Posteriormente, o termo passou a ser legitimado pelo Estado ao ser incorporado legal e institucionalmente com a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), em 1996, no qual foram criadas políticas de crédito específicas para o setor.

No cenário acadêmico, estudos de Veiga (1991), Abramovay (1992) e Lamarche (1993; 1998) conferem essa forma social de agricultura e dão visibilidade a ela. De acordo com Schneider (2003), os estudos citados revelaram que a agricultura familiar correspondia a uma forma de organização social legitimada e reconhecida em grande parte dos países desenvolvidos, onde o trabalho da família assume importância decisiva na estrutura agrária.

A agricultura familiar é a principal responsável pela produção de alimentos de subsistência, preservação do meio ambiente e manutenção das relações sociais no campo (SPANVELLO, 2008). Nesse sentido, Costabeber e Caporal (2003) defendem a ideia de que ela é, ao mesmo tempo, unidade de produção, de consumo e de reprodução e, portanto, funciona mediante uma lógica de produção combinada de valores de uso e de mercadorias, objetivando sua reprodução. Com sentido similar, Abramovay *et al.* (1998) consideram existir três atributos importantes na agricultura familiar: gestão, propriedade e trabalho familiar. Na sua definição, “a agricultura familiar é aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho é proveniente [*sic*] de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento” (ABRAMOVAY *et al.*, 1998, p. 146). Família, trabalho e gestão também são considerados essenciais por Lamarche *et al.* (1993, p. 15), quando afirmam que “a exploração familiar corresponde a uma unidade de produção agrícola onde propriedade e trabalho estão intimamente ligados à família”.

De maneira análoga, Wanderley (2001, p. 25) aprofunda que a agricultura familiar é “aquela em que a família, ao mesmo tempo que é proprietária dos meios de produção (produzindo para seu consumo e para o mercado), assume o trabalho no estabelecimento produtivo”. Para a autora, a conjugação dessas duas características, ou seja, o fato de uma estrutura produtiva associar família-produção-trabalho, tem consequência fundamental na forma como ela age econômica e socialmente.

Por suas características históricas, o território catarinense abrange inúmeros agricultores/as familiares. Desde o processo de colonização, a base da produção



agrícola catarinense foi pautada na pequena propriedade familiar. Mesmo com o intenso processo de migração do campo para a cidade, o estado permaneceu com uma população dedicada à agricultura, vivendo próxima a pequenas cidades, numa relação rural-urbana, como destacado por Wanderley (2011), Veiga (2004), entre outros.

Segundo o Censo Agropecuário realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015) em 2006, das 193.668 propriedades agrícolas do estado, 168 mil foram classificadas como estabelecimentos de caráter familiar, somando 87% do total. Portanto, Santa Catarina aparece como destaque no percentual total de agricultores/as familiares em relação a outros estados. Ressalta-se que os 87% de estabelecimentos detêm apenas 44% da área do estado e produzem o equivalente a 67% do valor bruto de produção dos estabelecimentos agropecuários do estado. No que tange à estrutura fundiária, predominam estabelecimentos de pequenas dimensões, em que 65% das propriedades possuem áreas inferiores a 20 hectares e 69,3 mil estabelecimentos possuem menos de 10 hectares, o que corresponde a 36% do total.

Entre os/as agricultores/as familiares cresce a parcela de famílias que buscam alternativas produtivas no meio rural diferentes do sistema convencional. Na literatura que trata sobre agroecologia, os/as agricultores/as convencionais são aqueles/as

que aderiram ao modelo produtivista estimulados pelas políticas de modernização da agricultura iniciadas nos anos 1960, conhecida como Revolução Verde. Algumas características dos agricultores convencionais são o uso de insumos industriais, as monoculturas, uniformização genética e, geralmente, a subordinação a uma empresa que comercializa seus produtos (CAPORAL; COSTABEBER, 2004, p. 65).

Entre os sistemas produtivos na agricultura familiar vem se destacando a agroecologia. Para Caporal e Costabeber (2004), trata-se de uma junção da ecologia com a agronomia, que leva em consideração a necessidade de conservação da biodiversidade ecológica e cultural. Corroborando esses autores, Gliessmann (2001) afirma que a agroecologia busca desenvolver uma agricultura ambientalmente adequada, que valoriza o conhecimento local dos/as agricultores/as, a socialização dos conhecimentos e sua aplicabilidade como objetivo comum à sustentabilidade. Desse modo, a agroecologia incorpora ideias que vão além das fronteiras convencionais e

[...] constitui uma estrutura teórica destinada a compreender os processos agrícolas de maneira ampla. Os sistemas produtivos são concebidos como uma unidade fundamental de estudo, onde os ciclos minerais, as transformações energéticas, os processos biológicos e as relações socioeconômicas são investigados e analisados como um todo. [...] a pesquisa agroecológica preocupa-se não em maximizar a produção de uma atividade em particular, mas sim otimização do agroecossistema como um todo. Essa tendência troca a ênfase de uma pesquisa agropecuária direcionada a disciplinas e atividades específicas para tratar de interações complexas entre pessoas, culturas, solos e animais (ALTIERI, 1989, p. 18).

Nesse sentido, a agricultura de base agroecológica é apontada como uma estratégia de desenvolvimento rural com vistas à diversificação e à dinamização do setor agrícola, bem como uma forma de proporcionar maior agregação de valor e geração



de excedente aos/às pequenos/as produtores/as familiares. Assim, torna-se essencial a efetiva participação de todos os membros da família no processo produtivo, visto a intensidade do uso de mão de obra, o que abre espaço para a efetiva participação da mulher na produção, comercialização e gestão do excedente.

A perspectiva de análise de gênero em espaços rurais aponta subordinação e subvalorização do trabalho feminino, em virtude de ser considerado uma ajuda ao trabalho que pertence ao homem. A mulher está na condição de membro da família não remunerado e com atuação invisibilizada (PACHECO, 2002; PAULILO, 1987; WOORTMANN; WOORTMANN, 1997).

Em contexto semelhante, Melo e Di Sabbato (2006) asseveram que o trabalho feminino na agricultura familiar é visto como uma extensão do seu papel de mãe, esposa, dona de casa e provedora das necessidades da família. São de sua responsabilidade o quintal, a horta, os serviços domésticos, ou seja, atividades de reprodução. De forma inversa, ao homem cabe a posição de provedor do estabelecimento.

Quanto à coordenação do trabalho nos estabelecimentos rurais, Moura (1978), Heredia (1979) e Woortmann e Woortmann (1997) explicitam que o trabalho é coordenado pelo homem, que assume o papel de chefe do processo produtivo. Cabe-lhe transmitir no próprio trabalho as dimensões simbólicas e educativas da agricultura familiar. Nessa perspectiva, Woortmann (1995, p. 11) diz que “a transmissão do saber é mais do que transmissão de técnicas: ela envolve valores e construção de papéis”. Conforme a autora, o homem detém “um saber que o autoriza a governar o processo de trabalho, isto é, a dirigir o trabalho e a família. Esse saber é transmitido à força do trabalho, aos filhos, que, ao trabalhar, estão se constituindo também como ‘conhecedores plenos’” (WOORTMANN, 1995, p. 13).

Aprofundando as discussões acerca das relações sociais construídas no meio rural por meio da divisão social do trabalho, Paulilo (1987), ao descrever a organização interna das atividades agrícolas em comunidades de Santa Catarina e da Paraíba, constatou que, independentemente do caráter e do esforço despendido, se o trabalho for feito por mulheres, geralmente é considerado “leve” e possui menor valor de remuneração.

[...] “trabalho leve” não significa trabalho agradável, desnecessário ou pouco exigente em termos de tempo ou de esforço. Pode ser estafante, moroso, ou mesmo nocivo à saúde – mas é “leve” se pode ser realizado por mulheres e crianças. Fica a pergunta: por que se paga menos pela realização dessas tarefas? A resposta não deve ser procurada em realidades especificadas das regiões estudadas ou do próprio meio rural como um todo. Essa situação ocorre da valorização social do homem enquanto “chefe de família”, responsável pela reprodução de seus “dependentes”. Assim, o trabalho desses últimos fica em plano secundário, cabendo, nestes casos, uma remuneração que apenas “ajuda” a composição do orçamento familiar (PAULILO, 1987, p. 7).

Constata-se que o trabalho é “leve” (a remuneração é baixa) não por suas próprias características, mas pela posição que seus realizadores ocupam na hierarquia familiar (PAULILO, 1987, p. 7). Complementando, Sampedro Gallego (1996), ao avaliar as diferenças de subordinação entre os filhos homens e as filhas mulheres em relação às ordens do pai, afirma que para os filhos homens a situação é provisória, pois futuramente eles se tornarão os chefes de família. Já para as filhas mulheres, será uma condição permanente, pois quando solteiras são consideradas ajudantes do pai e quando casadas se tornarão ajudantes do marido. Evidencia-se, assim, a eterna condição de ajudantes familiares e invisíveis do ponto de vista social.



Nesse contexto, este estudo objetiva analisar nas trajetórias das famílias agricultoras da Associação de Produtores Agroecológicos Semente do Futuro (APASF), do município de Atalanta (SC), como a agroecologia proporcionou a geração de renda e ampliou as relações sociais, promoveu a equidade de gênero e a preservação do patrimônio cultural por meio das atividades desenvolvidas.

O itinerário metodológico – percorrendo os caminhos da APASF

A APASF situa-se no município de Atalanta (SC), localizado a aproximadamente 200 km de Florianópolis. De colonização alemã e italiana, trata-se de um município essencialmente agrícola. Sua estrutura fundiária caracteriza-se pela presença de agricultores/as familiares com propriedades que variam entre 10 e 50 hectares (KRAEMER, 2000).

O extrativismo de madeira representou o primeiro ciclo econômico do município, e paralelamente a agricultura de subsistência contribuía para a exploração do solo. O fim da matéria-prima para as madeireiras coincidiu com a chegada da Revolução Verde³, que trouxe a mecanização e os insumos químicos para a agricultura. No início dos anos 1990, as primeiras propriedades iniciaram a experiência de cultivo agroecológico.

Fundada em 1996, a APASF está alocada nas comunidades de Alto Dona Luíza e Santo Antônio, em Atalanta (SC). Inicialmente os produtores viviam em constantes incertezas, pela dificuldade de transição do sistema convencional para o agroecológico. Não havia um sistema articulado de comercialização próprio para o setor nem técnicas específicas que norteassem as atividades diárias e resolvessem os problemas decorrentes (BASQUEROTE SILVA, 2013).

Em seu estudo, Basquerote Silva (2013) descreve que a associação se tornou referência na produção de base agroecológica no Alto Vale do Itajaí (SC) e para outros/as produtores/as e associações, por apresentar, manter e desenvolver técnicas de cultivo peculiares, integrar-se a um sistema de comercialização competitivo, possuir uma organização interna com pronunciada presença feminina, contar com uma produção diversificada e permanente e ser referência municipal e regional na produção e difusão do sistema agroecológico. Ademais, a associação possui participação feminina marcante nos cargos de direção.

A trajetória da associação está constituída por fracassos e sucessos, com famílias entrando no sistema, outras saindo. Atualmente 15 membros a compõem, sendo oito mulheres e sete homens, distribuídos em sete famílias. Em quatro destas os filhos migraram ou moram em casa mas exercem atividades no setor secundário ou terciário, enquanto os pais permanecem sozinhos na atividade agroecológica. Em uma propriedade atuam a mãe, viúva, e o filho solteiro; em outra, a mãe e a nora; e em uma última, o casal e dois filhos homens. Os dados evidenciaram que, na totalidade, as filhas mulheres migraram da agricultura. A associação, integrada à Rede de Certificação Ecovida⁴, realiza reunião ordinária sempre na primeira segunda-feira do mês de forma itinerante nas propriedades.

³ “[...] vasto movimento de ampliação de alguns elementos da segunda revolução agrícola (seleção, fertilização mineral, tratamentos, cultura uniforme de populações geneticamente homogêneas, mecanização parcial, controle estrito do uso de recursos hídricos) aplicados, sobretudo, a três culturas importantes (arroz, milho e soja) largamente cultivadas em países em desenvolvimento” (MAZOYER; ROUDART, 1997, p. 454-455).

⁴ Rede composta por agricultores familiares, técnicos e consumidores reunidos em associações, cooperativas e grupos informais, juntamente com pequenas agroindústrias, comerciantes ecológicos e pessoas comprometidas com o desenvolvimento da agroecologia. Ela reúne as associações ou grupos de produtores agroecológicos e certifica a produção conforme tal sistema.



Nesse espaço empírico desenvolveram-se um estudo de caso (YIN, 2001) e pesquisas de natureza qualitativa (BOGDAN; BIKLEN, 1994; ALVES-MAZZOTTI; GEWANDSZNAJDER, 1998), por apresentar tentativa de compreensão detalhada dos significados e das características de situações apresentadas pelo investigador. O presente estudo tem caráter etnográfico (LAPLANTINE, 1993), cujo pressuposto é identificar os atributos de gênero diante da questão da transição agroecológica, dos rearranjos familiares e da manutenção das relações produtivas no campo, na APASF em Atalanta (SC).

Os dados coletados no mês de dezembro de 2014 foram obtidos recorrendo-se à observação participante e a entrevistas semiestruturadas⁵ com dez membros (homens e mulheres) atuantes da associação. Os registros da observação participante visaram descrever e compreender o que estava ocorrendo em determinadas situações nas propriedades visitadas e em reuniões da APASF. Posteriormente à obtenção dos dados, estes foram analisados com base nos procedimentos da Análise Textual Discursiva (ATD) de Moraes e Galiazzi (2011), entendida como uma metodologia de análise de dados de informação de natureza qualitativa que objetiva produzir novas compreensões sobre fenômenos e discursos.

As mulheres e as relações produtivas e familiares na APASF

Falta de perspectiva e desestímulo em continuar a cultivar a terra: esse era o contexto na década de 1990, em que algumas famílias no pequeno município de Atalanta, cansadas de sucessivas safras inexitosas e problemas de saúde relacionados ao uso de defensivos sintéticos, resolveram experimentar um modelo alternativo de produção agrícola, a agroecologia. A fala de Maria trouxe à baila o contexto da agroecologia na propriedade e os motivos que fizeram a família optar pelo segmento em questão. Segundo ela, a proposta foi recebida com precaução. Afinal, trabalharam a vida toda da mesma forma, e a mudança gerou insegurança:

Meu marido estava com problemas de saúde devido aos venenos. Nós não víamos mais perspectiva de lucro. Mas também não queria sair pra cidade, conhecemos todo mundo aqui, temos nossas coisas, nossa casa, que com suor do trabalho conseguimos adquirir. Mas as safras não davam lucro, e a gente estava desanimado. Foi então que surgiu a proposta de produzir na agroecologia, e eu disse que essa era nossa chance de mudar de vida, de virar a página. Mas a gente não sabia como ia ser. Eu sabia que, se fosse pra produzir coisas como a minha Oma [como são chamadas as avós nas regiões de colonização alemã] fazia, eu tinha certeza que a gente ia se dar bem (Maria, 53 anos. Entrevista concedida em 21 dez. 2014).

A participação feminina teve fundamental importância na criação da associação. As mulheres propuseram aos maridos a adesão ao novo sistema e os convenceram de que esta poderia ser a saída para não ter de abandonar a agricultura e para manter as relações produtivas no campo, além de preservar o patrimônio cultural por meio da manutenção das técnicas de cultivo e de transformação dos produtos adquiridos de gerações anteriores. No entanto não poderiam trabalhar individualmente. Foi necessário

⁵ Os nomes utilizados na transcrição das entrevistas são fictícios, e as idades abrangentes, como forma de manter o anonimato dos/as entrevistados/as. Na transcrição respeitou-se ao máximo a originalidade das falas dos/as entrevistados/as.



quebrar velhos paradigmas da agricultura, como a ampliação da visibilidade do trabalho feminino (PAULILO, 1987; WOORTMANN, 1995; CARNEIRO, 2001). João destacou a importância que as mulheres tiveram para que a associação se concretizasse e para que pudessem adotar o sistema agroecológico, manter e resgatar técnicas de seus antepassados.

Eu não acreditei que ia dar certo a gente mudar pra agroecologia. Aceitei porque não via outra forma de nós se manter na roça produzindo e porque a Maria insistiu muito. Eu estranhei muito esta coisa de combinar com outras pessoas o que plantar, vender etc. Eu estava acostumado a mandar sozinho em tudo. Era eu quem decidia o que plantar, a hora de colher ou vender. Agora a gente ter que ser parceiro das outras famílias, antes parece que a gente competia. Outra coisa que mudou foi a maneira como a gente trabalha. Nós aprendemos que o moderno era passar veneno, usar máquinas e que produto bom tinha que ser comprado. Agora fazemos as coisas do jeito dos antigos, e isso é que tem valor e parece moderno (João, 60 anos. Entrevista concedida em 14 dez. 2014).

Ainda na perspectiva da atuação feminina na APASF e do resgate de técnicas dos antepassados, os depoimentos revelaram mudança na própria concepção que as mulheres tinham de si e de suas limitações, além da atual valorização dos seus conhecimentos. A saber:

Minha vida mudou muito depois que mudamos para a agroecologia. Eu nunca imaginei que pudesse me tornar mais independente. Eu fui criada para ser a esposa. Como a gente morava no interior e não podia estudar mais que a quarta série, aprendi que deveria ser uma boa dona de casa e ajudar o marido na roça. Hoje eu vejo de uma forma diferente. Não me considero ajudante dele. Nós dois somos os responsáveis sobre tudo o que acontece na propriedade, inclusive sobre o dinheiro, sobre o que comprar ou vender, onde gastar. Percebo que em minha casa as coisas mudaram bastante, e meu marido também percebeu isso. Em outras casas vejo que ainda existe certa resistência dos maridos nesse sentido. Mas uma coisa é certa: agora o que a gente faz é valorizado. Minhas geleias estão famosas. Sigo a receita da minha Oma, e na horta plantamos como os antigos faziam (Gorete, 54 anos. Entrevista concedida em 7 dez. 2014).

A mudança no modo de se relacionar com a sua realidade não foi percebida apenas por elas. Os maridos também notaram o empoderamento⁶ gradativo que suas esposas foram adquirindo ao longo do tempo. Os relatos evidenciam que eles também consideram positiva a mudança. José afirmou:

Minha mulher não é mais a mesma. Ela hoje conversa com todo mundo, entende mais as coisas. Nós temos uma relação de igual pra igual. Ela está mais disposta. Eu percebo que com a agroecologia ela se sente mais importante porque as pessoas fazem com que ela

⁶ Conforme observa Assis (2004), o termo empoderamento (*empowerment*) é utilizado por feministas e estudiosas da questão de gênero para referir-se mais ao processo de maior participação das mulheres na esfera pública, principalmente política: partidos, sindicatos, associações.



se sinta assim. No dia de feira, se ela não vai, os clientes já ficam perguntando o que aconteceu. Quando vêm as pessoas visitar a nossa propriedade, ela até se arruma um pouco e vai recebendo o pessoal. Quando recebe um elogio sobre as suas geleias, ela fica toda boba. Gosto de ver ela assim, satisfeita com o que faz. Nem doente ela fica mais. Até eu mudei o jeito de tratar ela (José, 47 anos. Entrevista concedida em 12 dez. 2014).

Os depoimentos evidenciaram também a percepção que as mulheres têm de seu trabalho na agroecologia. Para elas a mudança na forma de cultivar, por meio de métodos tradicionais, também alterou a maneira como seu trabalho passou a ser reconhecido dentro e fora das propriedades. Ao serem indagadas sobre quem gosta mais da agroecologia, elas ou seus esposos, as respostas foram unânimes: são elas. Entre os motivos destacados está a visibilidade que o trabalho ganha. Verônica revela:

Eu sempre gostei mais da agroecologia do que o Pedro. Eu era a responsável pela horta e fazia as geleias aqui para nossa casa. Agora parece que meu trabalho aparece mais, tem importância. Antes eu não me achava importante porque parece que eu ajudava o Pedro, agora não. Como sou eu quem faço as geleias, ele é que me ajuda, porque parte da nossa renda vem delas e ele teve que aprender a respeitar isso. Agora às vezes parece que está invertido, ele é que me ajuda. Sei que esta mudança incomoda o Pedro. Eu até entendo, porque ele foi criado de outro jeito. Mas ele sabe que nossa vida mudou pra melhor. Que agora temos renda de maneira mais tranquila, e a maior parte vem das geleias que eu fazia desde que eu era solteira. Ele sabe que a gente só tá na roça porque eu insisti pra nós experimentar a agroecologia e porque eu já conhecia umas técnicas que nós usamos agora (Verônica, 62 anos. Entrevista concedida em 18 dez. 2014).

Tereza expõe o que mudou na sua autopercepção em relação a sua vida após adotar a agroecologia e fazer parte da APASF.

Antes de fazer parte da associação, minha vida era o serviço da roça e o de casa e às vezes passear na casa dos parentes, ir na missa. Dependia da vontade do marido para ir pra qualquer lugar. Agora não. Eu aprendi a dirigir, quando quero ir a algum lugar combino com ele e vou. Temos conta em conjunto, vou no banco, converso com outras pessoas, faço cursos que me interessam. Se eu vejo algo que eu gosto pra mim, pra casa, eu compro. Agora parece que a produção é nossa. Antes parecia que era dele. Parece engraçado, porque o que faço agora é o que eu via meu pai e meus irmãos fazerem. Não posso reclamar do meu marido, mas as coisas estão muito melhores agora (Tereza, 70 anos. Entrevista concedida em 20 dez. 2014).

Cabe aqui destacar que a inserção das mulheres rurais no campo político (sindicatos, associações, movimentos sociais, partidos políticos) tem possibilitado um aprendizado coletivo (SPANVELLO, 2008). De modo semelhante, Basquerote Silva (2013) destaca que o contexto da APASF é um exemplo de que circular no espaço público, em viagens, em participação em feiras, entre outros, transitar para além dos limites da propriedade são processos importantes para maior igualdade de gênero no campo, à medida que permite



a elas descortinar a esfera pública e vivenciar diferentes realidades. Não é apenas a agroecologia o fator catalisador das mudanças para as mulheres do campo em Atalanta ou em outras regiões. Desse modo, embora predominem assimetrias nas relações entre mulheres e homens no campo, têm ocorrido processos de mudança.

Entre os fatores condicionantes de alteração nas relações de gênero na APASF estão as feiras, onde as mulheres sempre foram atuantes. Para elas, participar da agroecologia proporcionou um espaço para mostrar à sociedade o que eram capazes de produzir e a forma como produzem. As conversas explicitaram que elas têm consciência da visibilidade e da contribuição que seu trabalho tem dentro e fora de suas propriedades, quando relatam situações que acontecem nos pontos de venda (feiras):

A feira foi uma grande mudança na minha vida. Antes eu só trabalhava na roça e vinha pra casa, cuidava dos bichos, tirava o leite, conversava com alguém diferente quando ia à missa ou ia pra cidade. Minha rotina era essa. Hoje não. Eu saio de casa, converso com outras pessoas, sei dos assuntos, vejo como os outros se comportam, se vestem, tenho amigos que nunca imaginei ter. Me sinto gente. Gosto do que eu faço e vejo que as pessoas valorizam isso. No começo foi estranho porque eu achava que as coisas que eu fazia não eram boas. As receitas que uso aprendi com minha mãe, que aprendeu com a minha Oma e assim por diante. Por causa da feira, até fiz uma conta no Facebook e tenho *e-mail*. Meus clientes me mandam mensagens, fazem encomendas e isso até facilita meu trabalho, porque posso levar separado o que eles querem e desse modo não preciso pesar na hora da venda, por exemplo (Maria, 50 anos. Entrevista concedida em 14 dez. 2014).

