UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DE RIBEIRÃO PRETO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES

MIRNA DE LIMA MEDEIROS

Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da
indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro

Orientador: Prof. Dr. João Luiz Passador

RIBEIRÃO PRETO

2015

Prof. Dr. Marco Antonio Zago
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Dante Pinheiro Martinelli
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto

Profa. Dra. Sonia Valle Walter Borges de Oliveira
Chefe do Departamento de Administração

MIRNA DE LIMA MEDEIROS

Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da
indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Administração de Organizações da Faculdade de
Economia, Administração e Contabilidade de
Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, como
requisito para obtenção do título de Doutora em
Ciências.

Orientador: Prof. Dr. João Luiz Passador

Versão Corrigida. A original encontra-se disponível na FEA-RP/USP.

RIBEIRÃO PRETO

2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Medeiros, Mirna de Lima

Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro. Ribeirão Preto, 2015.

271 p.: il. ; 30 cm

Tese de Doutorado, apresentada à Faculdade de Administração, Economia e Contabilidade de Ribeirão Preto/USP. Área de concentração: Administração de Organizações.

Orientador: Passador, João Luiz.

1. Administração. 2. Política Pública. 3. Indicação Geográfica. 4. Desenvolvimento Territorial. 5. Queijo do Serro. 6. *Soft System Methodology*.

Dedico esse trabalho a todos que se opõem à pasteurização da vida
(acadêmica, social, cultural, ...)

AGRADECIMENTOS

Assim como Bauer (1999) entendo que a estrada de qualquer trabalho é a estrada de toda a vida de seu autor e, sendo assim, é também um pouco a estrada de todos aqueles que um dia por ela atravessaram. Devido a essa razão, de antemão peço desculpas e agradeço aos que não se encontram nominados abaixo. Cabe, entretanto, destacar algumas pessoas mais que especiais que participaram direta ou indiretamente nessa jornada doutoral.

Ao meu orientador, Professor João Luiz Passador, não apenas pelos conselhos referentes a tese, mas também