A participação das mulheres na feira também é percebida pelos homens. O relato de Pedro traz à tona o contexto da feira onde atua junto com Maria, sua cunhada:

Nossos clientes gostam de ser atendidos pela Maria. Ela é simpática, agradável, conhece bem os produtos e conhece até receita para ensinar. Antes da agroecologia ela era diferente. Eu sei porque somos parentes. Ela conversa com os clientes sobre vários assuntos, como saúde, economia, meio ambiente, relações de gênero, entre outros. Até aprendeu informática pra se comunicar com os fregueses. O dia que ela não vai os clientes ficam perguntando o que aconteceu com ela. Minha mulher não vem comigo na feira, prefere ficar em casa cuidando das coisas por lá. Ela é mais tímida, mas garanto que se participasse da feira iria ser desinibida (Pedro, 45 anos. Entrevista concedida em 15 dez. 2014).

O cenário descrito anteriormente avalia as constatações de Basquerote Silva (2013), Lovatto *et al.* (2010), Schaaf (2001), entre outros, quando afirmam que a organização e a participação das mulheres rurais têm se ampliado, à medida que passam a ser atuantes não apenas nos sindicatos e nos movimentos sociais, como também em associações e grupos de produção que desenvolvem experiências produtivas alternativas nas propriedades, como na agroecologia; na criação de centros de formação, para prestação de assessoria técnica e organizativa; na formação de espaços de comercialização como feiras, cooperativas, associações etc.

Assim sendo, a participação na APASF representou uma mudança na própria concepção que as mulheres tinham de si e de suas limitações e oportunizou vivenciar outras experiências. Tereza confessa:



Eu antes parecia um bicho do mato, não sabia conversar, tinha medo do que as pessoas falavam ou achavam de mim. Não falava em público. Aos poucos fui mudando. Até que um dia a associação foi escolhida entre muitas outras para representar a agroecologia em um seminário onde tinha pessoas do Brasil inteiro. Ninguém queria ir, e eu disse pra Maria: “Se tu ir comigo eu vou”. Era só gente de empresa, engravatado, e a maioria homens, e nós umas pobres coitadas, de unha manchada de terra, de mãos grossas de lidar com as ferramentas. Eu até já tinha ido em palestra, mas geralmente eram os homens que falavam. Quando chegou a nossa vez de falar, parece que o meu coração ia sair pela boca. E nós subimos no palco e falamos o que tinha que falar do nosso jeito. Quando terminamos, a plateia nos aplaudiu de pé. Desse dia em diante eu pensei: “Eu posso, eu sou importante, eu tenho valor e o que eu faço também tem” (Tereza, 70 anos. Entrevista concedida em 20 dez. 2014).

As experiências vividas na APASF evidenciam que, para as mulheres poderem ressignificar o espaço doméstico, precisam desconstruir primeiro as imagens construídas de si impostas pelo conjunto da sociedade e por elas assimiladas e reproduzidas, para então buscar uma maior autonomização das formas de sujeição pelo contrato sexual, pela cultura etc. Libertar-se do modelo hegemônico de feminilidade, em que a mulher deve ser doce e passiva e muitas vezes assexuada, torna-se um grande desafio, pois se trata de uma luta contra essas identidades naturalizadas consideradas fixas, acabadas e impostas, apresentadas ao longo da história como naturais.

No entanto a inserção em atividades que envolvem eventos externos, ministrar palestras, cursos, não é ainda uma realidade para todas as mulheres que compõem a APASF. Algumas delas são mais inibidas ou não se consideram hábeis para tal.

Considerações finais

O presente estudo objetivou analisar nas trajetórias das famílias agricultoras da APASF como a agroecologia proporcionou geração de renda e ampliou as relações sociais, promoveu equidade de gênero e preservação do patrimônio cultural por meio das atividades desenvolvidas. Nele foi possível identificar a participação das mulheres agricultoras familiares de base agroecológica na formação, existência e permanência da APASF e na manutenção do patrimônio cultural dessas famílias. Também foi possível perceber a posição que as mulheres adotaram em toda a trajetória da associação e as mudanças decorrentes de tal processo para os homens e para elas.

Notou-se que, para os/as agricultores/as familiares, a agroecologia tem se mostrado uma alternativa viável e promissora, uma vez que tem propiciado agregação de valor à produção, geração de excedente, maior autonomia produtiva e qualidade de vida dos envolvidos. A formação da associação foi um esforço coletivo de homens e mulheres na busca pela permanência no campo e pela manutenção dos saberes adquiridos das gerações passadas.

A adoção do sistema agroecológico de produção resultou em mudança na forma como as próprias mulheres concebiam sua vida. Elas redefiniram sua posição e sua importância na sociedade por meio do empoderamento gerado pela emancipação e visibilidade que seu trabalho proporciona, por abrir espaços para que elas atuem como sujeitos. Suas conquistas elevaram sua autoestima, diminuíram o preconceito



e proporcionaram uma nova forma de organizar as propriedades e de gerir suas vidas.

A análise também revelou haver relações de gênero mais equilibradas com a adoção da agroecologia e a criação da APASF. Nesse cenário, as mulheres que antes exerciam atividades em quase todas as esferas produtivas da propriedade mas eram responsáveis apenas por aquelas de caráter reprodutivo deixaram de atuar somente como ajudantes do trabalho de seus esposos. Elas tornaram-se protagonistas e sujeitos do processo produtivo e participam das decisões a serem tomadas nas propriedades e na associação. Assim sendo, seu trabalho saiu da invisibilidade e revelou-se uma importante fonte de renda para a família. Além disso, constataram-se mudanças na forma como os homens passaram a ver as suas companheiras, considerando-as não mais ajudantes na produção, mas responsáveis do processo assim como eles.

Há que se destacar que, para essas mulheres, fazer parte da APASF representou muito mais do que uma fonte de renda; denotou participar de um mundo antes apenas idealizado ou vivido por seus esposos, pais e irmãos. Permitiu avançar além da esfera privada e envolver-se em atividades que ultrapassam o trabalho doméstico ou da lavoura, da realidade vivida cotidianamente, das relações unicamente familiares. Oportunizou descortinar a esfera pública por meio da vivência com realidades distintas das suas, na participação em congressos, dias de campo, cursos, palestras, feiras, seminários, viagens, entre outros.

Ademais, por iniciativa feminina, as famílias preservaram sua atuação produtiva no campo. Comprovou-se que, em virtude dos problemas enfrentados no sistema convencional de cultivo, havia o desejo de abandonar o meio rural e a tendência de não considerar o campo como um lugar de oportunidades. Todavia a adoção da agroecologia possibilitou às famílias e, sobretudo às mulheres, além da permanência nas atividades agrícolas mantendo vivos os saberes de seus antepassados, a ampliação das relações sociais, em decorrência do contato com realidades políticas, intelectuais e sociais distintas das vivenciadas até então.

Certamente muitos são os desafios a serem rompidos por essas mulheres, porém é inegável a sua ascensão como protagonistas de uma nova forma de fazer, organizar e viver a agricultura familiar e que elas promoveram rearranjos familiares, valorização do patrimônio cultural, autonomia econômica, política e social. Por fim, as ações desenvolvidas na APASF demonstram importantes avanços construídos na busca da promoção de igualdade entre homens e mulheres no meio rural, ratificando que, quando as relações de gênero se equilibram, o mesmo ocorre com as relações de poder.

Referências

ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: Hucitec/Unicamp, 1992.

_____. *et al.* **Juventude e agricultura familiar: desafios dos novos padrões**. Brasília: Unesco, 1998. Disponível em: <<http://www.econ.fea.usp.br>>. Acesso em: 1.º maio 2014.

ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: as bases científicas da agricultura alternativa**. Rio de Janeiro: PTA/Fase, 1989.



ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Pioneira, 1998.

ASSIS, Gláucia de Oliveira. **De Criciúma para o mundo**: os novos fluxos da população brasileira e os rearranjos familiares e de gênero. 2004. Tese (Doutorado em Ciências Sociais)–Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, Campinas, 2004.

BASQUEROTE SILVA, Adilson Tadeu. A participação feminina na agricultura agroecológica: um estudo de caso. In: FAZENDO GÊNERO – Desafios atuais do feminismo, 10., 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2013. p. 1-12.

BOGDAN, Robert C.; BIKLEN, Sari K. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Lisboa: Porto, 1994.

CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio. Agriculturas de base ecológica. In: _____. **Agroecologia**: alguns conceitos e princípios. Brasília: MDA/SAF/Dater-IICA, 2004. p. 7-11.

CARNEIRO, Maria José. Herança e identidade de gênero entre agricultores familiares. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 1-34, 2001.

COSTABEBER, José Antônio; CAPORAL, Francisco Roberto. Possibilidades e alternativas do desenvolvimento rural sustentável. In: VELA, Hugo *et al.* **Agricultura familiar e desenvolvimento rural sustentável no Mercosul**. Santa Maria: UFSM, 2003. p. 157-194.

GLIESSMANN, S. R. **Agroecologia**: processos ecológicos em agricultura sustentável. 2. ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2001.

HEREDIA, Beatriz Maria Alásia de. **A morada da vida**: trabalho familiar de pequenos produtores do Nordeste do Brasil. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo>>. Acesso em: 15 ago. 2015.

KRAEMER, Osvaldo. **Atalanta, nossa história**. Atalanta, 2000.

LAMARCHE, Hugges (Coord.). **A agricultura familiar**: comparação internacional – do mito à realidade. Campinas: Editora da Unicamp, 1998. v. 2.

_____. *et al.* **A agricultura familiar**: comparação internacional. Tradução de Angela Maria Naoko Tijiwa. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

LOVATTO, Patricia *et al.* Gênero, sustentabilidade e desenvolvimento: uma análise sobre o papel da mulher na agricultura familiar de base ecológica. **Revista Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 15, n. 2, p. 191-212, 2010.



MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **Histoire des agricultures du monde: du néolithique à la crise contemporaine.** Paris: Seuil, 1997.

MELO, Hildete Pereira de; DI SABBATO, Alberto. Mulheres rurais: invisíveis e mal remuneradas. *In*: BRASIL. **Gênero, agricultura familiar e reforma agrária no Mercosul.** Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2006. p. 47-87.

MORAES, Roque; GALIAZZI, Maria do Carmo. **Análise textual discursiva.** 2. ed. Ijuí: Unijuí, 2011.

MOURA, Margarida Maria de. **Os herdeiros da terra: parentesco e herança.** São Paulo: Hucitec, 1978.

PACHECO, Maria Emília Lisboa. Agricultura familiar: sustentabilidade ambiental e igualdade de gênero. *In*: PERSPECTIVAS de gênero: debates e questões para as ONGs. Recife: Luci Artes Gráficas, 2002. p. 138-161.

PAULILO, Maria Ignez. O peso do trabalho leve. **Ciência Hoje**, v. 5, n. 28, p. 1-7, 1987. Disponível em: <<http://nafa.paginas.ufsc.br/files/2010/09/OPesodoTrabalhoLeve.pdf>>. Acesso em: 29 maio 2015.

SAMPEDRO GALLEGO, Rosario. Mujeres del campo: los conflictos de género como elemento de transformación social del mundo rural. *In*: LEON, M. A. G. (Org.). **El campo, la ciudad: sociedad rural y cambio social en España.** Madri: Ministério da Agricultura, 1996.

SCHAAF, Alie Van Der. **Jeito de mulher rural: a busca de direitos sociais e da igualdade de gênero no Rio Grande do Sul.** Passo Fundo: Editora Universitária de Passo Fundo, 2001.

SCHNEIDER, Sergio. **A pluriatividade na agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora UFRGS, 2003.

SPANEVERELLO, Rosani Marisa. **A dinâmica sucessória na agricultura familiar.** 2008. 223 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural)–Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

VEIGA, José E. **A dimensão rural do Brasil.** São Paulo: FEA-USP, 2004. Disponível em: <<http://www.econ.fea.usp.br/seminários/artigos>>. Acesso em: 21 maio 2015.

_____. **O desenvolvimento agrícola: uma visão histórica.** São Paulo: Hucitec, 1991.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. A sociologia rural na América Latina: produção de conhecimento e compromisso com a sociedade. **Revista Alasru**, n. 5, p. 17-45, 2011. Disponível em: <<http://www.alasru.org/wp-content/uploads/2011/06/ALASRU2010Revista.pdf>>. Acesso em: 5 maio 2015.



_____. Raízes históricas do campesinato brasileiro. *In*: TEDESCO, João Carlos (Org.). **Agricultura familiar: realidades e perspectivas**. 3. ed. Passo Fundo: Editora Universitária de Passo Fundo, 2001. p. 21-55.

WOORTMANN, Ellen. **Herdeiros parentes e compadres: colonos do Sul do Brasil e sítiantes do Nordeste**. São Paulo: Hucitec; Brasília: Editora da UNB, 1995.

_____; WOORTMANN, Klass. **O trabalho da terra: a lógica e a simbólica da lavoura camponesa**. Brasília: Editora da UNB, 1997.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2001.



ALÉM DO PATRIMÔNIO MATERIAL: SIMBOLOGIA, CULTURA E HISTÓRIA POR MEIO DA HOSPITALIDADE NO TURISMO

Natália Carolina de Oliveira Vaz¹

Resumo: O espaço urbano é um conjunto de símbolos que caracterizam a história e a cultura do povo que reside nesse espaço. Em regra geral, a cidade é projetada para atender às necessidades da comunidade local, gerando um patrimônio histórico cultural e material. A preservação do patrimônio material e a hospitalidade são elementos indispensáveis à manutenção do turismo na cidade. É interessante que o turista absorva a história e a cultura daquilo que ele se propõe a visitar, não apenas para conhecer uma estrutura, mas para ter uma proximidade maior e um contato mais humano para com os saberes e conhecimentos do local. A proposta para a elaboração do presente artigo surgiu na disciplina Diversidade Histórico-cultural e Patrimônio, lecionada pela professora doutora Marilda Rosa Galvão Checcucci Gonçalves da Silva. Tem-se como principal objetivo observar como as cidades recebem seus visitantes e de que maneira elas se tornam aconchegantes e hospitaleiras. A metodologia utilizada para desenvolver o trabalho foi a revisão bibliográfica. Os principais resultados mostram que a preservação do patrimônio material amplia a contribuição do conhecimento local, possibilitando a transmissão dos significados contidos na simbologia, cultura e história da região. A aproximação do turista que recebe as informações e toda a gama de conhecimentos e sentimentos locais pode fazê-lo retornar, ou seja, a forma de hospitalidade com que o turista é recebido influencia nos sentimentos em relação ao lugar, visto que, quanto mais calorosa e hospitaleira for a recepção, maior a probabilidade de ele retornar ao local visitado.

Palavras-chave: arquitetura; turismo; hospitalidade.

Introdução

A cidade é um sistema de signos, ela sempre traduz imagens como algo vivo e pertencente a quem nela reside ou a visita. Dois importantes prismas que se podem notar em uma cidade são a acessibilidade e a legibilidade. Há vários indicadores que apontam a acessibilidade, em que emanam conceitos ligados aos acessos de todos os serviços presentes na cidade. Quanto à legibilidade, toda cidade tem direito à qualidade visual, evocando-se a transmissão dos significados do patrimônio e como a simbologia, a história e a cultura influenciam na hospitalidade.

A cidade pode ser considerada uma mensagem que está à procura do seu significado. Dessa forma, busca-se observar como ela recebe seus visitantes e de que maneira se torna aconchegante e hospitaleira, possibilitando a transmissão da

¹ Bacharel em Direito, mestre em Desenvolvimento Regional pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (Furb). E-mail: natihvaz@gmail.com.



cultura, história e simbologia. Todo tipo de acessibilidade e legibilidade interativas faz parte de uma boa estrutura dinâmica.

Na presente pesquisa busca-se demonstrar as possibilidades que estão além do patrimônio material, por meio da hospitalidade no turismo, como, por exemplo: I) a possibilidade entre o turismo e o patrimônio para a preservação do patrimônio material; II) a interação entre simbologia, cultura e história na contribuição para o desenvolvimento do turismo.

Arquitetura e sensações: simbologia, história e cultura

Os espaços urbanos, de maneira geral, são projetados de acordo com as necessidades da população. O corpo da cidade representa espaços, e é neles que fazemos planos. Neles também a arquitetura expressa em lógica seus pensamentos críticos, autônomos e criativos. A lógica da arquitetura leva em consideração que ela é conhecedora de um objeto situado no espaço. Podemos explicar então os espaços valorizados e suas significações através dos tempos. Tais práticas construídas pelos homens moldam o espaço e se desenvolvem no sentido de utilizá-lo como construção em si. Na medida em que as ações de uma comunidade se entrelaçam, sustenta-se a memória da sociedade nesse local. O espaço urbano é visto como o conjunto de uso da terra, definido por áreas, como o centro da cidade, áreas comerciais, áreas industriais, portanto, uma organização espacial. Em sua significação e visão social, constitui um conjunto de símbolos e campo de lutas e conquistas (GIEDION, 2004).

Existem vários significados para a noção de cidade. Isso porque ela pode ser entendida por diversas perspectivas de diferentes campos disciplinares. As cidades consistem em um conjunto de infraestruturas sociais, econômicas e culturais concentradas em uma parcela relativamente pequena do território orientada por meios de reprodução do trabalho e produção de valor (BITOUN; MIRANDA, 2009). Entretanto “as cidades estão intimamente associadas à geração de excedentes, a distribuição geográfica do fenômeno urbano é desigual, por força da própria natureza desigual da produção de valor” (BITOUN; MIRANDA, 2009, p. 2). Uma cidade compõe-se de manifestações de expressão humana, e a arquitetura é uma delas. “A arquitetura é, de todas as artes, a que está continuamente diante de nossos olhos” (HAMLIN, 1962, p. 15). A arquitetura compõe o espaço urbano (GIEDION, 2004).

A arquitetura, como arte de edificar, passou por inúmeras e surpreendentes transformações ao longo dos séculos, sempre fazendo parte das sociedades em suas mudanças (HAMLIN, 1962). Ela se apresenta como ciência, esboçando-se como processo e produto da finalização de uma construção. Em suas habilidades conceituais e procedimentais, seu produto é definido e tangível. Ela instiga ideais e propõe aplicações em suas perspectivas abstratas. Possui um estudo tridimensional de causa em seus corpos projetados no espaço em que seu volume está representado por meio de um corpo. O estilo identifica as propriedades da arte na arquitetura. Através da história, podemos definir esses estilos, pois nos apropriamos dos conhecimentos dos estilos que existem e aprendemos a defini-los em seus padrões (GIEDION, 2004).

A arquitetura, um atrativo de que poucas pessoas se dão conta, é uma das artes mais visíveis construídas pelo homem. A grande maioria das pessoas que convivem com ela não a percebe. Ela pode ser considerada um grande livro a céu aberto, em razão de conter histórias, técnicas e aspirações. Há certa resistência em relação à



aceitação da arquitetura como arte. Existe também resistência ao reconhecimento dos diversos prazeres² que ela pode proporcionar. Os prazeres oriundos da admiração da arquitetura transmitem sensações aos seus admiradores. Estas estão relacionadas às experiências derivadas dos prazeres. Os estilos e o conhecimento do passado também transmitem sentimentos e emoções³ (HAMLIN, 1962).

A arquitetura está voltada à vida de uma época, como um todo, e manifesta-se em suas formas de expressão. Possui caráter e vida próprios, retratando o tempo. Essas formas de expressão são projetadas na natureza, criam espaços característicos. Faz parte da herança arquitetônica a visão artística de vários momentos históricos de espaço e de tempo percorridos. A paisagem projetada pela arquitetura como forma de representação volta-se a um processo perceptivo, tornando-se uma imagem com referencial que lhe é próprio. Quanto ao seu processo, ela é funcional na mente de quem projeta suas simbologias. A arquitetura como identidade de uma época pode ser visualizada por registros diversos, em que se retrata o perfil de urbanização de uma cidade.

Para Geertz (2012), os significados do termo cultura são transmitidos historicamente e incorporados em símbolos, criando um sistema de concepções herdadas que expressa as formas simbólicas da cultura e dos símbolos por meio das quais os homens se comunicam. Assim, a cultura transmitida perpetua suas atividades em relação ao modo de vida, de acordo com as heranças culturais. Os símbolos são veículos da integração social, pois neles inserimos a comunicação, além de serem um instrumento de conhecimento.

O símbolo tem um poder nem sempre visível. Ele transmite uma força que dispõe de um significado não necessariamente aparente. O conformismo lógico de certos poderes simbólicos obedece a um sentido próximo e direto na construção da realidade. Ele traz consigo princípios segundo os quais o espaço, o tempo e a causa estão diretamente direcionados para aqueles que em seus pensamentos estão voltados a um mesmo conhecimento conceitual e racional de entendimento. O símbolo é uma marca que tem um significado e possui uma identificação para todos quantos acreditarem nele ou possam interpretá-lo (BOURDIEU, 2012).

² Para Hamlin, existe uma ordem em relação aos prazeres que a arquitetura pode transmitir: “Em primeiro lugar, entre os prazeres que a Arquitetura pode oferecer, está aquele que qualquer coisa bela traz a um coração compreensivo, e que aquece todo nosso ser, lançando-nos ao trabalho mais alegres, mais fortes e melhores. Depois existe a satisfação de entender que determinada coisa está perfeitamente ajustada ao trabalho que deve produzir, satisfação semelhante à que o maquinista sente em sua locomotiva, ou um marinheiro em seu barco. O deleite universal pela força está relacionado com isso, assim como a sensação que um prédio está bem construído, erguido de forma limpa e cuidadosa, e edificado para durar. Há ainda o prazer no fato de que a obra arquitetônica é sempre uma expressão perfeita da época em que foi construída, não apenas de sua manifestação artística, mas também se o período for corretamente interpretado, de sua religião, seu governo, até mesmo suas teorias econômicas e políticas. Outro prazer ainda nos vem da percepção do tom emocional específico que emana de cada edifício, desde o austero poder de um brasão, da perfeita eficiência de uma boa fábrica, ou da acolhedora serenidade de uma casa bem projetada, até a leve jovialidade de um bom café. E, finalmente o maior dos que aqui podemos encontrar: a boa Arquitetura nos traz a verdadeira inspiração, uma sensação de profunda paz e reverência, um sentimento de imensa glória e dignidade das coisas, que somente aparece na presença de algo grandioso. Todos estes diferentes prazeres, e vários outros, estão ao alcance de quem andar pelas ruas com olhos observadores e um conhecimento, mesmo que elementar, do que seja a Arquitetura, quais seus objetivos, como e sob que leis opera. Podemos adquirir esse conhecimento por um preço insignificante em tempo e estudo, mas altamente compensador” (HAMLIN, 1962, p. 17).

³ Nesse sentido Hamlin (1962, p. 28) explica: “Esse vigor emocional resulta de que, na Arquitetura, a *forma*, o elemento que atua diretamente sobre os olhos, e a *matéria*, o elemento que atua sobre o espírito ou intelecto, são inextricavelmente interligadas”.



Toda sociedade possui um espaço com formas variadas. Os espaços vão além das fronteiras de representação; estão contidos em formas e lugares onde uma paisagem permite falar de locais conhecidos, de épocas e conquistas. Eles podem ser vistos como imagens que contemplam sonhos, projeções e viagens, envolvendo mecanismos de interpretação. Existem variadas interações espaciais inseridas nesse contexto, numa tentativa de esclarecer como são criadas as identidades de um grupo dentro de um plano. Nesse sentido, o espaço cultural deve ser visto como um meio para um fim, para que possamos entendê-lo por intermédio de seus processos e fatos culturais. O espaço cultural pode ser entendido como aquele espaço que foi modificado em sua fisionomia original pela ação do homem. Portanto, ele se adapta às necessidades. Dentro do espaço cultural, temos o espaço natural, voltado à natureza, e o espaço artificial, direcionado às construções humanas, em que sua maior conquista é o espaço urbano (GIEDION, 2004).

As construções exigem um espaço⁴ para a sua edificação. Esse espaço pode ser usado para descrever e predizer sua aplicação na vida das pessoas. A arquitetura expressa em lógica seu pensamento crítico, criativo e autônomo. Ela permite instigar ideais e propõe aplicações em suas perspectivas abstratas numa relação de comunicação tridimensional em que se relaciona através do espaço projetado para seu próprio corpo. Ela usa a formação e o desenvolvimento dos seus elementos como uma unidade dentro de um espaço amostral geográfico determinado. A ocupação do espaço em sua aplicação e comunicação se relaciona com todo o espaço público, que é habitado e voltado a um eixo de passagem. Existe então uma busca de como se constroem os significados espaciais e sua comunicação; a arquitetura está ligada ao eixo de passagem, os símbolos, sinalizados por meio das construções da arquitetura (GIEDION, 2004).

As cidades históricas são aquelas que conservam os mesmos edifícios e têm características históricas preservadas (OLIVEIRA, 2002). Os centros de cidades detentores de bens edificadas, preservados ou não pela União, pelo estado ou município, necessitam congregar a sua imaginação nas percepções exteriores, uma informação necessária para promover sua vitalidade e seu dinamismo (SIMÃO, 2001). A arquitetura possui identidades que lhe são próprias, pois sabemos que existem relações interligadas acerca de criações que foram transpostas para lugares diversos do mundo inteiro. Nessa escala de análise supõe-se que os valores agregados a um referencial de memória e história são preservados ao longo do tempo e ultrapassam fronteiras. O que é arquitetônico, como valor de cultura, não pode ser somente observado como obra de arte, porque não daríamos atenção aos seus próprios valores a serem preservados. Na preservação do patrimônio cultural representado pela arquitetura, podemos buscar alternativas econômicas, políticas e principalmente sociais para que diversas atividades sejam viabilizadas. A arquitetura, ao ocupar seu espaço, dá atenção às suas estruturas subjetivas de expressões. Tais expressões muitas vezes traduzem manifestações diversas (GIEDION, 2004).

⁴ Segundo Machado (1997, p. 21), “o conceito de espaço absoluto se efetivou com os estudos newtonianos a partir do século XVII, apesar de já ter sido esboçado parcial e anteriormente pelos atomistas gregos. É o espaço independente, existindo por si mesmo, separadamente da matéria e possível de se definir por meio de um sistema de coordenadas cartesianas, como latitude e longitude. O espaço relativo é aquele que depende diretamente da matéria, dos objetos. É o conceito de espaço desenvolvido por Einstein, fortemente vinculado ao tempo. As relações espaciais são, na verdade, relações entre partes específicas da matéria e, assim, são puramente relativas ao comportamento e à composição dos objetos e dos eventos materiais. Representam, na verdade, uma relação entre objetos, a qual só existe porque os objetos existem e se relacionam”.



Hospitalidade e turismo

Segundo Grinover (2007, p. 125), “a hospitalidade supõe acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal”. De acordo com Matheus (2002, p. 63), “a idéia de cidade hospitaleira está vinculada à construção da urbe, à tessitura estrutural e social da cidade como conhecemos atualmente”. A autora continua:

Fontes de enraizamentos, esses investimentos [em hospitalidade] reafirmam uma identidade pessoal e coletiva, ambas aliadas a uma nova compreensão de qualidade de vida, fornecendo assim novos parâmetros para a construção de uma filosofia de Cidade Hospitaleira. A união dessas duas concepções, cidade e hospitalidade, leva à formulação também da idéia de Estado, que deixa de ser visto como elemento centralizador. As políticas públicas, agora, não podem mais ser definidas nos gabinetes, mas dependem de negociação com a sociedade. A idéia de Estado passa a admitir uma concepção de mediação. A cidade, portanto, não é apenas um centro de produção, mas também um lugar em que a sociabilidade se desenvolve e frui certa hospitalidade. É em relação a essa dimensão que as idéias de bem-estar coletivo e de interesse público parecem aplicar-se diretamente (MATHEUS, 2002, p. 64).

Um fator relevante para a reflexão do emprego da hospitalidade no turismo é que

a hospitalidade sempre foi e será parte integrante do turismo. Desde os primórdios, ser hospitaleiro, receber o turista é oferecer serviços e produtos com qualidade. Envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes, a própria cidade acolhedora e seus habitantes, que intrinsecamente relacionados proporcionam o bem-estar do visitante, satisfazendo suas necessidades (DALPIAZ; DAGOSTINI; GIACOMINI, 2015, p. 8).

O turismo transforma a economia local, pois explora recursos naturais, históricos e culturais. Quando nos voltamos ao nosso passado e nos descobrimos através do presente, isso implica uma busca de nossas referências comuns. Elas são essenciais para nos sentirmos seguros, pois se trata de autenticidade na busca de nossa identidade. A autenticidade local, de cada cultura, tornou-se uma prática necessária de mercado, pois é o produto turístico comercializado. O legado cultural transformou-se em um ótimo atrativo turístico, porém deve haver um planejamento consciente e profissional para que todo legado possa ser transformado com qualidade em produto turístico e bem aproveitado pela comunidade local, para manter um equilíbrio saudável entre suas práticas. O legado cultural de sustentabilidade envolve o respeito em relação aos atrativos naturais do local a ser visitado e sua preservação (BARRETO, 2000).

A criatividade, segundo Ablas (1991)⁵, é um fator importante para recorrer ao turismo como motor de desenvolvimento de uma região. Isso possibilita a criação, a potencialidade e o fortalecimento do turismo. É possível aprimorar o turismo seja qual for a região, desde que de forma criativa e atrativa para contribuir com uma localidade. Com posicionamento semelhante, Boullón (2002, p. 89) alerta em relação à atividade turística:

[...] apesar de ser a atividade motriz, o turismo deve coexistir com outras; isso se traduz fisicamente na existência de dois tipos de cidades e, portanto, de duas formas diferentes de vida em um mesmo âmbito urbano. Quando essa duplicidade não se resolve mediante a aplicação

⁵Na visão de Ablas (1991, p. 50), “[...] as possibilidades de aparecimento de atrações turísticas são, praticamente, inesgotáveis, dependendo, em grande parte, da criatividade dos planejadores e das comunidades locais: a natureza está presente em todas as partes; eventos históricos deixam os seus traços nos locais onde ocorreram; a cultura local, por si só, já significa um atrativo para visitantes de outras regiões [...]”.



de planos urbanos racionais, as atividades se superpõem e interferem uma na outra, resultando em grave prejuízo para o turismo, porque o ambiente urbano corre o perigo de perder o caráter que deve ter todo centro turístico, caso se queira que funcione adequadamente.

Para Barreto (2000), quando nos damos conta de que os fatos históricos são guardados em arquivos, podendo ser oficiais ou mesmo lembrados pela memória coletiva, eles levam à compreensão de acontecimentos passados. Podemos assim condicionar os fatores históricos a um trabalho cultural do ponto de vista turístico. A procura por cultura tem levado a um crescimento do turismo urbano, incluindo o turismo histórico, artístico e cultural. O turismo com base no legado cultural permite à comunidade um processo de recuperação das lembranças coletivas. Sendo assim, buscam-se fontes de informações, tentando-se reconstruir a história. Os fatos induzem os moradores de uma região a questionar sobre o que sua cidade representou em uma determinada época, como teria sido o cenário envolvido dessa região no passado, o que poderia fazer como protagonista (morador) de uma nova história, visto que a cultura não é estática.

Cada cultura é representada por elementos culturais, para que seja reconhecida em suas formas materiais e imateriais. Essas formas são demonstradas por intermédio da gastronomia, de festas, artesanatos, construções, músicas, religiosidade, danças, entre tantos outros elementos. Em virtude de esses elementos representarem uma cultura e serem aproveitados em suas variedades culturais, apresentam um valor considerável para o turismo. Este deve ser compartilhado entre os diversos setores interessados da comunidade local da melhor forma possível para que o produto turístico cultural atenda às necessidades dos turistas. Para que haja a promoção do desenvolvimento regional turístico, é importante um monitoramento de seus impactos. Assim, podemos, quando necessário, reestruturar os elementos do território de forma adequada.

O acolhimento que o turista recebe tem relação direta com a hospitalidade, e esta, com a promoção do turismo, sendo portanto uma troca mútua.

É justamente na relação com o turismo que reside a maior parte dos conflitos ideológicos, mas é também nela que podem estar as maiores possibilidades de avanços, com o esforço dirigido para uma situação de cooperação entre ambas as áreas. [...] o foco restrito no viajante (objeto do turismo) ou no anfitrião (objeto da hospitalidade) é menos benéfico do que o foco na interseção e no relacionamento entre ambos. Essa cooperação pode ser expressa e aplicada no planejamento de localidades turísticas, especialmente nas modalidades de turismo urbano. A aplicação dos dois grupos de indicadores (de hospitalidade e de turismo) pode representar um ganho em sustentabilidade da atividade turística (DE SOUZA BEZERRA, 2007, p. 343).

Segundo Dias (2006), é imprescindível que ruas, praças, avenidas, lugarejos, enfim, locais públicos tenham aspecto favorável de limpeza e que os serviços públicos prestados sejam eficientes para os turistas. O avanço do desenvolvimento regional deve-se também a fatores internos. Para que haja um mercado turístico em um espaço produtivo, fazem-se necessários infraestrutura adequada e estabelecimento de equipamentos e instalações voltados ao processo de incrementos das atividades turísticas, além de métodos de organização, produção empresarial e fortalecimento de parcerias.



Considerações finais

Os resultados parciais demonstraram que as placas funcionam como uma maneira acolhedora e hospitaleira de transmitir informações sobre o local e suas peculiaridades. Vê-se que as informações contidas nas placas evidenciam representações de cunho cultural, simbólico e histórico. Além disso, elas promovem um elo entre o patrimônio e o turista, que por sua vez pode dar indicação para outras pessoas visitarem a localidade. É relevante também que o turista tenha interesse em retornar ao município – a hospitalidade com a qual é recebido influencia nos sentimentos em relação ao lugar.

Não basta apenas conhecer um ponto turístico, é preciso senti-lo, experimentá-lo e interagir com ele de forma direta ou indireta. A hospitalidade reflete no sentimento que o turista tem em relação ao lugar que se propôs a conhecer. Isso pode ocorrer com reflexos de hospitalidade, seja por meio de informações expostas sobre o lugar, seja por meio de placas explicativas ou guia turístico, para que seja possível repassar esse sentimento do lugar.

Referências

ABLAS, L. Efeitos do turismo no desenvolvimento regional. **Revista Turismo em Análise**, v. 2, n. 1, p. 42-52, 1991.

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papyrus, 2000.

BITOUN, J.; MIRANDA, L. **Tipologia das cidades brasileiras**. 2. ed. Rio de Janeiro: Letra Capital / Observatório das Metrópoles, 2009.

BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: Edusc, 2002.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

DALPIAZ, R. C. C.; DAGOSTINI, A.; GIACOMINI, D. M. **A hospitalidade no turismo**: o bem receber. Disponível em: <http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2015.

DE SOUZA BEZERRA, S. R. Z. Apontamentos sobre hospitalidade, turismo e modernidade. **Revista Cesumar – Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**, v. 12, n. 2, p. 335-345, 2007.

DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

GIEDION, S. **Espaço, tempo e arquitetura**: o desenvolvimento de uma nova tradição. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.



HAMLIN, T. **Arquitetura** – uma arte para todos. Rio de Janeiro: Fundo Cultural, 1962.

MACHADO, M. S. Geografia e epistemologia: um passeio pelos conceitos de espaço, território e territorialidade. **Revista do Departamento de Geografia**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 17-32, 1997.

MATHEUS, Z. M. A idéia de uma cidade hospitaleira. *In*: DIAS, C. M. de M. (Org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. p. 57-67.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SIMÃO, M. C. R. **Preservação do patrimônio cultural em cidades**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.



A CONTRIBUIÇÃO DA IGREJA MATRIZ COMO ELEMENTO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL TURÍSTICO NO MUNICÍPIO DE MORRETES (PR)

Natália Carolina de Oliveira Vaz¹
Marcos Antônio Mattedi²

Resumo: Este artigo tem o objetivo de analisar de forma sintética a contribuição da Igreja Matriz para o desenvolvimento regional turístico de Morretes (PR). Investigou-se o desenvolvimento regional turístico com enfoque no turismo cultural. Nos primeiros estudos no campo do desenvolvimento era observada, em grande maioria, a riqueza econômica gerada. Não se levavam em conta aspectos históricos, sociais, culturais e turísticos. O conceito de desenvolvimento vem se modificando com o decorrer do tempo, englobando novas perspectivas de visão e de abrangência. O conceito de história igualmente tem se transformado através dos tempos, de modo a admitir novas formas e abordagens para uma construção histórica. A pesquisa tem aporte histórico, cultural e religioso, este último em sentido amplo de sua simbologia. Para o desenvolvimento da presente pesquisa, utilizou-se a metodologia qualitativa bibliográfica e documental, partindo do geral para o específico. Recorreu-se ao método exploratório com observações em campo que possibilitaram a aproximação com o objeto de estudo. Assim, ao aliar os métodos de pesquisa e as inovadoras perspectivas de desenvolvimento regional turístico com novas abordagens históricas, pode-se pensar em uma construção diferenciada para estudar a contribuição da Igreja Matriz como elemento do desenvolvimento regional turístico do município de Morretes.

Palavras-chave: desenvolvimento regional turístico; história da cidade; Igreja Matriz de Morretes (PR).

Introdução

O município de Morretes (PR) surgiu na época do Brasil Colônia. Por essa razão possui construções de antigas igrejas católicas que foram erguidas em seu território. Tais igrejas mantêm traços peculiares, em razão da estrutura de colonização. O raro livro *Memória histórica, chronologica, topographica e descriptiva da Villa de Morretes e do Porto Real vulgarmente Porto de Çima (1851)*, de Antônio Vieira dos Santos, possibilitou verificar que a Igreja Nossa Senhora do Porto de Cima, ou Igreja Matriz, que fica em Morretes, está resistindo à ação do tempo.

¹ Bacharel em Direito, mestre em Desenvolvimento Regional pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (Furb). E-mail: natihvaz@gmail.com.

² Professor do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional da Furb. E-mail: mattediblu@gmail.com.



No ano de 2015 é possível ver a Igreja Matriz firme e forte; em que pese ter passado por diversas transformações ao longo dos séculos, ainda se mantém em pé. A influência da arquitetura e da localização e o período histórico contribuíram para que a Igreja Matriz resistisse ao tempo. A referida igreja não só vivenciou as transformações ocorridas ao seu redor, como também foi palco de grandes acontecimentos guardados na memória dos morretenses. Ela contribui com sua beleza arquitetônica, destacando-se dentre outras construções da região. A sua beleza não está somente na estética, mas também na história que a construção possui. O objetivo mais amplo do presente trabalho visa caracterizar e identificar elementos que estabeleçam a relação entre a contribuição da Igreja Matriz e o desenvolvimento regional turístico.

As informações angariadas poderão contribuir com a promoção turística e a preservação do patrimônio cultural, histórico e religioso, além de colaborar com o desenvolvimento regional turístico de Morretes. A metodologia qualitativa foi utilizada na pesquisa para que fosse possível realizar as análises.

Os traços coloniais e a atualidade

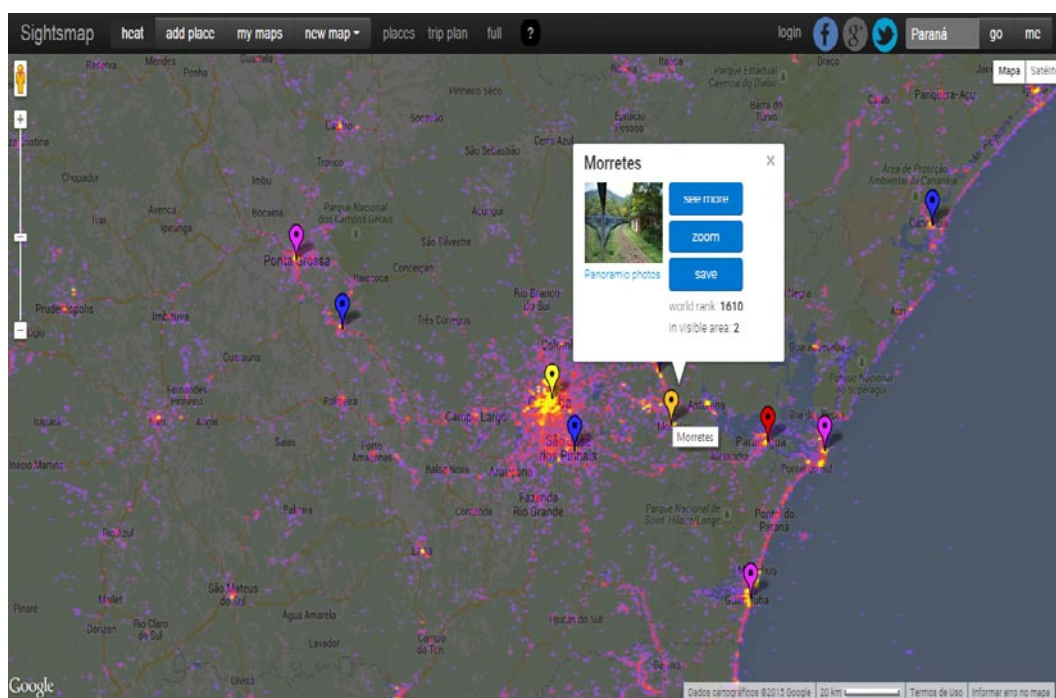
Os traços coloniais com intenções colonizadoras deixaram heranças marcantes no território brasileiro. Essa característica tem traços históricos nas formações das cidades brasileiras daquela época. As urbanizações do território em algumas localidades foram feitas, na maioria das vezes, intencionalmente, visando a interesses específicos ou comodidades proporcionadas pela sua localização geográfica. A resistência das cidades coloniais ao tempo é dificultosa. Muitas vezes as regiões onde estão instaladas não acompanham o desenvolvimento que ocorre em seu entorno. A manutenção e a continuidade de existência dessas cidades dependem de diferentes fatores relacionados a mudanças em diversos campos. Isso acaba gerando tensões: “As antigas cidades coloniais e imperiais não conseguem sobreviver às mudanças radicais (econômicas, demográficas, sociais e culturais) impostas pelo universo urbano-industrial e aos novos problemas que emergiam” (MORAES, 1995, p. 44).

Atualmente a Igreja Matriz se mantém no *ranking*³ do local mais fotografado do município de Morretes, de acordo com o Sightsmap (<http://www.sightsmap.com/>). Essa ferramenta computa os *check-ins* ocorridos nas regiões com base na utilização da plataforma de dados dos aplicativos de imagens e localização. Conforme se observa na figura 1, o município de Morretes está em segundo colocado no *ranking* do estado do Paraná. A Igreja Matriz aparece em primeiro lugar do *ranking* daquela região se empregarmos como delimitação da pesquisa a palavra Morretes (figura 2).

³ No ano de 2014 o jornal *Gazeta do Povo* anunciou: “No Litoral do estado, Morretes ocupa o quinto lugar no *ranking* das cidades paranaenses mais fotografadas e a Igreja Matriz de Nossa Senhora do Porto se destaca no município. Localizada em um dos pontos mais elevados da cidade, a igreja foi inaugurada em 1850. A praça central de Morretes, às margens do Rio Nhundiaquara, um dos pontos mais efervescentes do turismo litorâneo, fica no segundo lugar da lista. A estação de trem de Morretes, que recebe turistas que saem de Curitiba via ferrovia, é o terceiro ponto mais registrado pelas câmeras” (SCHONARTH, 2014).

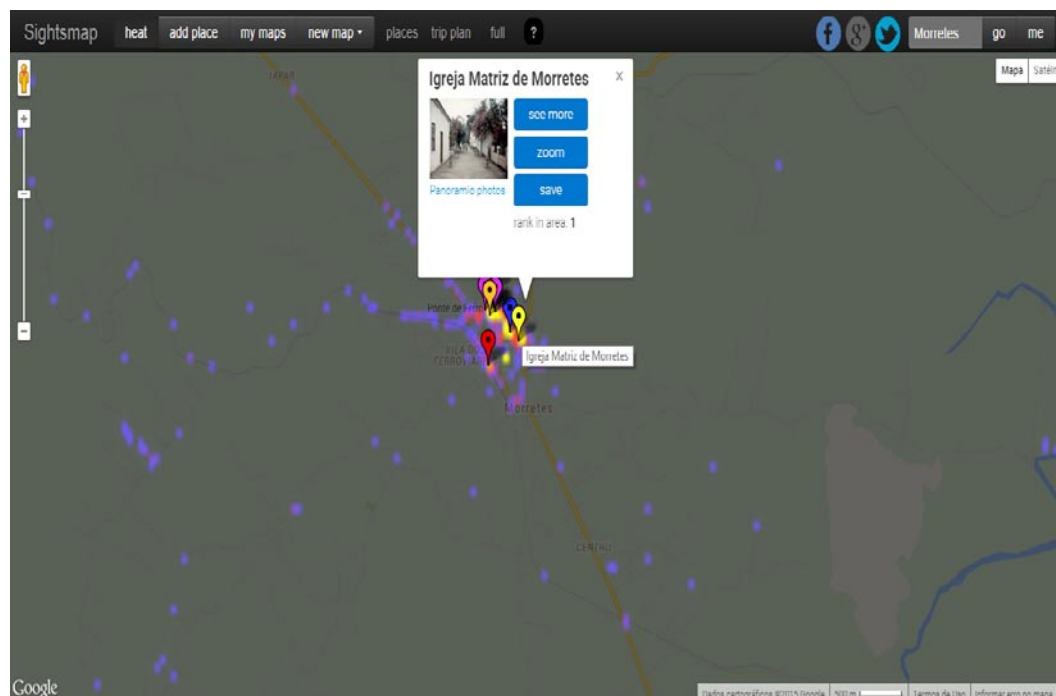


Figura 1 – Consulta ao Sightsmap – 2.º lugar mais fotografado: Morretes, do território do estado do Paraná (utilizando o termo Paraná)



Fonte: Consultado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 5/3/2015

Figura 2 – Consulta ao Sightsmap – 1.º lugar mais fotografado: Igreja Matriz, do território de Morretes (utilizando o termo Morretes)



Fonte: Consultado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 5/3/2015

Tal quadro chama a atenção, considerando a imagem e o valor que a igreja ocupa. Morretes tem uma paisagem acolhedora. A Igreja Matriz contribui para que o município ocupe a 2.ª colocação no *ranking* do estado. Sua participação vem da importância dos



fatos ali ocorridos e também da sua expressão religiosa, de seus símbolos e das obras de arte da Via-Sacra e dos dois milagres regionais pintados por Theodoro de Bona. É apreciada também pela sua arquitetura, além da belíssima visão da paisagem que ela propicia, por ficar em destaque em um ponto mais elevado da cidade. A Igreja Matriz, como elemento indutor da cultura, proporciona uma real contribuição para o desenvolvimento regional por meio do turismo. Trata-se do local mais fotografado de Morretes, tornando-se involuntariamente um ponto turístico. Podemos observar as suas formas e volumes distribuídos no espaço:

Figura 3 – Igreja Matriz (Igreja Nossa Senhora do Porto de Cima) – lateral



Fonte: Fotografado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 2/7/2014

A Igreja Matriz de Morretes tem uma representação simbólica e relevante para a região. Em 1769, quando foi erguida, sua construção era de madeira; em 1812 iniciou-se a edificação atual, que terminou no ano de 1850. Durante todo esse tempo ela permaneceu com a sede no mesmo local. As transformações ocorridas através dos séculos e os eventos naturais não mudaram a sua localização. Diversos fatos históricos e culturais foram presenciados e/ou aconteceram em seu entorno, alguns em seu interior. É presença marcante nos habitantes da região que por ela passam todos os dias, mesmo que por vezes não percebam. Tornou-se também um ponto referencial de localização territorial para os habitantes e turistas. Atualmente ela guarda em seu interior vários símbolos, assim como é também um símbolo em si⁴. Para as culturas que estão habituadas com o catolicismo, vê-se de longe que se trata de uma igreja, pois suas formas e seus símbolos a revelam (figura 4).

⁴ Observando as figuras da Igreja Matriz é possível visualizar diversos símbolos móveis (objetos) e imóveis (incorporados na construção).



Figura 4 – Igreja Matriz (Igreja Nossa Senhora do Porto de Cima) – frontal/central/parte interna



Fonte: Fotografado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 2/7/2014

A Igreja Matriz de Morretes possui em seu espaço interno arquitetônico diversos símbolos relacionados com a sua identidade. A luminosidade e as suas características internas remetem à época de sua fundação e revelam seus traços históricos marcantes. Outra peculiaridade é a sua dupla função, pois além de igreja pode ser considerada museu. A dupla função não se dá apenas pela sua longa história e resistência ao tempo no decorrer dos séculos, mas também em razão das obras, dos símbolos e dos significados contidos em suas paredes.

A Igreja Matriz: turismo e desenvolvimento

A Igreja Matriz de Morretes tornou-se um ponto turístico involuntariamente, em virtude de diversos fatores. Ela exerce grande representação turística e simbólica na região. Resistiu aos séculos, esteve no mesmo local enquanto o território se transformava a sua volta. Sua história peculiar, seus aspectos arquitetônicos e sua participação no contexto social daquela região a tornam um importante símbolo de identidade. A igreja continua resistindo ao passar dos anos e das ações da natureza. Apesar de ser ponto turístico, não perdeu a sua finalidade existencial, em decorrência de haver uma forma de turismo que respeita as suas possibilidades e os seus ritos.

Figura 5 – Igreja Matriz (Igreja Nossa Senhora do Porto de Cima) – frontal



Fonte: Fotografado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 2/7/2014

Existem muitas igrejas que podem ser consideradas turísticas atualmente, sendo conhecidas pela arquitetura, pelas suas histórias, culturas, símbolos. Há, porém, que se tomar cuidado para não perder a essência da sua finalidade existencial, para que esta não seja esquecida em detrimento da atividade turística. Segundo Oliveira (2002), as igrejas são patrimônios turísticos criados pela atividade humana e estão inseridas em diversos roteiros turísticos:

Os roteiros turísticos, principalmente em países europeus, incluem frequentemente a visita a uma igreja. Cada qual tem uma história muito própria para contar sobre sua participação na vida da população, além de variados aspectos na arquitetura, nos vitrais e nas imagens dos santos. A seguir, algumas igrejas cuja visitação é obrigatória para os turistas que visitam essas cidades: Catedral Notre Dame, em Paris, e a Catedral de Chartres, em Chartres, entre muitas góticas da França; Catedral de Colônia, na Alemanha; Basílica de São Pedro, no Vaticano; a Catedral da Sagrada Família, em Barcelona, iniciada pelo arquiteto Gaudí e ainda inacabada; a Catedral de Milão; a Catedral de St. Patrick, em New York; a moderna catedral de Brasília; a Catedral de São Basílio, magnífico cartão postal de Moscou (OLIVEIRA, 2002, p. 122).

Visando contribuir com o turismo cultural e histórico, a Igreja Matriz de Morretes possui placas explicativas externas e internas. Isso possibilita que os turistas adquiram informações sobre a igreja sem que haja uma pessoa ali para auxiliá-los, posto que não há como arcar com esse custo regular. As placas são uma maneira aconchegante e hospitaleira de transmitir informações sobre o local e suas características. Nota-se que as informações ali contidas têm representações de cunho cultural e histórico.



Figura 6 – Placa explicativa externa – informações sobre a Igreja Matriz (Igreja Nossa Senhora do Porto de Cima)



Fonte: Fotografado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 2/7/2014

Figura 7 – Placa explicativa interna – informações sobre Theodoro de Bona



Fonte: Fotografado por Natália Carolina de Oliveira Vaz em 2/7/2014

As representações ocorrem em várias escalas de tempo e espaço sucessivamente; elas precisam de transformações que sejam firmes nas abordagens regionais. Na teoria da metodologia relacional, quando pensamos no desenvolvimento regional, as fronteiras podem ser modificadas, pois não são fixas. Demonstrando as possibilidades de utilização do turismo para o desenvolvimento regional, Ablas (1991) conclui que existe potencial para usar o turismo de forma inesgotável, dependendo da criatividade dos envolvidos interessados em promover o desenvolvimento regional, mesmo que a longo prazo. Para demonstrar, Ablas (1991, p. 52) assim expõe:



Há indicações, portanto, de que a atividade turística possui um claro potencial para a promoção do desenvolvimento regional, principalmente ao se considerar que os efeitos positivos sobre a estrutura produtiva regional ocorrem a prazo mais longo, através da criação de um ambiente propício à implantação de outros tipos de atividades.

A busca pela cultura por meio do turismo cultural não se limita à cultura contemporânea, há também procura por lugares históricos (BARRETO, 2000; DIAS, 2006). O turismo cultural é um dos que mais apresentam complexidade em relação aos outros segmentos do turismo, razão pela qual se torna mais significativo e abrangente. Sobretudo nos centros urbanos, houve crescimento da procura pelo turismo cultural. Isso aumentou consecutivamente o atrativo turístico para a exploração da cultura. A exploração da cultura por meio do turismo cultural, quando bem planejado, permite o desenvolvimento de uma região (DIAS, 2006).

Considerações finais

O território é o espaço geográfico onde acontecem fenômenos. Estes podem ser de diversos tipos e ocorrer em conjunto ou isoladamente, dependendo do que se pretende estudar. No presente caso será estudado o fenômeno do desenvolvimento regional e turístico de Morretes. O território, nesse caso, é a divisão política do município de Morretes, especificamente a região urbana, vez que a igreja está situada no perímetro urbano da localidade em questão. O território e seus elementos têm uma correlação de interdependência local, pois, se num território se encontra um elemento específico, este faz parte daquele e o diferencia dos demais não somente em relação ao espaço geográfico, como também ao que não se vê. Pode haver territórios multifacetados com sentimentos, culturas, histórias e outras peculiaridades que não são possíveis de enxergar a olho nu, somente sentindo.

Em 2015, Morretes esteve em 2.º lugar no *ranking* do Sightsmap como local mais fotografado do estado do Paraná, e a Igreja Matriz, em 1.º lugar no território morretense. No ano de 2014, a cidade ocupava a 5.º posição no estado do Paraná; a Igreja Matriz manteve-se no 1.º lugar do *ranking* de Morretes. Ao analisar tais informações, percebe-se que a Igreja Matriz contribui como elemento do desenvolvimento regional turístico no município de Morretes. A igreja colabora com a paisagem turística, uma vez que está localizada em um ponto central e elevado da cidade. Também auxilia com o desenvolvimento regional turístico no sentido de ampliar a permanência do turista, tendo em vista que atua como museu, por guardar as obras de Theodoro de Bona. Atualmente é considerada um ponto turístico histórico, cultural e religioso em sentido lato. É ponto turístico regional que explicita as simbologias.

A pesquisa ainda está em andamento, mas já demonstrou que um fator relevante seria a maior permanência do turista no município de Morretes. Essa maior constância poderia ocorrer com o incentivo ao turismo, aos pontos turísticos da localidade. O aumento de estadia na cidade acarretaria uma maior arrecadação e geração de renda, em razão do consumo de diversos produtos, serviços gerados e oferecidos aos turistas, os quais teriam mais tempo para permanecer no local e assim consumiriam mais. Além disso, haveria mais geração de renda para os comerciantes e para a população em geral, e como consequência a arrecadação municipal agregaria valor ao turismo.



Referências

ABLAS, L. Efeitos do turismo no desenvolvimento regional. **Revista Turismo em Análise**, v. 2, n. 1, p. 42-52, 1991.

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

MATTEDI, M. A. **Pensando com o desenvolvimento regional**. Blumenau, 2014. 43 p. Trabalho não publicado.

MORAES, J. G. V. de. **Cidade e cultura urbana na Primeira República**. 2. ed. São Paulo: Atual, 1995.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SCHONARTH, J. P. Os locais do PR que ficam bem na foto. **Gazeta do Povo**, 6 abr. 2014. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/os-locais-do-pr-que-ficam-bem-na-foto-8obv56ipvk8jz813wz1gd57pq>>. Acesso em: 20 out. 2014.

SIGHTSMAP. Disponível em: <<http://www.sightsmap.com/>>. Acesso em: 5 mar. 2015.

VIEIRA DOS SANTOS, A. **Memória histórica, chronologica, topographica e descriptiva da Villa de Morretes e do Porto Real vulgarmente Porto de Çima (1851)**. Tomo I. Curitiba: Museu Paranaense, 1950.



DO PÃO DE MILHO À FESTA: O RESGATE DE UMA CULTURA – A EXPERIÊNCIA DE SÃO BONIFÁCIO (SC)

Giully de Oliveira¹

Resumo: O artigo faz uma abordagem breve do pão de milho como elemento da identidade cultural dos moradores de São Bonifácio (SC). Pretende-se mostrar um pouco como o são-bonifacense se identifica culturalmente com suas origens, sobretudo com o pão de milho, alimento símbolo da cidade. Procura-se transcorrer sobre o tema partindo da identificação cultural até a chegada da Festa do Pão de Milho. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa qualitativa com uma abordagem etnográfica com auxílio de entrevistas e registros fotográficos, para posterior análise dos dados. Conclui-se previamente que o pão de milho faz parte da cultura do são-bonifacense e está presente como elemento cultural na comunidade até os dias de hoje.

Palavras-chave: São Bonifácio; identidade cultural; pão de milho.

Introdução

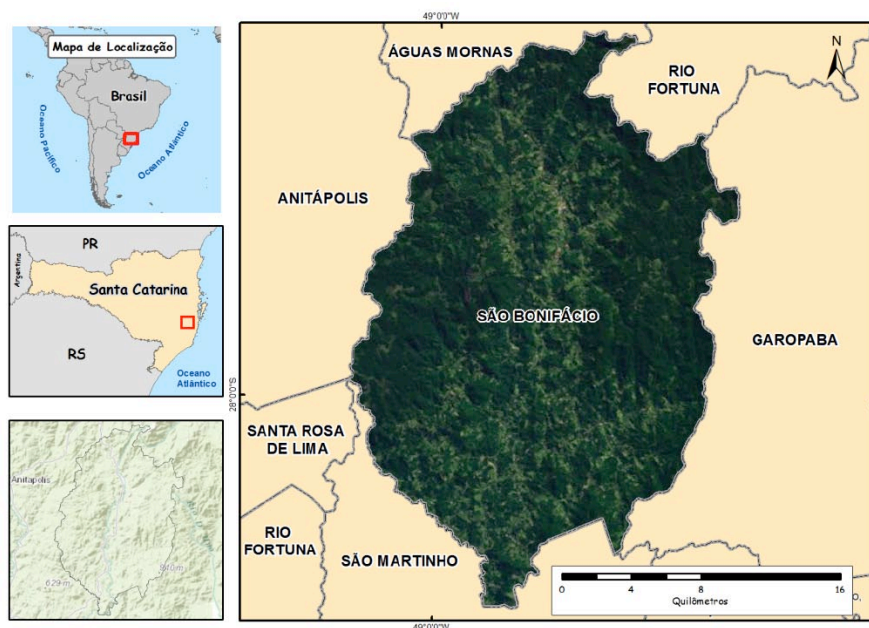
O presente trabalho aborda a questão da cultura do pão de milho no município de São Bonifácio (SC), alimento visto como um símbolo da cidade. Esta produção é um recorte de uma pesquisa mais ampla que teve como objetivo principal compreender como a participação de algumas propriedades rurais de São Bonifácio (SC) na Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia (AAAC) poderia influenciar na prática de turismo rural na região. Em meio à pesquisa, diferentes elementos compondo o cenário do turismo da cidade apareceram, entre eles o pão de milho, um ícone cultural da comunidade. Sendo assim, o artigo aborda o pão de milho como alimento representante da cultura do município.

São Bonifácio, que se tornou município em 1962, localiza-se na região da Grande Florianópolis, estado de Santa Catarina (mapa 1). Teve sua colonização iniciada no ano de 1864 – ocasião em que chegaram os primeiros imigrantes de cultura alemã oriundos da região da Westphalia, na atual Alemanha. Inicialmente, os colonos instalaram-se em Teresópolis e foram, em seguida, à procura de novas e melhores terras, chegando até o local que hoje se chama São Bonifácio.

¹ Professora de Biologia, graduada em Ciências Biológicas, mestre em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental. E-mail: giully.de.oliveira@gmail.com.



Mapa 1 – Localização do município de São Bonifácio (SC)



Fonte: Samuel Fernández – GEOLab (2012)

O município possui uma área territorial de 452 km², em uma altitude média de 610 metros, com clima subtropical úmido e relevo sinuoso. A população é de 3.008 habitantes (IBGE, 2010); destes, 75% residem na área rural. É característica da região a presença da arquitetura em estilo enxaimel, bem como a preservação da tradição e de costumes germânicos, como alimentação típica, língua alemã com dialetos específicos, música, religiosidade, entre outros. A economia baseia-se na agricultura, pecuária de leite e corte, apicultura, avicultura, beneficiamento de madeira, indústrias de laticínios, e há forte vocação para o turismo.

Os imigrantes de cultura alemã que ocuparam as terras de São Bonifácio como agricultores sobreviveram no local a duras penas. As dificuldades ainda hoje são verificadas por conta do relevo altamente acidentado, embora isso proporcione a formação de belas paisagens.

O acesso norte à cidade dá-se pela BR-282, via Santo Amaro da Imperatriz, e pela SC-435. O acesso sul ocorre pela SC-438, via Gravatal, ou ainda pela SC-431, via Armazém e São Martinho.

São Bonifácio faz parte da

[...] maior unidade de conservação de proteção integral do Estado, criada em 1975 com base nos estudos dos botânicos Pe. Raulino Reitz e Roberto Miguel Klein, com o objetivo de proteger a rica biodiversidade da região e os mananciais hídricos que abastecem as cidades da Grande Florianópolis e do Sul do Estado [...]. O Parque Estadual da Serra do Tabuleiro ocupa cerca de 1% do território catarinense (FATMA, 2009).

O lugar mantém intactos muitos hábitos e costumes dos primeiros colonos. A língua alemã é um deles, conservada pela maior parte da população, que compreende ou fala o idioma. No resgate e na preservação do folclore alemão, os grupos folclóricos



Kleine Tänzer e Tanzen Freude und Liebe apresentam danças das regiões de origem dos imigrantes, com ênfase para a Dança dos Sete Passos. As festas mais significativas que retratam aspectos culturais da localidade são as realizadas nas diversas comunidades, todas alusivas ao seu padroeiro: a Festa do Padroeiro na sede do município, a Festa do Hospital, a Festa do Pão de Milho e o Natal Luz.

A metodologia empregada neste trabalho segue uma abordagem qualitativa, com a observação empírica realizada em visitas ao campo, quando foram vistos diretamente os elementos de interesse aplicando o método etnográfico – que inclui a observação participante e a realização de entrevistas semiestruturadas. Inicialmente a busca em revisão bibliográfica e dados secundários foi fundamental para dar início ao trabalho, tendo assim uma compreensão do universo de pesquisa e dos temas/conceitos a serem abordados.

O são-bonifacense e sua identidade cultural

A questão da identidade está presente em qualquer lugar ou segmento social. A necessidade de se identificar ou pertencer a algo acontece de forma espontânea entre os seres humanos. Em São Bonifácio não é diferente. Município de colonização alemã, muitos elementos que levam à questão cultural de seus fundadores estão ali até hoje.

Um dos primeiros autores a tratar do conceito de identidade nos estudos culturais foi Stuart Hall, que, por sua experiência como migrante, começou a reflexão em torno da raça humana, a partir do fim dos anos 1970. Antes de falar de identidade cultural propriamente dita, dois conceitos precisam ser discutidos: de cultura e de identidade.

Para Eagleton (2011, p. 9), a “cultura é considerada uma das duas ou três palavras mais complexas de nossa língua [...]”. No campo agrário tem outra conotação, na biológica outra e, para as ciências sociais, cabe aqui outro sentido, de cunho social.

Laraia (2001) dialoga com diversos pensadores sobre cultura, passando pelas questões iluministas até os autores modernos, e fala também sobre a cultura a partir do determinismo ambiental e biológico, citando White, Lévi-Strauss, Boas, Kroeber, entre outros. Segundo Laraia (2001), Tylor é o primeiro a definir cultura sob o ponto de vista antropológico. Conforme Tylor (*apud* LARAIA, 2001, p. 16), cultura é “[...] todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética”.

Laraia (2001) discorre sobre como os indivíduos de culturas diferentes veem o mundo de maneira diferente. Faz ressalvas para a tendência denominada de etnocentrismo, responsável por inúmeros conflitos, pois alguns povos acreditam que sua cultura é superior às outras. O autor considera que a cultura tem caráter dinâmico. Usando o termo sistema cultural, ele afirma que a cultura está sempre sofrendo mudanças, e o que importa é entendê-las para evitar conflitos entre as gerações e pensamentos preconceituosos.

Damatta (1986, p. 123) entende cultura, na antropologia, como “[...] um mapa, um receituário, um código, através do qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam e modificam o mundo e a si mesmas”. De acordo com Aranha (2006), no sentido amplo da antropologia, cultura é tudo o que o ser humano produz para construir sua existência e atender às suas necessidades e aos seus desejos. Podem-se colocar nesse conceito, além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, as tradições e as crenças. A autora conclui que



o existir do ser humano não é natural, mas cultural. É cultural por ser simbólico, já que os contatos são intermediados pelos símbolos capazes de representar o mundo. Ela afirma: “A cultura é o conjunto de símbolos elaborados por um povo em determinado tempo e lugar, capacidade que inclui todas as formas de agir, pensar, desejar, exprimir sentimentos” (ARANHA, 2006, p. 58).

Outro pré-conceito para chegar à *identidade cultural* é a ideia de identidade, concepção discutida em diferentes campos das ciências humanas. Tratando-se de conceito presente de forma interdisciplinar, a noção de identidade gerou muitas noções diferentes: identidade nacional, identidade étnica, identidade social etc., criando uma gama de interpretações. “Entende-se por identidade a fonte de significados e experiências de um povo” (CASTELLS, 2001, p. 22). Compreende-se então que cultura é tudo aquilo que orienta o modo de agir de um povo, e identidade, o que relaciona o indivíduo com o grupo, relacionando-o com o mundo.

Diversos autores discutem identidade cultural, mas um dos seus precursores é Stuart Hall, que produziu várias obras sobre o tema. O autor define identidade cultural como

[...] pontos de identificação, os pontos instáveis de identificação ou sutura, feitos no interior dos discursos da cultura e história. Não uma essência, mas um *posicionamento*. Onde haver sempre uma política da identidade, uma política de posição, que não conta com nenhuma garantia absoluta numa lei de origem, sem problemas, transcendental (HALL, 1996, p. 70. Grifado no original).

Hall (2001, p. 139) afiança que identidade cultural é uma espécie de “sentimento de pertencimento”. Santos (2011, p. 144), em complemento, diz que “identidade cultural é em muitos sentidos a fonte de significados e experiência de um povo”. O autor, ao dialogar com Hall, Woodward e Silva (*apud* SANTOS, 2011), coloca: “A identidade cultural não é auto referencial como se pensava, ela é, pelo contrário, relacional. Nasce e se desenvolve na relação com o outro”.

Falar em identidade cultural então é compreender um tempo de mudança onde o moderno pode coabitar com o tradicional, a comunidade pode coabitar com a sociedade, não há uma anulação de uma modalidade antiga para a substituição de uma outra e, sim, uma realidade que permite que diferentes temporalidades ocupem o mesmo espaço e estas possam ser vivenciadas concomitantemente pelos agentes sociais (ROSA, 2007, p. 4).

Após um aporte teórico sobre o que é identidade cultural, pode-se pensar como esta se faz presente em São Bonifácio. Hall (1996) declara que a identidade cultural é ponto de identificação. Diante do processo de formação do município, talvez possamos levantar alguns elementos.

Como já comentado, a origem da cidade está ligada profundamente à vinda de imigrantes da Westphalia, por volta de 1864, o que hoje configura São Bonifácio como território culturalmente demarcado por características germânicas.

[...] no século XIX aconteceram na Europa muitas guerras e revoluções. Primeiro foram as napoleônicas, com todas as suas consequências, que duravam dezenas de anos. [...] Depois aconteceram as revoluções. A Revolução de 1848 provocou um clima de instabilidade e insegurança [...] (DIRKSEN, 1995, p. 19).



Dirksen ainda comenta que a Revolução Industrial teve influência nesse processo migratório. Os imigrantes da **Westphalia deixaram a Europa, segundo ele,**

[...] em navio a vela e levava em torno de 60 dias do porto de embarque, na Holanda ou Alemanha, até Florianópolis. [...] No Rio de Janeiro era feita a notificação de chegada e baldeava-se do transatlântico para um navio costeiro brasileiro que levava o imigrante até Desterro (DIRKSEN, 1995, p. 27).

Já em Florianópolis – que então se chamava Nossa Senhora do Desterro –, o imigrante era instalado na **Colônia Teresópolis, fundada em 1860, distante “[...] 48 km da capital, sobre a estrada de Lages”** (DIRKSEN, 1995, p. 37). A Colônia Teresópolis era formada pelo que hoje são os municípios de **Águas Mornas e São Bonifácio**. Segundo Alarcon (2007, p. 41), “a ‘Colônia Teresópolis’ foi fundada [...] por 41 famílias”. Considerando a vinda dos imigrantes de cultura alemã, esse é o **primeiro ponto de identificação** que se busca.

Dirksen (1995), Klug (1994), Jochem (2002) e Seiferth (2004) ressaltam que nesse grupo de imigrantes não havia somente “**alemães**”, **existiam outros grupos da cultura germânica, poloneses, holandeses, ou seja, eram pessoas de cultura alemã vindas de diferentes países da Europa.**

Dentre os estudos considerando os grupos de imigrantes de cultura alemã, diferentes aspectos são objeto de pesquisa, seja a cultura em si, como investiga Lemonje (2013), que trabalha com o aspecto da legitimação da cultura alemã como identidade catarinense, ou a religiosidade, que era algo muito presente nos grupos de imigrantes, como aborda Nascimento (2013) ao discutir os aspectos da religiosidade dos alemães que migraram para Santa Catarina. Klug (1994; 1998) também trabalha a religiosidade dos imigrantes de cultura alemã, **porém enfatiza o luteranismo**. Jochem (2002) faz uma análise dos acontecimentos, de forma cronológica, que levaram à **formação da Colônia Teresópolis**. Enfoca o aspecto religioso e mostra como a **Igreja Católica influenciou** nesse processo entre 1860-1910.

Pesquisadores, entre eles antropólogos e historiadores, procuram definir para cada caso um conceito. Seiferth é uma das autoras que argumentam trazendo o conceito de teuto-brasileiro, que remete a “[...] uma concepção de identidade fundada na diferença cultural característica de **sistemas interétnicos**” (SEIFERTH, 2004, p. 152). Simões (2010) investigou e analisou o processo de construção e os efeitos da Marca Territorial de São Bonifácio, os quais integram um processo embrionário de Desenvolvimento Territorial Sustentável transcorrido entre 2005 e 2008, sendo as **questões de identificação cultural** elementos bem presentes ao longo da pesquisa. Segundo Simões (2010, p. 167):

De fato, essa discussão ainda demanda a atenção de especialistas, embora se possa considerar que São Bonifácio **não é um micro-território** [sic] alemão, sendo mais sensato arriscar que se trata de um micro-território [sic] de indivíduos brasileiros com uma identidade cultural interétnica teuto-brasileira, dentre as quais se destacam especificidades da cultura da Westfália do século XIX e da cultura colonial de Santa Catarina ainda em formação.

Simões (2010) versa sobre marcas patrimoniais da identidade cultural que podem ser percebidas até os dias de hoje em São Bonifácio, **como as placas da sede do município com nomes em alemão e casas em estilo enxaimel.**



Este tópico serviu para apresentar, de forma sintetizada, o que é a identidade cultural do município de São Bonifácio, entender a origem, que vem de um processo histórico (imigração), e observar quais elementos se fazem presentes na conjuntura atual do município.

Do pão de milho à festa

O pão de milho² faz-se presente em São Bonifácio desde o início de sua formação; é uma herança do processo migratório, deixada pelos antepassados. A receita do pão de milho foi passando de geração para geração, presente até os dias de hoje. Em algumas casas a receita já sofreu alteração, mesmo assim o pão de milho faz parte dos hábitos alimentares das famílias de São Bonifácio.

Durante a pesquisa, muitos dos entrevistados lembram-se do pão de milho como alimento símbolo da atividade da roça, por ser um pão mais “pesado”, ou seja, consistente, em virtude de seus ingredientes de base: cará, batata-doce e milho. O pão era levado para o lanche da manhã e na língua alemã era chamado de Frühstück.

Em contato com a Casa do Produto Colonial, recebeu-se a seguinte informação:

Antigamente, a gente, quando moça, aprendia a fazer de tudo na cozinha, até o pão de milho. Cada um fazia o seu em casa, era comum ter forno à lenha, hoje todo mundo compra, é mais fácil. A gente vende aqui na casa, a padaria D... vende todos os dias, e nas localidades mais distantes o carro passa vendendo de tudo: o pão de milho, rosca, cuca e tudo mais (X. Entrevista concedida em 13 de junho de 2014³).

Renita e Thiago Hawerth, mãe e filho, são responsáveis pela maior produção de pão de milho e atendem o município e a região. Renita Hawerth é viúva e tem três filhos: Caroline, Thiago e Felipe. Caroline estuda mestrado em Minas Gerais; Thiago e Felipe residem com a mãe em São Bonifácio, ajudando na produção de pão de milho. Thiago teve oportunidade de seguir carreira de modelo, porém resolveu voltar para o interior, fez o curso de panificação no Instituto Federal Catarinense (IFC) e hoje trabalha com a mãe. Felipe auxilia na busca dos ingredientes e entrega do produto (pão de milho) nas panificadoras.

A matéria-prima para a produção do pão é comprada de terceiros, uma vez que não existe espaço no terreno para plantar cará e batata-doce. A falta de mão de obra também é um fator complicador, afirma Thiago. Ele comenta que gostariam de aumentar a produção, mas o custo da mão de obra impossibilita. Thiago diz: “Hoje, produzindo o pão, sou eu e a mãe. São, em média, 3 fornadas por dia. Temos outros afazeres, a mãe tem as coisas da casa e eu as tarefas no sítio, mas é possível aumentar, desde que tenha mão de obra” (Thiago. Entrevista concedida em 12 de junho de 2014). Na figura 1 podem-se observar a área onde a família Hawerth produz pão e alguns pães de milho prontos para entrega.

² Receita de pão de milho – ingredientes: 1 kg de batata-doce ralada, ½ kg de cará ralado, farinha de milho (fubá), 1 colher de sal, 50 g de fermento. Modo de preparo: primeiro passo – misture numa vasilha o fermento e 100 g de fubá, cubra com um pano para crescer; segundo passo – ferva água, escale a batata e deixe esfriar. Misture o cará cru, a massa fermentada, a batata e o sal e gradualmente adicione fubá até obter uma massa mole. Cubra e espere crescer por cerca de 3 horas. Forme pães para assar em formas untadas retangulares. Asse em forno à lenha por uma hora ou forno a gás por 40 minutos a 180°C.

³ A entrevistada não autorizou divulgar seu nome.



Figura 1 – Forno para produção de pão de milho, que comporta 61 formas ao mesmo tempo (esquerda), e pão de milho em descanso após ser assado (direita)



Fonte: Fotos de Giully de Oliveira (2014)

Ao falar sobre o turismo na região, mãe e filho reconhecem o pão de milho como uma marca identitária do município. Renita assegura:

O visitante vem, ele quer levar um produto do local. O pão de milho é algo de São Bonifácio. Na casa de produtos coloniais, visitantes compram produtos. Eu não coloco o meu lá, pois tenho mercado fora e deixo espaço para outra pessoa colocar, mas sei que ele é símbolo da cidade (Renita. Entrevista concedida em 12 de junho de 2014).

A Festa Regional do Pão de Milho⁴ é um elemento cultural bem significativo. A ideia de criar uma festa com o nome de um alimento característico da região, o pão de milho, partiu do então líder da Paróquia de São Bonifácio, o padre holandês Sebastião van Lishout (1970-1992). Ela foi criada em 1993, com o apoio da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri)⁵, com vistas a divulgar aos visitantes de São Bonifácio a **produção agropecuária da cidade (BOEING, 2011)**.

A festa reúne muitos visitantes, e nela acontece a comercialização de produtos coloniais: geleias, biscoitos, salames, mel, entre outros. É criado um espaço para que os agricultores vendam seus produtos (figura 2).

Figura 2 – Tenda da venda de produtos coloniais e artesanais (esquerda) e produtos comercializados na feira de produtos coloniais da XI Festa Regional do Pão de Milho (direita)



Fonte: Fotos de Giully de Oliveira (2014)

⁴ A Festa Regional do Pão de Milho acontece de forma bianual, tendo dois dias de duração. A última festa aconteceu em maio de 2014, sendo a décima primeira edição, com um público estimado de 3.000 a 4.000 pessoas.

⁵ A Epagri incorporou, em 1991, a Associação de Crédito e Assistência Rural do Estado de Santa Catarina (Acaresc), entre outros órgãos de pesquisa e extensão rural.



Além da feira, existe um espaço para que o visitante faça suas refeições durante a festa, funcionando como uma praça de alimentação. Lá há uma variedade de alimentos, até mesmo produtos típicos da cultura alemã (figura 3).

Figura 3 – Tenda com comercialização de alimentos (praça de alimentação)



Fonte: Foto de Giully de Oliveira (2014)

No primeiro dia de festa, após a abertura oficial, acontece apresentação de danças típicas alemãs (figura 4) pelo grupo da cidade e grupos de dança da região. Grupos musicais também animam o evento com música típica alemã no período da tarde.

Figura 4 – Apresentação do grupo de dança de São Bonifácio, na abertura da XI Festa Regional do Pão de Milho



Fonte: Fotos de Giully de Oliveira (2014)

No primeiro dia de festa no período da noite, escolhe-se a rainha da festa e há o baile (figura 5). As candidatas à rainha devem estar vestidas com roupas típicas, seguindo as recomendações e tradições das festas alemãs, e precisam ter ascendência alemã.



Figura 5 – Escolha da rainha (esquerda) e baile da XI Festa Regional do Pão de Milho (direita)



Fonte: Fotos do arquivo da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de São Bonifácio (2014)

No dia seguinte, a festa continua com um almoço; a praça de alimentação e a feira de produtos coloniais e artesanais continuam funcionando. A festa é animada com música típica alemã. No período da tarde faz-se o Desfile da Colonização Alemã, com grande envolvimento da comunidade (figura 6). As crianças aproveitam os espaços abertos para brincar e se divertir. Os participantes dos grupos de dança ficam gratos pela presença da família e da comunidade. As famílias e os visitantes que presenciam as apresentações ficam bem entusiasmados. Os jovens procuram pela festa mais no momento do baile e na coroação da rainha. Na ocasião, a comunidade e as pessoas que comercializam na festa comentam que a participação da comunidade local já foi maior.

Figura 6 – Desfile da Colonização Alemã. Mulheres de São Bonifácio representando a produção do pão de milho (esquerda) e representação de uma família de imigrantes chegando ao município (direita)



Fonte: Fotos de Giully de Oliveira (2014)

Bandas musicais encerram a festa; em seu repertório, músicas típicas da cultura alemã (figura 7). A banda Humanização costuma animar as festas na cidade e região e procura ter um repertório caracterizado pela música alemã. O vocalista, que é professor dos grupos de danças folclóricas da cidade, comenta que já receberam visitas de pessoas vindas da Alemanha, e elas disseram que as músicas e as danças



as levam ao passado, pois atualmente quase não existem manifestações culturais em tal formato na Alemanha.

Figura 7 – Banda Humanção de São Bonifácio no encerramento da XI Festa Regional do Pão de Milho



Fonte: Arquivo da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo de São Bonifácio (2014)

Em conversa com Renita e Thiago Hawerroth sobre a produção do pão de milho, ambos comentaram sobre o turismo. Acreditam ser uma forma de difundir a cidade e o produto que eles vendem. Thiago diz: “*Gostaríamos muito de ter a festa todos os anos. Mas hoje ela é bianual. Estamos nos organizando para ter uma marca para o nosso produto, uma etiqueta bonita que chame a atenção. Queremos vender para outros lugares, além dos de hoje, expandir mesmo*” (Thiago. Entrevista concedida em 12 de junho de 2014).

A tendência é que cada vez mais a festa se torne conhecida, por causa da prática de turismo que vem ocorrendo no município. A *vinda do turista possibilita que o marketing* sobre a festa aconteça de “boca em boca”. Atualmente a cidade tem o *Jornal de São Bonifácio*, veiculado na região, sendo mais uma forma de divulgação.

Sobre o pão de milho já foi produzido um documentário, *Saboreando memórias*, que relata todo o processo da cultura do pão de milho em São Bonifácio. Boeing (2011) realizou uma investigação na localidade sobre o alimento símbolo da cidade: o milho. O trabalho objetivou analisar transformações do cotidiano de agricultores familiares que trabalharam com o cultivo e uso do milho em São Bonifácio (SC) ao longo das décadas de 1990 e 2000, desde a criação da Festa Regional do Pão de Milho. O IFC, no curso técnico em Panificação e Confeitaria, realizou uma pesquisa sobre ecogastronomia⁶, abordando a produção de milho tradicional que acontece em São Bonifácio e que preserva os saberes agroalimentares de qualidade. Tal estudo foi conduzido por professoras do instituto e divulgado na *Revista Agropecuária Catarinense*, organizada e publicada pela Epagri (MÜLLER; RONCHETTI, 2014).

⁶ “Ecogastronomia é um conceito defendido pelo movimento *Slow Food*, que surgiu na Itália em 1989. Apresenta questões norteadoras quanto à ética da alimentação, encorajando e promovendo métodos de produção alimentar sustentável, em harmonia com a natureza e tradição” (MÜLLER; RONCHETTI, 2014, p. 17).



As pesquisas sobre esse elemento cultural, sejam voltadas à questão histórica, à produção (questões mais técnicas) ou à tradição da receita, de alguma forma resgatam a importância cultural que o pão de milho tem na história das famílias e do município e não deixam que as informações se percam ao longo do tempo.

Considerações finais

Considerando o contexto em que a presente pesquisa foi realizada, enfatizando o turismo rural, ficou evidente a contribuição que elementos ligados à identidade cultural de um povo têm para o desenvolvimento do turismo, principalmente no tocante ao turismo rural ou mais ainda ao agroturismo/turismo rural na agricultura familiar, em que o turista sai de sua “zona de conforto” e encontra uma vivência que ele não teve ou que vai remetê-lo a lembranças do passado.

A presença da cultura ou de elementos culturais contribui intensivamente para que determinadas cidades ou pequenas localidades se tornem destinos turísticos, pela experiência que ali pode ser vivenciada.

O pão de milho é um símbolo para os moradores de São Bonifácio. Eles o citam como alimento típico presente em seus hábitos alimentares e para os visitantes, pois, após experimentar o pão de milho de São Bonifácio, **percebe-se uma peculiaridade** no sabor; mesmo experimentando outro será possível identificar que não é igual ao de lá. No sul várias regiões foram colonizadas por povos que tinham elementos da cultura alemã em suas práticas, os quais podem ser identificados até hoje; na questão gastronômica, em alguns lugares, temos **Gümese, em outro Strudel, ou Sauerkraut** (chucrute). Embora várias cidades onde são encontrados esses elementos gastronômicos sejam influenciadas pela cultura alemã, cada local tem suas particularidades e valores que caracterizam a identidade cultural de cada povo. No caso de São Bonifácio uma das marcas é o **pão de milho**.

Este estudo aconteceu de forma breve, não adentrando em elementos mais consistentes como o documentário *Saboreando memórias*, que já foi uma grande iniciativa para preservar a memória da cultura do pão de milho. Mas nada impossibilita que mais pesquisas abordem esse elemento cultural, a fim de manter viva a tradição da produção e consumo do pão de milho na comunidade de São Bonifácio (SC).

Referências

ALARCON, Gisele Garcia. **Transformação da paisagem em São Bonifácio – SC: a interface entre a percepção de agricultores familiares, as práticas de uso do solo e aspectos da legislação ambiental**. 2007. Tese (Doutorado em Geografia)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

ARANHA, Maria Lúcia Arruda. **Filosofia da educação**. São Paulo: Moderna, 2006.

BOEING, Rafael A. Motta. **Do grão ao pão: as transformações do cultivo e uso do milho em São Bonifácio – SC (1990 – 2008)**. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em História)–Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.



DAMATTA, Roberto. “Você tem cultura?”. In: _____ (Org). **Explorações: ensaios de antropologia interpretativa**. Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p. 121-128.

DIRKSEN, Valberto. **Viver em São Martinho: a colonização alemã no Vale do Capivari**. Florianópolis: Ed. do autor, 1995.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. 2. ed. São Paulo: Editora da Unesp, 2011.

FUNDAÇÃO DO MEIO AMBIENTE (FATMA). **Parque Estadual Serra do Tabuleiro: retratos da fauna e da flora**. Florianópolis: CriAG, 2009.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

_____. Identidade cultural e diáspora. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Rio de Janeiro, n. 24, p. 68-75, 1996.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: jul. 2014.

JOICHEM, Toni Vidal. **A formação da colônia alemã Teresópolis e a atuação da igreja católica (1860 – 1910)**. 2002. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

KLUG, João. Confessionalidade e etnicidade em Santa Catarina: tensões entre luteranos e católicos. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 6, n. 24, p. 111-127, 1998.

_____. **Imigração e luteranismo em Santa Catarina: a comunidade alemã de Desterro** – Florianópolis. Florianópolis: Papa-Livro, 1994.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LEMONJE, Suellen de Souza. Construção da identidade catarinense: a tentativa de legitimação da cultura açoriana e da cultura alemã. **Revista Santa Catarina em História**, Florianópolis, v. 7, n. 2, p. 149-162, 2013.

MÜLLER, Silvana Graudenz; RONCHETTI, Anita de Gusmão. Ecogastronomia em São Bonifácio, SC: produção do pão de milho tradicional e preservação dos saberes agroalimentares de qualidade. **Revista Agropecuária Catarinense**, Florianópolis, v. 26, n. 3, nov. 2013/fev. 2014.

NASCIMENTO, Rafael do. Imigrantes alemães: notas sobre as relações entre os religiosos e os colonos a partir de meados do século XIX em Santa Catarina. **Revista Santa Catarina em História**, Florianópolis, v. 7, n. 2, 2013.

ROSA, Guilherme Carvalho da. A discussão do conceito de identidade nos estudos culturais. **Ecós Revista**, v. 11, p. 34-47, 2007.



SANTOS, Luciano dos. As identidades culturais: proposições conceituais e teóricas. **Revista Rascunhos Culturais**, Coxim, v. 2, n. 4, p. 142-157, jul./dez. 2011.

SEIFERTH, Giralda. A idéia de cultura teuto-brasileira: literatura, identidade e os significados da etnicidade. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, n. 22, p. 149-197, jul./dez. 2004.

SIMÕES, Mauro de Bonis Almeida. **A construção e os efeitos da marca territorial do município de São Bonifácio (SC)**. 2010. Dissertação (Mestrado Profissional em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental)–Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.



A INCLUSÃO DO PATRIMÔNIO ARQUEOLÓGICO DE GAROPABA (SC) NO PROJETO DE FORTALECIMENTO DO TURISMO DE OBSERVAÇÃO DE BALEIAS

Viegas Fernandes da Costa¹
Clóvis Reis²

Resumo: O presente trabalho propõe a inserção dos vestígios arqueológicos remanescentes no município catarinense de Garopaba como atrativos nos roteiros do ecoturismo de observação de baleias e debate as possibilidades representadas pelo turismo arqueológico na promoção do desenvolvimento sustentável. Toma como ponto de partida o Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleias, apresentado pelo Sebrae aos municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna, cujo objetivo é consolidar parte da Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca como destino turístico de excelência no segmento de ecoturismo por meio da obtenção de uma indicação geográfica (IG). Com base em uma discussão teórica a respeito das IGs, dos conceitos de desenvolvimento sustentável e do turismo arqueológico, o artigo sustenta o patrimônio arqueológico de Garopaba como componente fundamental para uma perspectiva de desenvolvimento local com investimento no ecoturismo, agregando valor à IG pretendida e promovendo a cidadania cultural no território.

Palavras-chave: desenvolvimento sustentável; turismo arqueológico; turismo de observação de baleias; indicação geográfica; Garopaba.

Introdução

Tomando como ponto de partida o Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleia, apresentado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (Sebrae) aos municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna, que tem como objetivo consolidar parte da Área de Proteção Ambiental da Baleia Franca como destino turístico de excelência no segmento de ecoturismo por meio da obtenção de uma indicação geográfica (IG), este trabalho propõe discutir a inserção dos vestígios arqueológicos remanescentes no município de Garopaba como atrativos nos roteiros do ecoturismo de observação de baleias e debater as possibilidades representadas pelo turismo arqueológico na promoção do desenvolvimento sustentável.

O trabalho inicia-se com a apresentação do território, discutindo as possibilidades e fragilidades da IG proposta para a região. Na sequência delimita o conceito de

¹ Professor de História do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), *campus* Garopaba. Mestrando em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional de Blumenau (Furb). *E-mail:* viegasfernandesdacosta@gmail.com.

² Doutor em Comunicação. Professor do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Furb. *E-mail:* professorclovisreis@gmail.com.



desenvolvimento sustentável e discute as contribuições que o turismo arqueológico pode oferecer para o desenvolvimento sustentável da região e para o debate a respeito da IG pretendida. Por fim, apresenta o potencial dos sítios e vestígios arqueológicos de Garopaba e sua viabilidade para o turismo arqueológico.

O território e a indicação geográfica como oportunidade de mudança

O município de Garopaba dista aproximadamente 80 quilômetros de Florianópolis e possui uma população estimada de 21.061 habitantes³. Localizado no litoral centro-sul de Santa Catarina, integra a Associação dos Municípios da Região da Grande Florianópolis (GRANFPOLIS). Sua principal atividade econômica é o turismo de verão, compreendido entre os meses de dezembro e fevereiro, período em que a cidade recebe grande fluxo de turistas.

Garopaba faz parte da Área de Proteção Ambiental (APA) da Baleia Franca, instituída por meio de decreto assinado pela Presidência da República em 14 de setembro de 2000. A APA abrange uma área de 156 mil hectares do litoral centro-sul de Santa Catarina, com uma extensão de 130 quilômetros e envolvendo nove municípios (do sul de Florianópolis a Balneário Rincão). Dessa área, 80% é marinha e 20% costeira. Sua gestão está sob responsabilidade do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) e conta com o Conselho Gestor da APA (Conapa), que congrega os diferentes atores do território. O propósito principal da APA é a preservação da *Eubalaena australis*, que utiliza essa faixa do litoral brasileiro para a sua reprodução. Entre os objetivos que buscam garantir a sustentabilidade do território está o de ordenar o uso turístico e recreativo da região, a ser contemplado no Plano de Manejo, cuja elaboração está na fase da caracterização e diagnóstico (ICMBio, 2015).

Em 2015 o Sebrae apresentou para a região o Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleia, para o qual foi organizado um comitê gestor que reúne diferentes atores territoriais. O projeto propõe articular os municípios de Garopaba, Imbituba e Laguna em uma perspectiva de planejamento regionalizado do turismo e tem como principal propósito posicionar a região da APA da Baleia Franca, até o ano de 2017, como destino turístico de excelência no segmento de ecoturismo, obtendo a primeira IG de turismo no Brasil⁴. Entre seus conceitos norteadores está o envolvimento dos atores locais no desenvolvimento territorial, o que coloca o projeto em diálogo com os propósitos da APA da Baleia Franca e com as possibilidades de uma nova perspectiva para o turismo na região, até esse momento centrado no estímulo ao turismo de massa.

Interessa-nos observar o debate dos atores da região a respeito das possibilidades de uma IG de excelência em ecoturismo, tendo como substrato o turismo de observação de baleias. As baleias são, na perspectiva da observação, um patrimônio de passagem na paisagem. Por outro lado, a relação da região com os cetáceos compõe a memória coletiva, ou seja, participa da identidade local, primeiramente por meio do estabelecimento das armações baleeiras em Garopaba e Imbituba a partir do fim do século XVIII, com a caça e o beneficiamento das baleias, e mais recentemente com

³ Número referente ao ano de 2015, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) publicada em <<http://cod.ibge.gov.br/9MI>>. Acesso em: 15 set. 2015.

⁴ Conforme apresentado pelo consultor Rafael Freytag ao Comitê Gestor do Projeto, em reunião realizada na Secretaria de Desenvolvimento Regional de Laguna em julho de 2015.



sua proteção legal e seu reconhecimento como potencial turístico. Considerando que a identidade cultural é um dos principais ativos na promoção de uma IG **que favoreça** o desenvolvimento sustentável (NEU; AREA, 2015, p. 75), a proposta de uma IG de ecoturismo na região deve, portanto, não apenas perceber as baleias na paisagem por sua dimensão cultural, mas considerar essa dimensão cultural como propulsora da própria IG.

Esvaziar o turismo de observação de baleias do seu componente cultural-identitário é **reduzi-lo àquilo que Veloso (2006) chamou de fetiche do patrimônio**, ou seja, transformá-lo em mera *commodity*, desprovendo a presença das baleias do seu conteúdo patrimonial, “*coisificando*” os cetáceos.

A partir do início do século XXI municípios como Garopaba e Imbituba perceberam no turismo de observação de baleias uma oportunidade econômica para a localidade, especialmente entre os meses de julho e outubro, período no qual a *Eubalaena australis* busca a localidade para a procriação. O desenvolvimento desse nicho econômico, em sua relação com o patrimônio cultural, importa porque cria uma oportunidade de trabalho e renda no período de baixa temporada e também uma perspectiva de desenvolvimento diferente para a região. Por outro lado, apesar de representar uma possibilidade de desenvolvimento regional, “a exploração econômica, por si só, não é garantidora de desenvolvimento sustentável de uma comunidade e seu patrimônio cultural. Muito pelo contrário, ela pode trazer consequências prejudiciais naquilo que tange à preservação do patrimônio cultural” (NEU; AREA, 2015, p. 79).

Entre 2005 e 2012, o turismo embarcado de observação de baleias foi a principal atividade turística fomentada na região. O turismo embarcado caracteriza-se pelo uso de embarcações navais que transportam o turista para próximo das baleias. A aproximação das embarcações era facilitada **em virtude do comportamento dócil da *Eubalaena australis***. De 2005 a 2012, o número de passageiros do turismo embarcado de observação de baleias aumentou de 695 para 5.184, e o número de passeios embarcados passou de 82 para 235 (PROIBIÇÃO..., 2014). Em maio de 2013 o turismo embarcado de observação de baleias foi proibido pela Justiça, após pedido de suspensão da atividade apresentado pela organização **não governamental** Sea Shepherd Brasil, sob o argumento de que o descumprimento da legislação ambiental por parte dos operadores do turismo embarcado e as falhas na fiscalização estariam colocando em risco a integridade física dos cetáceos. A proibição judicial foi confirmada pelo Tribunal Regional Federal em julho de 2013 e continua em vigor. Sua suspensão **está vinculada à apresentação, por parte do ICMBio, de um estudo de viabilidade ambiental e licenciamento da atividade**. Não há previsão, entretanto, para a conclusão e apresentação desse estudo.

O Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleias, apresentado pelo Sebrae, surge nesse contexto de disputa entre os diferentes atores locais em relação à proibição do turismo de observação embarcado. A proposição do projeto colocou o ecoturismo na agenda política da região. **Conforme Capella (2006, p. 26), em sua análise dos modelos teóricos de compreensão da formulação de políticas públicas, “a agenda governamental [...] é definida como o conjunto de assuntos sobre os quais o governo e pessoas ligadas a ele concentram sua atenção num determinado momento”, e tal mudança resulta da convergência entre três fluxos: problemas, soluções e política.**

Partimos do pressuposto de que a proposta apresentada pelo Sebrae tem origem no problema da proibição do turismo embarcado de observação e que a solução passaria na constituição de um comitê gestor para exercer pressão sobre as instituições responsáveis pelos estudos e pelo licenciamento ambiental. Isso resultaria em políticas públicas



que organizariam e fomentariam o turismo embarcado de observação de baleias. O pressuposto considera o momento da apresentação do projeto, a composição do comitê gestor e a ausência do debate com a comunidade na construção inicial do projeto. O comitê gestor apresenta os desafios da prática da governança, discutidos por Dallabrida *et al.* (2015, p. 29), especialmente naquilo que diz respeito ao aprofundamento democrático e à necessidade de empoderamento da comunidade local. A grande quantidade de parceiros no comitê gestor e a sub-representação da sociedade civil podem acarretar problemas de gestão e de controle, conforme apontaram Kissler e Heidemann (2006) em suas análises das experiências de governança pública desenvolvidas na Alemanha. Para os autores, nesses casos, a gestão **não é efetivamente participativa, e os representantes da sociedade ficam incapacitados de influenciar nas decisões dos parceiros privados, bem como de acompanhar os processos.**

A despeito das fragilidades que o comitê gestor do Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleias apresenta em sua constituição para a democratização do debate e o empoderamento da comunidade local, a proibição do turismo embarcado de observação e a apresentação do projeto formulado pelo Sebrae abriram aquilo que Kingdon (2003 *apud* CAPELLA, 2006) chamou de oportunidade de mudança, ou uma abertura de janela.

Uma característica da oportunidade de mudança – abertura das janelas – no modelo de Kingdon é seu caráter transitório. **Provocadas por eventos programados ou não, as oportunidades de acesso de uma questão à agenda não perduram por longos períodos de tempo.** Da mesma forma que as “janelas” se abrem, elas também se fecham (CAPELLA, 2006, p. 30).

Assim, embora não se tenha previamente discutido com a comunidade local, os trabalhos visando à criação de uma IG relacionada à **prestação de serviços em ecoturismo**, tendo como produto principal a presença da *Eubalaena australis* na região, abrem uma oportunidade de mudança para: 1) discutir as perspectivas de desenvolvimento territorial sustentável; 2) incorporar o turismo de observação terrestre de baleias; 3) empoderar a população local; 4) desenvolver outros segmentos turísticos que dialogam com o ecoturismo e a observação **de cetáceos, como, por exemplo, o turismo arqueológico**, sendo este compreendido como “deslocamento de pessoas a sítios arqueológicos, escavações e cavernas com inscrições e pinturas rupestres com acompanhamento obrigatório de guia especializado” (BENI, 2008, p. 482).

A proposta do turismo arqueológico para a região, sob o aspecto teórico, respalda-se, entre outros argumentos, em Funari, Manzato e Alfonso (2013), que citam diversos exemplos brasileiros (Canudos, Palmares, São Paulo) nos quais o turismo arqueológico contribuiu para o empoderamento das populações locais, afirmando ainda que no Brasil, apesar de todos os problemas que enfrenta (já que a arqueologia brasileira sofreu forte influência do Estado autoritário que impôs um discurso de nação homogênea), essa segmentação turística **está na direção da inclusão social.**

Dos três municípios envolvidos no projeto do Sebrae, Garopaba apresenta a maior dependência econômica do turismo, especialmente o de verão, característica que leva a população local a viver de empregos informais e concentrados principalmente na temporada turística (dezembro a março). Essa sazonalidade implica uma série de passivos ambientais, sociais e urbanos.

Considerando os debates travados no contexto da APA da Baleia Franca, sobretudo naquilo que diz respeito ao planejamento de um turismo sustentável, tendo a observação



de cetáceos como seu principal atrativo, torna-se oportuno considerar também o patrimônio arqueológico da região, especialmente no município de Garopaba, que possui grande diversidade de sítios arqueológicos.

Turismo arqueológico e desenvolvimento regional sustentável

Compreende-se por desenvolvimento sustentável aquele que, segundo Sachs (2006), tem em suas bases a prudência ecológica, a solidariedade para a equidade, a eficiência econômica e “o social no comando, o ecológico enquanto restrição assumida e o econômico recolocado em seu papel instrumental” (SACHS, 2006, p. 266). Em síntese, o princípio da sustentabilidade baseado no protagonismo dos sujeitos a partir de seus territórios locais.

Segundo Mielke e Gandara (2009), no contexto de um mundo globalizado que gerou processos de flexibilização e descentralização, **é possível perceber um movimento de endogeneização das perspectivas de desenvolvimento**, no qual o território começou a ser visto como agente de desenvolvimento. Nesse debate, a atividade turística passa a ser compreendida “não somente como ator coadjuvante, mas também como ferramenta de fomento de geração de renda e emprego para as comunidades locais. Ou seja, tem sido vista como instrumento estratégico de desenvolvimento econômico” (MIELKE; GANDARA, 2009, p. 86). A relação entre turismo e desenvolvimento econômico endógeno **é compartilhada por diversos autores, entre os quais Brenner (2005), que, ao discutir o turismo cultural, chama a atenção para a contribuição dessa modalidade de turismo para o desenvolvimento endógeno de uma comunidade, não apenas porque valoriza economicamente o patrimônio cultural, seja ele material ou imaterial, mas também porque se apresenta como promotor da sustentabilidade no processo de desenvolvimento – sustentabilidade relacionada também aos aspectos simbólicos, entre os quais a valorização da memória histórica como elemento constituidor de identidade.** Ressalta-se que um turismo que parte do patrimônio cultural de determinado território “representa um método de desenvolvimento turístico sustentável porque respeita o patrimônio de uma área e habilita seus habitantes, gerando uma base verdadeira para o desenvolvimento” (BRENNER, 2005, p. 367).

A proposição de um turismo arqueológico convida para o debate travado no âmbito do saber arqueológico. Bastos (2008), ao analisar as atividades desenvolvidas pelos arqueólogos na zona da mata mineira, por exemplo, atenta para uma “nova arqueologia brasileira”, preocupada em “modificar realidades locais através da sua práxis educativa, participativa e inclusiva”. A gênese dessa nova arqueologia estaria nos estudos de impacto ambiental, e hoje se estende amplamente, convocada que é até mesmo pelos interesses do mercado e pelas necessidades da arqueologia preventiva. Ao refletir sobre o papel a ser desempenhado pela arqueologia brasileira no desenvolvimento regional, compreende esse desenvolvimento como aquele que consiste no conjunto das “ações e atividades que geram oportunidades de engajamento sociais, econômicas e culturais realizadas no âmbito do território envolvente e que dele tirem proveito de forma direta e/ou indireta” (BASTOS, 2008, p. 7). O autor constatou também que a aproximação do trabalho do arqueólogo com os municípios valorizou o poder local e fortaleceu ações decididas conjuntamente. Isso porque os atores locais possuem um sentimento de pertencimento ao lugar, onde estabelecem suas relações sociais. Daí a necessidade de desenvolver um trabalho “interpessoal, interinstitucional, interdisciplinar, interétnico e transversal que possibilite o exercício pleno dos direitos culturais” (BASTOS, 2008, p. 10),



avanzando para aquilo que Santos (2007) chama de cidadania cultural. Tal ação deve ser anterior ao próprio uso turístico do patrimônio arqueológico, na medida em que este só “será instrumento de desenvolvimento turístico após ter sido instrumento de Educação Patrimonial e inclusão social” (BASTOS, 2005, p. 65), de modo a garantir a dimensão da sustentabilidade.

Na mesma lógica, Barretto, ao discutir o planejamento do turismo cultural/étnico, afirma que, “no ato de planejar turismo étnico, deve-se partir do princípio inerente aos direitos humanos de que, em primeiro lugar, quem precisa decidir sobre uma economia baseada no turismo ou não são os membros da comunidade” (BARRETTO, 2009, p. 191). Brenner (2005, p. 370) também argumenta nesse sentido e ressalta que “todos os esforços para promover o turismo cultural sustentável devem basear-se absolutamente em uma cooperação ativa com as culturas locais”. Veloso e Cavalcanti (2007, p. 166) escrevem:

[O turismo arqueológico] apresenta-se hoje como um importante veículo de desenvolvimento socioeconômico em diversas localidades além de ser um potencial campo de pesquisas para o conhecimento das populações humanas do passado. Constata-se também que esse pode ser aproveitado como fonte de cidadania cultural.

Assim, para além de representar alternativa de renda às populações locais dos sítios arqueológicos, o envolvimento delas no turismo arqueológico deve representar, em primeiro lugar, um processo educativo que as fará olhar para o patrimônio arqueológico de modo a valorá-lo simbolicamente. Essa perspectiva remete às reflexões de Sachs (2006), Max-Neef (2012) e Sampaio (2005), que defendem como condição para que uma estratégia de desenvolvimento sustentável tenha sucesso a participação dos grupos e comunidades locais enquanto sujeitos do seu próprio desenvolvimento, e às de Dallabrida *et al.* (2015) e Neu e Area (2015), em suas discussões a respeito das IGs. Já Manzato (2013) alerta para o fato de que, quando explorado exclusivamente em sua perspectiva econômica, o turismo em sítios arqueológicos acaba promovendo desequilíbrios. Conforme Guimarães (2012, p. 54), “para o turismo arqueológico, a busca pela sustentabilidade deve ser no sentido mais amplo do termo, em todos os seus eixos: ambiental, social, econômico e cultural”.

Portanto, a valorização simbólica dos sítios arqueológicos, somada ao trabalho de educação patrimonial e ao reconhecimento proveniente de sua potencialidade econômica como atrativo turístico e aos produtos daí decorrentes, potencializará as possibilidades de preservação dos sítios como lugares de identidade e de renda. Assim, podemos partir do pressuposto de que um projeto que proponha o investimento turístico tendo como atrativo também os vestígios arqueológicos pré-coloniais existentes no município de Garopaba necessita prever a relação entre o poder público (gestor local do turismo), o federal (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN) e operadores do turismo, principalmente com as populações locais, garantidoras da proteção dos sítios e dos valores simbólicos/identitários a esses relacionados.

Os vestígios arqueológicos em Garopaba

A fundação de Garopaba remonta ao estabelecimento de uma armação baleeira em 1793. As armações baleeiras constituíram o principal empreendimento industrial do período colonial brasileiro no litoral catarinense. A essa armação se transferiu a



força de trabalho escrava de origem africana, e a presença de seus descendentes é bastante significativa no município, materializada no reconhecimento de dois quilombos em seu território. Com a armação baleeira se intensificou a ocupação de Garopaba, especialmente pelo elemento açoriano, que se dedicou às atividades pesqueiras e agrícolas.

Segundo Alvim (2014), já na década de 1960 e principalmente a partir dos anos 70, Garopaba começou a ser divulgada, sobretudo no Rio Grande do Sul, como um lugar onde era possível escapar da vigilância e da repressão comuns à época. De acordo com a autora, produtos culturais, como a canção *Deu pra ti*, gravada por Kleiton e Kledir em 1981, e o filme *Deu pra ti anos 70*, dirigido por Giba Assis Brasil e Nelson Nadotti também em 1981, divulgavam Garopaba como um lugar especial e místico, “um lugar de liberdade para uma geração reprimida de uma grande cidade” (ALVIM, 2014, p. 221), nesse caso, Porto Alegre. É essa imagem que começa a atrair para a cidade uma grande quantidade de turistas jovens, adeptos da contracultura e da prática do surfe.

No fim da década de 1970 teve início a explosão demográfica de Garopaba. O movimento migratório, provindo principalmente do Rio Grande do Sul, dobrou a população local entre 1977 e 2014, alterando a paisagem. De pequena cidade dedicada à pesca artesanal, à agricultura e ao extrativismo da madeira, transformou-se em importante balneário e polo de atração populacional. Sua malha urbana expandiu-se horizontalmente, avançando sobre áreas até então ocupadas por pastagens e florestas, e seu centro histórico, antiga armação baleeira em torno da qual se espalhou a antiga vila de pescadores com seu casario de arquitetura de base açoriana e ruas estreitas, é hoje alvo do processo de gentrificação.

Além das transformações da paisagem urbana, há as alterações da paisagem cultural. Saberes e fazeres tradicionais foram perdendo espaço. Práticas comunitárias como a farinhada e a pesca artesanal da tainha, importantes elementos identitários, tornam-se cada vez menos comuns no cotidiano garopabense. A forte imigração alterou radicalmente a dinâmica do sistema cultural local.

Conforme apontado por Laraia (1986), a mudança cultural pode ser operada por dinâmicas internas e externas. No caso de Garopaba, as dinâmicas externas, representadas pela explosão demográfica resultante do movimento migratório, promoveram uma rápida e intensa reconfiguração da paisagem cultural local a partir da década de 1980, o que resultou em uma ruptura entre o cotidiano e as referências simbólicas dos moradores antigos para com as populações recentes, muito mais numerosas, provocando a desterritorialização da cultura tradicional.

No que tange ao patrimônio cultural de Garopaba, a intensa e recente alteração da paisagem humana local e o processo de gentrificação podem significar a destruição de importantes marcos paisagísticos e simbólicos, bem como a eliminação de saberes, fazeres e sensibilidades tradicionais. Isso ocorre não tanto pela irrupção dos recentes elementos culturais exógenos, mas principalmente pela ausência de uma política municipal que garanta a preservação do patrimônio cultural local, além da inexistência de equipamentos públicos culturais.

Além dos seus atrativos naturais (praias, lagoas e trilhas), Garopaba dispõe também de interessantes e importantes vestígios arqueológicos pré-coloniais. A presença humana nesse local pode remontar a datas anteriores aos 4 mil anos antes do presente (AP). No Cadastro Nacional de Sítios Arqueológicos (CNSA/IPHAN) estão registrados cinco sítios arqueológicos dentro dos limites municipais, dos quais um apresenta média relevância e dois alta relevância. Há também uma diversidade de tipos



de sítios no município: sambaquis, oficinas líticas, sítios ceramistas e um sítio com inscrições rupestres. Além dos cinco sítios registrados no CNSA/IPHAN, há uma grande variedade de vestígios arqueológicos pré-coloniais das culturas sambaquieira, itararé e guarani distribuídas pelo território. É comum os moradores da região encontrarem objetos líticos e sepultamentos quando aram a terra ou cavam o solo para construir equipamentos urbanos.

A região na qual Garopaba está inserida é resultado de múltiplas ocupações, desde os tempos pré-coloniais. Estudos arqueológicos desenvolvidos por João Alfredo Rohr (1984) já indicavam a presença humana no litoral centro-sul desde aproximadamente 7 mil anos AP. As tradições umbu e humaitá, sociedades sambaquieiras e, mais recentemente (1.500 AP), povos ceramistas itararé e guarani habitaram ou transitaram pela região em diferentes tempos, deixando vestígios de sua passagem. Entretanto não há proteção nos sítios arqueológicos localizados no município de Garopaba; eles estão expostos ao intemperismo, ao turismo desordenado, à expansão urbana e às ações de vândalos, conforme apontado Costa (2014a).

As oficinas líticas estão localizadas junto a praias de grande fluxo de pessoas, como as da Vigia e da Barra. Oficinas líticas são

sítios localizados em afloramentos rochosos e matacões, cujas evidências de ação humana são conjuntos de sulcos (canaletas), depressões circulares (bacias) dentre outros formatos, resultantes da fricção de rochas móveis durante o processo de confecção de artefatos líticos polidos (COMERLATO, 2015, p. 184).

Atualmente não há atividade sistemática de interpretação de oficinas líticas, e as atividades de educação patrimonial ainda são bastante incipientes. O fluxo de turistas sobre os vestígios, assim como os saques, vem promovendo seu desaparecimento. O mesmo ocorre com o sambaqui da localidade denominada Barra. Sambaquis são marcos arquitetônicos construídos pelos povos sambaquieiros há até mil anos AP e depois ocupados por povos ceramistas. Edificados com conchas acumuladas por diversas gerações, guardam em seu interior sepultamentos, utensílios líticos e ósseos e vestígios da vida cotidiana. O sambaqui da Barra está bastante destruído e saqueado e abriga trilhas utilizadas por turistas e moradores locais sem nenhum controle ou estudo de impacto.

Já na Ponta do Galeão, importante paisagem turística da cidade, que apresenta monólitos esculpidos pela ação do intemperismo, trilhas e grandes paredões rochosos junto ao mar, encontra-se um sítio arqueológico classificado no IPHAN como de alta relevância e que possui inscrições rupestres. O sítio integra uma área que se estende da Ilha de Santa Catarina a Garopaba. Prous (1992, p. 513), ao tratar dos sítios rupestres da tradição litorânea catarinense, afirma que “esta tradição, muito bem circunscrita, não pode ser comparada com nenhum outro conjunto rupestre conhecido atualmente; trata-se certamente de uma criação local”. A constatação de Prous reforça a importância dos estudos dessas inscrições rupestres, cujos autores e significados permanecem indeterminados, bem como seu potencial de atrativo para o turismo arqueológico na região. Apesar de sua importância, a ausência de fiscalização e de controle do acesso ao sítio torna-o suscetível aos atos de vandalismo (COSTA, 2014a).

Em pesquisa realizada com professores da rede municipal de ensino de Garopaba (COSTA, 2014b), verificou-se que 59% deles conhecem os vestígios arqueológicos existentes no município. Ainda que o percentual indique a maioria dos professores, é



alto o número que desconhece os vestígios (41%), principalmente se consideramos o fato de que alguns desses sítios, como as oficinas líticas e o sambaqui, estão localizadas em áreas de fácil acesso e com grande circulação de pessoas.

Os vestígios arqueológicos resgatados pelas prospecções arqueológicas na região indicam uma relação constante dos povos pré-coloniais com as baleias, que desde tempos remotos frequentam o litoral sul catarinense. Nos sambaquis foram encontrados diversos objetos de uso cotidiano e simbólico construídos com ossos de baleias, bem como zoolitos com a forma do cetáceo. Também a relação com o mar era uma constante. Sambaquieiros e povos posteriores conheciam e aprimoraram técnicas de carpintaria naval e de navegação em alto-mar, de onde extraíam parte do sustento. Assim, o ecoturismo de observação de baleias, incorporando o turismo arqueológico, pode agregar tal elemento cultural, constituidor da identidade local, em seus roteiros terrestres.

Considerações finais

No presente trabalho procuramos mostrar as possibilidades que o reconhecimento do patrimônio arqueológico de Garopaba e seu aproveitamento turístico nas discussões desenvolvidas pelo Comitê Gestor do Projeto de Fortalecimento do Turismo de Observação de Baleias podem representar não apenas no fortalecimento do turismo sustentável da região, como também na própria preservação desse patrimônio e no empoderamento da comunidade. Sem discutir o mérito da IG que se pretende para a região, defende-se o aproveitamento da “oportunidade de mudança” que o projeto proposto pelo Sebrae apresenta para debater o patrimônio arqueológico de Garopaba, sua contribuição para o empoderamento da comunidade e seu aproveitamento turístico para a promoção do desenvolvimento sustentável.

Considerando a proibição do turismo embarcado de observação de baleias, atualmente se procura fortalecer o turismo de observação terrestre de baleias, que aproveitará as trilhas já existentes e os condutores ambientais que atuam na região. É necessário levar em conta a presença de importantes vestígios arqueológicos pré-coloniais nessas trilhas. Assim, a inclusão do patrimônio arqueológico pré-colonial local no planejamento turístico regional, além de necessário para a criação de instrumentos para sua salvaguarda, permitirá o fortalecimento da identidade local, a diversidade de atrativos e o reconhecimento dos sítios arqueológicos no território. Esses vestígios integram o patrimônio paisagístico da cidade, que precisa ser preservado. Cabe reforçar que os povos pré-coloniais possuíam intensa relação com o mar. Produziam artesanato e artefatos de uso cotidiano com ossos de baleia e há indícios de que navegavam e pescavam em alto-mar.

Cabe, entretanto, considerar as preocupações com a fragilidade do patrimônio arqueológico e sua interpretação cultural, a qualificação profissional dos condutores ambientais locais e o envolvimento da comunidade, a fim de que se evite a fetichização do patrimônio e se promova um turismo efetivamente sustentável, condições fundamentais para a consolidação de uma IG cujo produto seja o turismo de observação de baleias.

Referências

ALVIM, A. L. Sobre tantas Garopabas: a construção do discurso turístico no litoral catarinense. **Rosa dos Ventos**, v. 6, n. 2, p. 217-228, jan./jun. 2014.



BARRETTO, M. A delicada tarefa de planejar turismo cultural. *In*: SOUSA, C. M. de M.; THEIS, I. M. **Desenvolvimento regional: abordagens contemporâneas**. Blumenau: Edifurb, 2009. p. 181-193.

BASTOS, R. L. O papel da arqueologia no desenvolvimento regional. *In*: OLIVEIRA, A. P. L. de (Org.). **Arqueologia e patrimônio da Zona da Mata Mineira**: Carangola. Juiz de Fora: MAEA/UFJF, 2008. p. 7-17.

_____. Patrimônio cultural arqueológico: instrumento de desenvolvimento turístico. **Cadernos do LEPAARQ**, v. 2, n. 3, p. 65-77, jan./jul. 2005.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: Senac, 2008.

BRENNER, E. Uma contribuição teórica para o turismo cultural. **Habitus**, v. 3, n. 2, p. 361-372, 2005.

CAPELLA, A. C. N. Perspectivas teóricas sobre o processo de formulação de políticas públicas. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, São Paulo, n. 61, p. 25-52, 2006.

COMERLATO, F. Oficinas líticas do litoral central de Santa Catarina, Brasil. **Cadernos do LEPAARQ**, v. 12, n. 23, p. 183-189, 2015.

COSTA, V. F. da. A vandalização do patrimônio arqueológico de Santa Catarina. **Expressão Universitária**, v. 4, n. 44, p. 5, jul. 2014a.

_____. O patrimônio cultural de Garopaba (SC) na percepção dos professores da rede pública municipal de ensino. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL HISTÓRIA DO TEMPO PRESENTE, 2., 2014, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: Udesc, 2014b. p. 1-16.

DALLABRIDA, V. R. *et al.* Governança nos territórios, ou governança territorial: distância entre concepções teóricas e a prática. *In*: DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidades no estado de Santa Catarina**. São Paulo: LiberArs, 2015. p. 23-39.

FUNARI, P. P.; MANZATO, F.; ALFONSO, L. P. El turismo y la arqueología en el Brasil: una mirada postmoderna. *In*: WASSLOWSKI, A. H. **Arqueología y desarrollo en América del Sur**. Bogotá: Ediciones Uniandes, 2013. p. 37-56.

GUIMARÃES, A. M. **Aproveitamento turístico do patrimônio arqueológico no município de Iranduba, Amazonas**. 2012. Tese (Doutorado em Arqueologia)–Museu de Arqueologia e Etnologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

INSTITUTO CHICO MENDES DE CONSERVAÇÃO DA BIODIVERSIDADE (ICMBio). **Área de proteção ambiental da baleia franca: história**. Disponível em: <<http://www.icmbio.gov.br/apabaleiafranca/quem-somos/historia.html>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

KISSLER, L.; HEIDEMANN, F. G. Governança pública: novo modelo regulatório para as relações entre Estado, mercado e sociedade? **Revista de Administração Pública**, v. 40, n. 3, p. 479-499, maio/jun. 2006.



- LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
- MANZATO, F. **Socialização do patrimônio arqueológico no estado de São Paulo: proposta de plano de gestão, interpretação e visitação turística em áreas arqueológicas**. 2013. Tese (Doutorado em Arqueologia)–Museu de Arqueologia e Etnologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.
- MAX-NEEF, M. **Desenvolvimento à escala humana**: concepção, aplicação e reflexões posteriores. Tradução de Rede Viva. Blumenau: Edifurb, 2012.
- MIELKE, E.; GANDARA, J. M. Das teorias “de cima para baixo” e desenvolvimento regional: uma análise crítica no contexto da organização da atividade turística. In: SOUSA, C. M. de M.; THEIS, I. M. **Desenvolvimento regional**: abordagens contemporâneas. Blumenau: Edifurb, 2009. p. 85-112.
- NEU, M. F. R.; AREA, P. de O. O patrimônio cultural como ativo territorial no desenvolvimento regional. In: DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial**: reflexões sobre o tema e potencialidades no estado de Santa Catarina. São Paulo: LiberArs, 2015. p. 73-85.
- PROIBIÇÃO de turismo de observação de baleias passa por mais uma etapa. **Diário Catarinense**, 2 jun. 2014. Disponível em: <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2014/06/proibicao-de-turismo-de-observacao-de-baleias-passa-por-mais-uma-etapa-4516397.html?fb_action_ids=10204035574831862&fb_action_types=og.recommends>. Acesso em: 1.º maio 2015.
- PROUS, A. **Arqueologia brasileira**. Brasília: Editora UnB, 1992.
- ROHR, J. A. Sítios arqueológicos de Santa Catarina. **Anais do Museu de Antropologia**, n. 17, p. 77-168, 1984.
- SACHS, I. **Rumo à ecossocioeconomia**: teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2006.
- SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano**: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação do turismo comunitário. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2005.
- SANTOS, C. H. Educação patrimonial: uma ação institucional e educacional. In: INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Patrimônio**: práticas e reflexões. v. 1. Rio de Janeiro: IPHAN/Copedoc, 2007. p. 147-172.
- VELOSO, M. O fetiche do patrimônio. **Habitus**, v. 4, n. 1, p. 437-454, jan./jun. 2006.
- VELOSO, T. P. G.; CAVALCANTI, J. E. A. O turismo em sítios arqueológicos: algumas modalidades de apresentação do patrimônio arqueológico. **Revista de Arqueologia**, v. 20, n. 1, p. 155-168, 2007.

Site consultado

<<http://cod.ibge.gov.br/9MI>>



AÇÕES PARA A PROMOÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) E A VALORIZAÇÃO DO PRODUTO ERVA-MATE NO PLANALTO NORTE CATARINENSE¹

Gilcimar Adriano Vogt²
Adriano Martinho de Souza³
Gilberto Neppel⁴

Resumo: Os trabalhos que consolidaram a proposição de indicação geográfica (IG) para os produtos da erva-mate (*Ilex paraguariensis*) foram consequência de discussões voltadas à revitalização da cadeia produtiva. O Sindicato das Indústrias do Mate do Estado de Santa Catarina (Sindimate), a Associação Ervateira Planalto Norte Catarinense e a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri), pela legitimidade, pelo conhecimento e pelo trabalho no território, assumiram a organização e a responsabilidade de um compromisso coletivo. Em 2007 o processo atingiu o grau de mobilização para o avanço da proposta, sendo apresentado um projeto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), aprovado em 2011 e em execução. O objetivo é promover ações de apoio à animação e estruturação da IG para produtos da erva-mate. O projeto executa ações de sensibilização dos atores da cadeia de valor, compostos pelos agentes de desenvolvimento, lideranças, agricultores ervateiros e sociedade em geral, por meio de: realização de reuniões em todos os municípios da região; capacitação de técnicos, agentes de desenvolvimento, industriais e agricultores ervateiros para os trabalhos da IG, incluindo viagens de intercâmbio técnico; fomento às discussões dos estatutos e regulamentos; viabilização de estudos e levantamento de informações históricas e de provas de reputação/notoriedade; proposição da delimitação; realização de pesquisas e estudos sobre práticas de manejo. O projeto busca a participação dos atores da cadeia na sensibilização, tomada de decisões, viabilização de políticas públicas locais e territoriais, resolução de gargalos estruturais e construção de acordos coletivos.

Palavras-chave: desenvolvimento territorial; signo distintivo; *Ilex paraguariensis*.

¹ Trabalho executado com financiamento do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) – Convênio Mapa n.º 763642/2011.

² Engenheiro-agrônomo, Epagri – Estação Experimental de Canoinhas. *E-mail:* gilcimar@epagri.sc.gov.br.

³ Engenheiro-agrônomo, Epagri – Estação Experimental de Canoinhas. *E-mail:* adriano@epagri.sc.gov.br.

⁴ Engenheiro-agrônomo, Epagri – Gerência Regional de Canoinhas. *E-mail:* gilbertoneppel@epagri.sc.gov.br.



Introdução

Os processos de reconhecimento e registro de uma indicação geográfica (IG) para produtos agropecuários constituem uma estratégia importante para a valorização e o fortalecimento de algumas cadeias produtivas, contribuindo até mesmo para o desenvolvimento territorial (VALENTE *et al.*, 2012).

Ao longo da história da produção e transformação da erva-mate no Brasil foram constituídas classificações e regiões diferenciadas para o produto, que levavam em conta as peculiaridades na fabricação e a procedência da erva utilizada (SOUZA, 1998). O território tradicional Paraná/Santa Catarina, que abarca as regiões Planalto Norte de Santa Catarina e Centro-Sul do Paraná, foi sedimentado em uma única região delimitada de produção, que é a principal para o produto no Brasil (CHAIMSOHN; SOUZA, 2013). Entretanto a competitividade da aglomeração de empresas ervateiras desse território tem diminuído. Isso ocorre, por um lado, por conta dos maiores custos de produção da erva-mate em ambientes manejados (ervais nativos) em comparação aos menores custos de produção de outras regiões ervateiras com ervais em plantios homogêneos (SOUZA, 2009), especialmente em virtude da menor produtividade e da reduzida densidade de plantas (SIGNOR; GOMES; WATZLAWICK, 2015). Por outro lado, há dificuldade crescente de manutenção de mercados e de diferenciação de preços perante outras regiões produtoras (SOUZA, 2009).

O potencial de uma IG para produtos da erva-mate é claro, apresentando ao produto notoriedade, reputação e diferencial de qualidade, o que torna indissociável a ligação dos produtos derivados da erva-mate com sua origem geográfica (SOUZA, 2010).

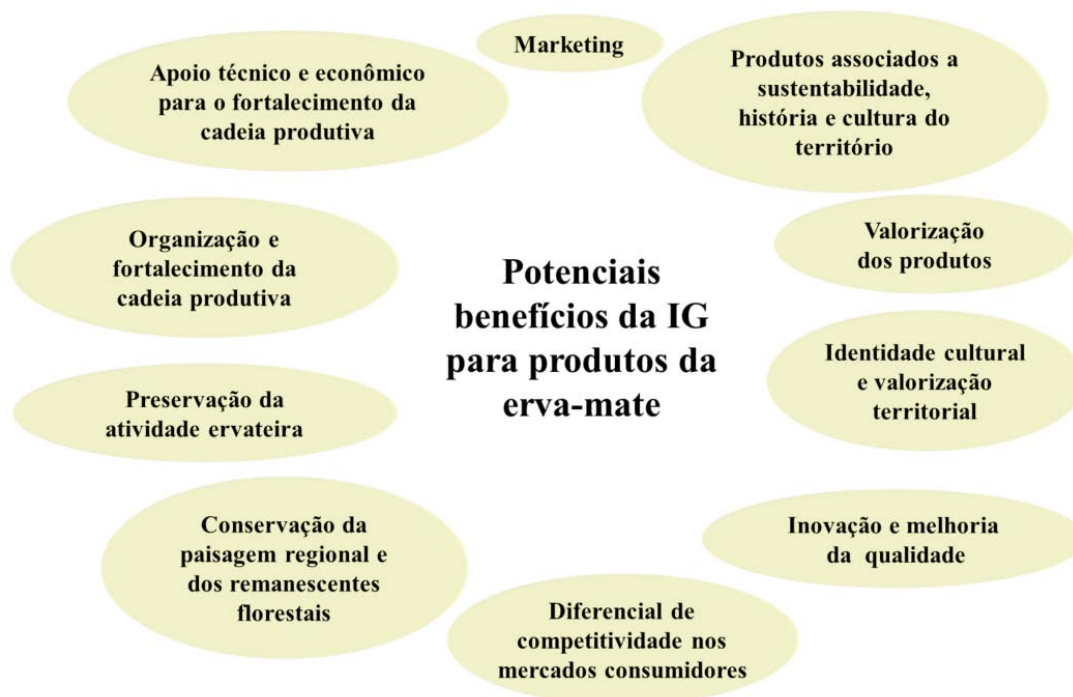
Os trabalhos para a efetivação da IG para produtos da erva-mate descortinam potenciais para a valorização de um produto associado à sustentabilidade da história e da cultura do território, constituindo-se como ferramenta de *marketing* e de valorização do território e dos seus produtos, capaz de promover o desenvolvimento e a inovação tecnológica, melhorar a qualidade dos produtos e proporcionar diferencial de competitividade nos mercados consumidores (SOUZA *et al.*, 2013).

O processo vai proporcionar maior organização e fortalecimento da cadeia produtiva, intensificação do apoio técnico e científico, mobilização para as ações de adequação aos novos cenários e às novas exigências dos consumidores, antecipando-se às mudanças do mercado, além de mobilizar forças para a manutenção da atividade produtiva no território e a reconstrução de sua identidade (VOGT *et al.*, 2014) (figura 1).

O projeto Ações para a Promoção da Indicação Geográfica (IG) e a Valorização do Produto Erva-Mate no Planalto Norte Catarinense busca em sua essência a participação dos atores da cadeia produtiva na sensibilização, tomada de decisões, viabilização de políticas públicas locais e territoriais, participação em editais públicos, resolução de gargalos estruturais e construção de acordos coletivos em prol de um bem comum, como preconiza o guia do Mapa (2016).



Figura 1 – Possíveis benefícios econômicos, sociais e ambientais proporcionados pela construção conjunta de signo distintivo IG para produtos da cadeia produtiva da erva-mate nas regiões do Planalto Norte de Santa Catarina



Fonte: Elaborado pelos autores com base em Pimentel e Silva (2013)

O projeto pretende, com a promoção das ações, sensibilizar agricultores ervateiros, processadores, distribuidores, técnicos, autoridades, agentes de desenvolvimento e demais atores da cadeia de valor da erva-mate para o uso do signo distintivo da IG como estratégia para o desenvolvimento sustentável do território. Além disso, ele prevê a realização de levantamento histórico-cultural da produção e transformação da erva-mate, a promoção da organização dos produtores em uma associação, a realização de pesquisas e estudos para subsidiar a delimitação da área geográfica e também para apoiar as discussões dos regulamentos e órgãos reguladores.

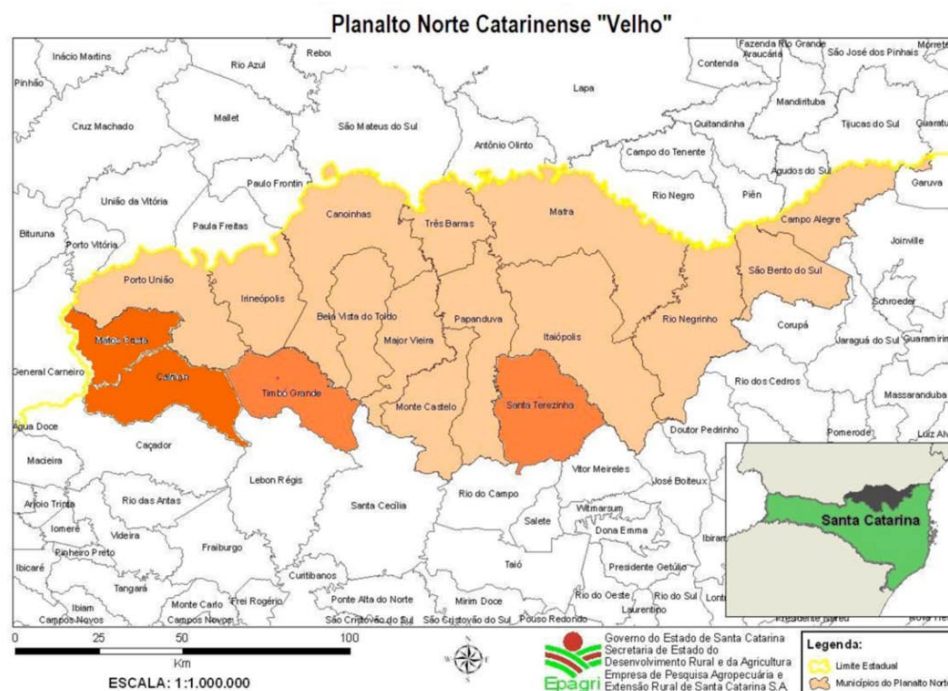
Neste artigo é apresentada a metodologia adotada pelas instituições no Planalto Norte Catarinense em um contexto histórico que levou o território a exercitar uma proposta de IG para a antiga região tradicional Paraná/Santa Catarina para produtos da erva-mate. Cada uma das etapas listadas tem sido enriquecedora e agora resulta em um artigo que representa o momento atual de organização e serve como balizador para o avanço das ações futuras.

Histórico e contextualização da ligação da atividade ervateira na região do Planalto Norte Catarinense

No Planalto Norte Catarinense (figura 2) ocorre uma aglomeração de empresas dedicadas à atividade ervateira que marcaram profundamente a história socioeconômica do território (SOUZA, 1998).



Figura 2 – Mapa de localização do Planalto Norte de Santa Catarina incluindo os municípios de Matos Costa, Calmon, Timbó Grande e Santa Terezinha



Fonte: Epagri/Ciram (elaborado para apresentação/divulgação do projeto em fôlder)

A atividade ervateira ocupou e ainda ocupa uma posição de destaque na produção extrativa vegetal no Brasil (SIGNOR; GOMES; WATZLAWICK, 2015). Na região do Planalto Norte de Santa Catarina, a atividade ervateira com fins mercantis, especialmente a exportação, está presente desde meados do século XIX (SOUZA, 1998). Ela tem tido grande importância no desenvolvimento socioeconômico e ambiental do território, que foi a principal região catarinense de produção e transformação de erva-mate desde o terço final do século XIX até meados dos anos 1980 (SOUZA, 1998). Nos anos 1960, chegou a constituir mais de 93% de toda a produção estadual.

A posição de destaque que o território ainda possui tem ligação com a exploração de ervais nativos basicamente manejados em formações florestais do bioma mata atlântica, mais especificamente da formação florestal ombrófila mista (florestas de araucária) (MARQUES, 2014).

A ligação que o Planalto Norte Catarinense mantém com a atividade ervateira, que legitima o esforço para uma IG e que demonstra o seu potencial, é muito forte. Alguns fatores se destacam (SOUZA, 1998; MARQUES, 2014):

- A atividade comercial de erva-mate ocorre há mais de 150 anos no Planalto Norte Catarinense;
- Há no local mais de 20 empresas com marcas próprias (a mais antiga datada de 1918), entre as quais as Cooperativas de Mate de Canoinhas e de Campo Alegre, datadas de 1932 e 1938, respectivamente;
- São produzidos diversos tipos de produtos da erva-mate para consumo interno e para exportação, de chimarrão a chás-verdes e tostados;
- A produção, em quase sua totalidade, é oriunda de “ervais nativos” e abarca aproximadamente 95% do total de erva-mate folha processada pela indústria no território;
- Cerca de 31% da exportação brasileira de erva-mate teve origem no território.



Contextualização histórica dos trabalhos das instituições quanto à valorização do produto erva-mate no Planalto Norte Catarinense

Os trabalhos que deram origem à proposta de IG para o território nos produtos da erva-mate foram uma evolução dos trabalhos iniciados no Programa de Gestão Agrícola (figura 3), o qual tinha como objetivos dar assessoria administrativa, contábil e técnica a um grupo representativo de agricultores e, com base na análise dos dados, produzir referências em administração para os trabalhos de extensão rural e difusão das boas práticas e ações inovadoras.

Nessas ações, a importância da participação da atividade ervateira no Planalto Norte de Santa Catarina era diferenciada em relação a outras regiões em que o programa ocorria, pois havia a participação da atividade ervateira na composição da margem bruta das propriedades estudadas. Os resultados desse trabalho foram divulgados em matéria jornalística do Globo Rural em janeiro de 1996 (“O ouro verde do Sul”), reportagem que apresentou os resultados das mudanças técnicas na atividade ervateira baseada na condução dos ervais nativos.

Foi o aprofundamento dos estudos a respeito da atividade ervateira no Planalto Norte Catarinense que fez emergir o potencial da IG para o território. Tal aprofundamento foi propiciado pela política de formação continuada dos quadros da Epagri e por outros desdobramentos. O primeiro deles foi um curso de intercâmbio na Alemanha em 1995 financiado pela Agência Técnica de Cooperação Alemã (GTZ). O curso objeto do intercâmbio foi em extensão rural e criou a oportunidade de executar um diagnóstico rural rápido no sistema de extensão rural alemão que, entre outras grandes contribuições, descortinou as possibilidades de mercados para produção diferenciada de produtos artesanais e orgânicos especialmente. Outro desdobramento do trabalho foi a possibilidade de propor um aprofundamento dos estudos da atividade ervateira no Planalto Norte Catarinense para o Programa de Pós-Graduação da Epagri.

A proposta de pesquisa para o mestrado era voltada ao estudo da revitalização de sistemas tradicionais de produção de erva-mate, dos processos de produção e transformação artesanal da erva-mate nas propriedades. Pensava-se em verificar o espaço que poderia ter o produto tradicional (erva-mate para chimarrão) em nichos de mercado. Notava-se que o produto mais largamente consumido regionalmente na época era diferente do produto de mais largo consumo no oeste catarinense e no Rio Grande do Sul. A proposta de estudo foi aceita em 1996 no Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas da Universidade Federal de Santa Catarina.

A pesquisa fez reemergir questões de grande relevância para a atividade ervateira brasileira. Envolveu questões históricas, socioeconômicas e geográficas de uma organização produtiva extremamente enraizada em um território amplo (o sul do Paraná e o norte de Santa Catarina) (SOUZA, 1998).

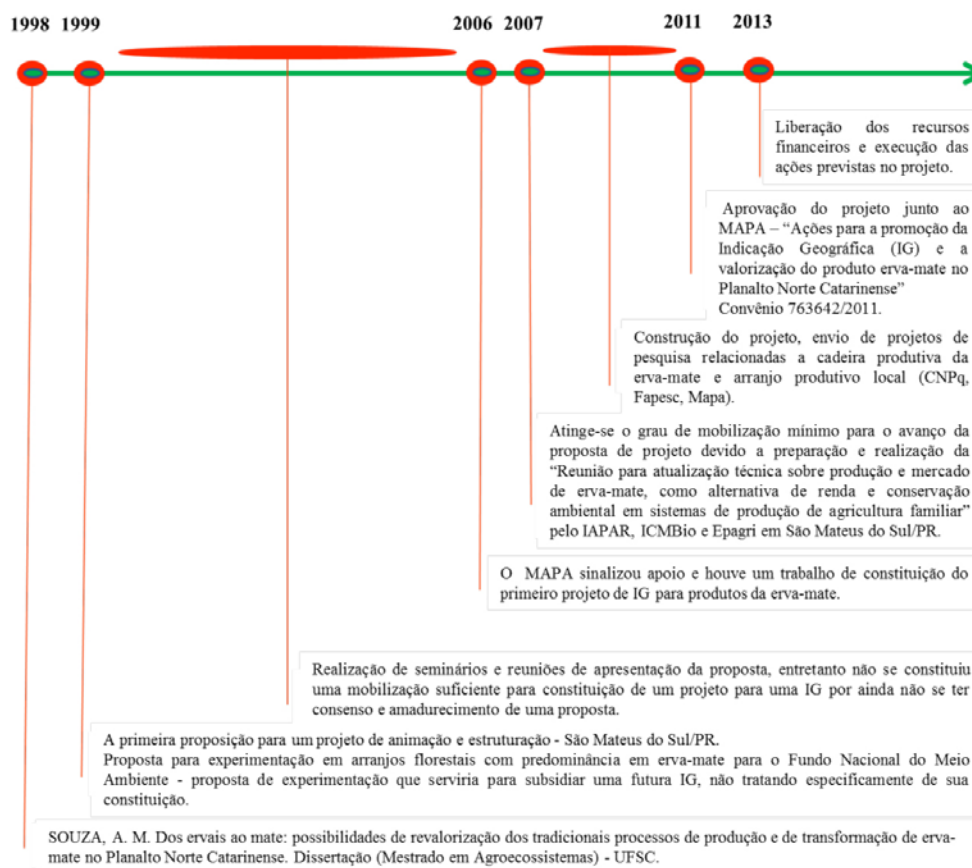
Então, foram lançadas as bases do estudo para uma IG dando a possibilidade de trabalhos para sua animação e estruturação e grande potencial de valorização para o território tradicional amplo.

A realidade, entretanto, tem mostrado que não basta desenvolver uma ideia, é preciso transformá-la em algo concreto, em algo real que movimente a economia e aumente o bem-estar da sociedade, difundindo o conhecimento produzido e trabalhando para que uma parcela maior da sociedade tenha acesso a ele e se aproprie dele.



Com o retorno ao trabalho foram realizados esforços para animar e estruturar um projeto territorial para a IG que incluísse o sul e o centro-sul do Paraná. Com esse objetivo a primeira apresentação/proposição para um projeto de animação e estruturação foi feita em 1999 em São Mateus do Sul (PR) para técnicos e para lideranças ervateiras.

Figura 3 – Linha do tempo com a contextualização histórica dos trabalhos das instituições quanto à valorização do produto erva-mate no Planalto Norte Catarinense



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos requisitos para registro de uma IG no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi)

Outras proposições foram feitas entre 1999 e 2003 com a realização de seminários e reuniões de apresentação da proposta, contudo não se obteve uma mobilização suficiente para elaborar um projeto de IG, por ainda não haver consenso e amadurecimento da proposição. Foi construída uma proposta de experimentação para o Fundo Nacional do Meio Ambiente em 1999, porém se tratava de um projeto de experimentação em arranjos florestais com predominância em erva-mate e de estudo dos ervais existentes no Planalto Norte Catarinense para subsidiar uma futura IG, não tratando especificamente de sua constituição. Somado a isso, a própria evolução da legislação e do entendimento sobre IGs no Brasil não estava plenamente amadurecida. Entre 2003 e 2006 foi adquirido um grande aprendizado em IG com o acompanhamento do registro das primeiras IGs no Brasil e suas experiências.

Em 2006 o Mapa sinalizou apoio e houve um trabalho de constituição do primeiro projeto de IG.

Em 2007 atingiu-se o grau de mobilização mínimo para o avanço da proposta de projeto. Isso ocorreu principalmente como resultado dos trabalhos que envolveram



a preparação e a realização da “Reunião para atualização técnica sobre produção e mercado de erva-mate, como alternativa de renda e conservação ambiental em sistemas de produção de agricultura familiar”. O evento foi promovido por instituições ligadas à atividade ervateira nos estados e teve a participação da Epagri. Ocorreu em São Mateus do Sul (PR) e produziu reflexos positivos, sobretudo na proposição de projetos conjuntos entre as instituições ervateiras do Planalto Norte Catarinense, especialmente o Sindimate e a Associação Ervateira Planalto Norte Catarinense, a Epagri, o Instituto Agrônômico do Paraná (Iapar), o Instituto Chico Mendes de Biodiversidade (ICMBio) e a ONG Ecoaraucária.

A Epagri, diante do quadro apresentado, vislumbrou a possibilidade de parceria e obtenção de recursos com o Mapa. O processo de busca dessa parceria deu-se por intermédio do projeto Ações de Apoio à Estruturação da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate, que foi aprovado em 2011 e está em execução desde 2013.

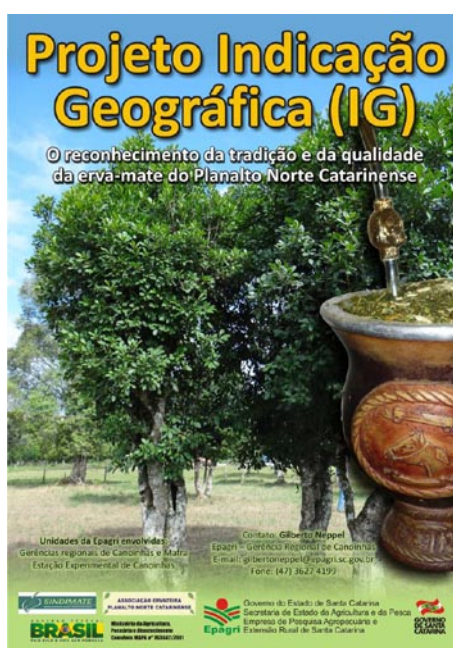
O projeto Ações de Apoio à Estruturação da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate

O projeto, financiado pelo Mapa (Convênio Mapa 763642/2011), alicerça-se em ações de extensão, técnico-científicas e de resgate histórico, como preconiza o *Guia para solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários* (MAPA, 2016) (figura 4).

O objetivo principal do projeto é promover todas as ações de apoio à estruturação e constituição da IG Planalto Norte Catarinense para produtos derivados da erva-mate.

A metodologia fundamenta-se em: sensibilização dos atores da cadeia e das lideranças para a IG da erva-mate; ações de apoio às discussões de estatutos e regulamentações para a IG; estudos para as provas de reputação da IG; pesquisas para delimitação do território da IG; pesquisas para o manejo cultural e a transformação dos produtos da erva-mate.

Figura 4 – Cartaz de divulgação e promoção do projeto



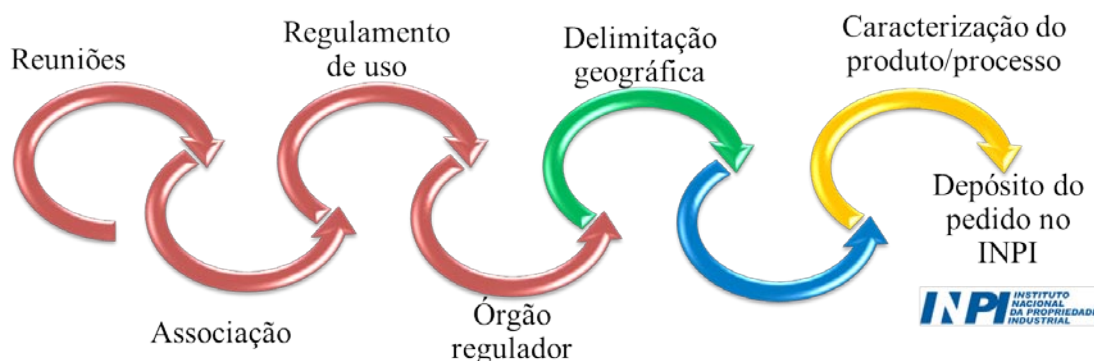
Fonte: Elaborado por Epagri/GMC

Conseqüentemente, o resultado esperado é a sensibilização dos atores da cadeia erva-mate, sejam agricultores, processadores, distribuidores, técnicos, autoridades ou agentes de desenvolvimento, para organizar uma associação e constituir a IG como estratégia para o desenvolvimento sustentável da região.

As ações previstas e em execução no projeto são as seguintes (figura 5):

1. Sensibilizar os atores da cadeia ervateira (agentes de desenvolvimento, lideranças, agricultores ervateiros e sociedade em geral) visando ao fomento do projeto em todos os municípios da região;
2. Capacitar técnicos, agentes de desenvolvimento, industriais e agricultores ervateiros para os trabalhos da IG mediante a realização de viagens de intercâmbio a IGs consolidadas e tradicionais;
3. Iniciar a discussão dos estatutos e regulamentos da IG por meio de reuniões entre o grupo técnico;
4. Efetuar estudos sobre informações históricas e provas de reputação/notoriedade para a IG;
5. Levantar e propor delimitação para a IG;
6. Pesquisar, estudar e difundir práticas de manejo utilizadas pelos agricultores para apoio à IG, auxiliando e subsidiando a formatação preliminar de caderno de protocolos e regulamentos de uso da IG;
7. Realizar seminário estadual para promoção do projeto da IG.

Figura 5 – Fluxograma das metas do projeto Ações de Apoio à Estruturação da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate (Convênio Mapa 763642/2011)



Meta 01 - Sensibilização dos agentes da cadeia, agentes de desenvolvimento, lideranças, agricultores ervateiros e sociedade em geral;
Meta 02 - Capacitação de técnicos, agentes de desenvolvimento, industriais e agricultores;
Meta 03 - Discussão dos estatutos e dos regulamentos

Meta 05 - Pesquisa e estudos para levantamento e proposição da delimitação
Meta 06 - Pesquisa e estudos de práticas de manejo utilizadas pelos agricultores

Meta 04 - Estudos de informações históricas e de provas de reputação/notoriedade.

Meta 06 - Pesquisa e estudos de práticas de manejo utilizadas pelos agricultores para apoio à Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para produtos da Erva-mate

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos requisitos para registro de uma IG no Inpi



Estado atual da execução do projeto

Meta 1 – Ações de sensibilização dos agentes da cadeia de valor, agentes de desenvolvimento, lideranças, agricultores ervateiros e sociedade em geral para promover a IG

Em diagnósticos preliminares verificou-se que o signo distintivo de uma IG não é conhecido no território (LOPES, 2011), todavia o mercado consumidor faz ligação entre a erva-mate e o território por meio da história produtiva, da paisagem típica regional e da qualidade e seus diferenciais produtivos.

Foram realizadas reuniões em todos os municípios do Planalto Norte Catarinense para lideranças municipais (sindicatos rurais, sindicatos dos trabalhadores rurais, clubes de serviço, vereadores, secretários municipais, gerentes de agências bancárias, cooperativas e universidades), reuniões com os conselhos municipais de desenvolvimento rural (CMDR) e com os extensionistas municipais. Ainda estão previstas reuniões com membros do Poder Executivo e Legislativo municipal e nas Associações de Municípios – Associação dos Municípios do Planalto Norte Catarinense (Amplanorte) e Associação dos Municípios do Nordeste de Santa Catarina (Amunesc).

Além das reuniões para promoção do projeto, foi produzido material de divulgação (fôlderes, cartazes e *banners*), os quais foram amplamente distribuídos.

Meta 2 – Ações de capacitação de técnicos, agentes de desenvolvimento, industriais e agricultores ervateiros para os trabalhos da IG

As experiências de IG no Brasil são recentes, e para cumprir a meta do projeto estão previstas visitas a IGs existentes no Brasil e no exterior, onde são propostas quatro missões técnicas.

Inicialmente há planejamento e agendamento de duas visitas a IGs brasileiras que contribuirão para a formação e percepção do grupo de trabalho. São os casos do Vale dos Vinhedos, que foi a primeira no Brasil e é a mais emblemática das IGs nacionais, e da IG Cerrado Mineiro para café.

O Vale dos Vinhedos tem forte ligação de aspectos históricos com a produção de vinho e entre o setor vinícola, o turismo e a culinária, retratando grande identidade regional. Tais ligações também se expressaram na formação da Aprovale, que é a associação detentora do registro da agora DO Vale dos Vinhedos.

A experiência da IG Cerrado Mineiro para café ocorre em uma grande região, com 55 municípios e área total de 112.289,56 km², sendo a IG de maior área delimitada, onde há o enfrentamento de grandes desafios para a organização dos produtores, a melhoria do produto e dos processos, o aumento da competitividade, a diferenciação da região perante outras regiões produtoras do país e a qualificação dos produtores. Uma visita foi realizada nessa região para verificação do funcionamento e aprendizagens.

Meta 3 – Ações de apoio para a discussão dos estatutos e dos regulamentos da futura IG e elaboração das versões preliminares

Os estatutos é que dirão como será gerida a IG, e da mesma forma os regulamentos, como o Caderno de Normas e o Conselho Regulador. O sucesso da IG estará em grande parte condicionado aos cuidados na efetivação da associação e na



composição dos regulamentos de produção, transformação dos produtos da erva-mate e de uso do signo distintivo. No estatuto da associação e nos regulamentos estarão descritas o que seria a “alma” da IG (MAPA, 2016).

Para a erva-mate existem desafios no que se refere aos regulamentos da IG, pois ao contrário de outras IGs, especialmente as de vinhos e queijos, que possuem regras gerais de produção bastante sistematizadas há séculos, a cultura da erva-mate não experimentou tal evolução. A produção de erva-mate no Brasil originou-se de formações naturais, e estas enfrentam grandes desafios para sua continuidade e inserção competitiva nos mercados. Ou seja, os cadernos de regulamentos que é possível produzir certamente serão preliminares.

A metodologia para formação da associação e discussão dos regulamentos constitui-se de reuniões com os agentes de desenvolvimento regional, composto de membros de entidades ligadas ao ramo, representantes do setor ervateiro, lideranças e técnicos de diversos setores, abrangendo, além de extensionistas e pesquisadores da Epagri, professores universitários e de repartições afins e outros agentes de desenvolvimento.

Meta 4 – Realização de pesquisa e estudos de informações históricas, provas de reputação/notoriedade passada/presente e elaboração de relatório

As pesquisas e os estudos de informações históricas, as provas de reputação, da notoriedade regional passada e presente serão feitos com trabalho inteiramente contratado.

Serão realizados o estudo histórico e a organização das provas de reputação para compor o dossiê a ser depositado no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi). O estudo será encomendado a historiador que tenha notório saber nas questões ligadas à história regional, como as questões de limites SC/PR, da colonização, da história econômica e do desenvolvimento do Planalto Norte Catarinense.

Meta 5 – Pesquisa e estudos para levantamento e proposição da delimitação para a IG

Para propor a delimitação, serão efetivadas pesquisas bibliográficas em literaturas ligadas ao setor e que trazem indícios da delimitação passada, em fontes especializadas dedicadas à atividade ervateira, como os arquivos históricos de Joinville e Curitiba que eram sede dos Institutos Estaduais do Mate, nas regulamentações do setor ao longo do tempo, nos Diários Oficiais da União e dos Estados de Santa Catarina e do Paraná, além de fontes secundárias, como os dados estatísticos de produção e notícias de jornal.

Também com base no estudo das divisões e limites municipais ao longo da história, será composta a delimitação utilizada no passado e ainda serão feitas entrevistas semiestruturadas com industriais ervateiros para verificar a área atingida por suas operações de compra de erva-mate.

Meta 6 – Realização de pesquisa e estudos para o levantamento de práticas de manejo utilizadas pelos agricultores ervateiros

Serão efetuados avaliações dos ervais e levantamento das diferentes formas de manejo empregadas pelos agricultores ervateiros. O resgate do conhecimento associado à erva-mate e ao manejo dos ervais nativos será obtido pelo uso de ferramentas



de pesquisa etnográfica, como observação direta, entrevistas semiestruturadas e informais.

A pesquisa envolve metodologias etnobotânicas com abordagens quantitativas e qualitativas para descrever o manejo dos ervais nativos nos municípios selecionados. O público participante da região de estudo será composto de industriais ervateiros, agricultores ervateiros, técnicos ligados à área e agentes de desenvolvimento. Para a identificação dos informantes-chave será utilizada a técnica de amostragem intencional, privilegiando os atores sociais detentores dos atributos que se pretende conhecer. O informante-chave (IC), na literatura antropológica e sociológica, é uma pessoa que pertence ao grupo a ser estudado e/ou que conhece bem o assunto pesquisado, representando assim uma preciosa fonte de informações. Como estratégia para a realização das entrevistas será utilizada a técnica de bola de neve, ou seja, os primeiros entrevistados indicam outros.

Os resultados serão levados aos participantes das reuniões como apoio para a elaboração de regulamentos. Esse trabalho está em execução e será parte da tese de doutoramento do pesquisador Adriano Martinho de Souza, no Programa de Pós-Graduação em Recursos Genéticos Vegetais da Universidade Federal de Santa Catarina.

Meta 7 – Seminário estadual para promoção da IG

Há a previsão de realização de seminário ou encontro com o objetivo de apresentar aos interessados e à sociedade em geral os resultados alcançados pelo projeto, bem como os ajustes e proposições ainda necessários.

Perspectivas e trabalhos futuros

Paralelamente, ações e pesquisas que as instituições desenvolvem ao longo dos anos e que já estão incorporados no dia a dia dos técnicos continuarão e se intensificarão para que no final o projeto tenha os objetivos alcançados.

A Epagri tem e pode seguir tendo um papel central na promoção, mas é fato que serão necessárias parcerias em um quadro minimamente claro de responsabilidades e interesses com a questão, assim como um imperativo de eficácia das ações para o alcance do objetivo maior, que é a efetivação da IG. A construção de parcerias deverá ser suficientemente representativa para os diferentes agentes e interesses existentes no território da atividade ervateira em questão.

Pode-se afirmar que o Planalto Norte Catarinense e a região paranaense lindeira têm grande potencial de registro de uma IG para produtos da erva-mate. Os desafios para os trabalhos de efetivação da IG podem ser listados em quatro grandes grupos de trabalho:

1. *Delimitação da IG:* A delimitação é a própria IG, um ponto que vai além dos aspectos históricos da mais importante região ervateira brasileira, a região Paraná/Santa Catarina. Guarda um desafio ainda não superado: a necessidade de negociação para um trabalho conjunto, desenvolvendo o potencial de revalorização da antiga delimitação Paraná/Santa Catarina. Outros cenários alternativos para definições de outras delimitações e conseqüentemente outras IG foram também elaborados, contudo um pouco mais de tempo e mobilização para esse potencial deverá ser despendido;



2. *Organização dos produtores de mate e demais interessados no projeto*: Trata-se de um ponto de fácil percepção, pois é incontornável para qualquer projeto coletivo. Todavia no caso da IG para os produtos da erva-mate o objetivo individual e coletivo não pode ser diferente do objetivo da organização, que é defender e promover a IG e tornar a sua delimitação um projeto de desenvolvimento territorial;
3. *Provas de reputação passada e presente*: Esse é um ponto mobilizador e de grande riqueza, que está vinculado à definição da delimitação a ser utilizada;
4. *Normas para produção e transformação do produto*: Constitui um ponto bastante desafiador que continuará em estudo.

Existe grande acúmulo de trabalho em todos os pontos citados, no entanto com o desenvolvimento do projeto já se elaboram cenários para o futuro. Há novos pontos que merecem ser potencializados e/ou reforçados. A continuidade de desafios que o projeto enfrentou ao longo de alguns anos, com um lento mas contínuo amadurecimento, levamos a crer que tendem a vir novos apoios, até financeiros, tanto para a continuidade das ações já realizadas quanto para novas ações de pesquisa e estudo.

Até o momento a realidade tem mostrado que é preciso muito trabalho, pesquisas e estudos, empenho/negociação no território e construção de parcerias sólidas e com interesse comum para que esse potencial se concretize. Com base nesse exercício é possível construir um instrumento de trabalho que futuramente será utilizado para os ajustes nos rumos da missão, das metas e das estratégias de ação a serem ainda percorridas.

Referências

CHAIMSOHN, F. P.; SOUZA, A. M. **Sistemas de produção tradicionais e agroflorestais no centro-sul do Paraná e norte catarinense**: contribuições para a construção do processo de indicação geográfica. Ponta Grossa: Planeta, 2013. 118 p.

LOPES, N. O. V. E. **A indicação geográfica como forma de valorização da biodiversidade no planalto norte catarinense**. 162 p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

MARQUES, A. C. **As paisagens do mate e a conservação socioambiental**: um estudo junto aos agricultores familiares do Planalto Norte Catarinense. 434 p. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento)–Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Guia para solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 31 mar. 2016.

PIMENTEL, L. O.; SILVA, A. L. (Orgs.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Módulo II, Indicação Geográfica. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Florianópolis: EaD/UFSC, Funjab, 2013.

SIGNOR, P.; GOMES, G. S.; WATZLAWICK, L. F. Produção de erva-mate e conservação de floresta com araucária. **Pesquisa Florestal Brasileira**, Colombo, v. 35, n. 83, p. 199-208, 2015.



SOUZA, A. M. A estrutura fundiária do território Planalto Norte – SC: um produto das especificidades históricas. *In*: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL (SOBER), 47., Porto Alegre, 26 a 30 jul. 2009. **Anais...**

_____. Arranjo produtivo local e indicação geográfica: possibilidades para a cadeia produtiva do “mate” no Planalto Norte Catarinense. *In*: CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL (SOBER), 48., Campo Grande, 2010. **Anais...**

_____. **Dos ervais ao mate:** possibilidades de revalorização dos tradicionais processos de produção e de transformação de erva-mate no Planalto Norte Catarinense. 124 p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas)–Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998.

_____. *et al.* A erva-mate na Região do Contestado: atuação das instituições de pesquisa e associações de produtores e indústrias em relação à indicação geográfica. *In*: DALLABRIDA, V. R. **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional:** reflexões sobre indicação geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial. São Paulo: LiberArs, 2013. p. 144-157.

VALENTE, M. E. R. *et al.* Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 42, n. 3, p. 551-558, 2012.

VOGT, G. A. *et al.* Indicação geográfica (IG) e desenvolvimento territorial: situação e perspectivas da erva-mate nas regiões Planalto Norte de Santa Catarina, centro sul e sul do Paraná. *In*: DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Desenvolvimento territorial:** políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a indicação geográfica como referência. São Paulo: LiberARs, 2014. p. 275-283.

SOBRE OS ORGANIZADORES

Suelen Carls

Bacharel em Direito e mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade Regional de Blumenau (Furb). Atualmente é doutoranda em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com período sanduíche na Universidade de Oxford (Reino Unido), ambos com bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Participa dos grupos de pesquisa Estado, Sociedade e Relações Jurídicas Contemporâneas, da Furb, e Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação, da UFSC. Atua especialmente nas áreas de propriedade intelectual, com ênfase em indicações geográficas e demais signos distintivos coletivos e direito e desenvolvimento. É advogada licenciada no escritório Carls & Advogados Associados.

Patrícia de Oliveira Areas

Bacharel em Direito pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Mestre e doutora em Direito pela UFSC. Docente do departamento de Direito e do Mestrado em Patrimônio Cultural e Sociedade da Universidade da Região de Joinville (Univille), onde também é assessora jurídica do Núcleo de Inovação e Propriedade Intelectual (Nipi) e do Parque de Inovação Tecnológica de Joinville e Região (Inovaparq). Professora do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (Profnit), ponto focal UFSC. Pesquisadora e consultora nas áreas de direito, com ênfase em propriedade intelectual e proteção do patrimônio cultural.

Gabriel Severo Venco Teixeira da Cunha

Bacharel em Direito e mestre em Desenvolvimento Regional pela Furb. Integrante do grupo de pesquisa Patrimônio Cultural, Memória, Identidade e Desenvolvimento Regional, da Furb. Tem interesse preponderante nas áreas de propriedade intelectual, especialmente indicações geográficas e direito e desenvolvimento. É advogado no escritório Carls & Advogados Associados.

Realização



Patrocínio



Apoio

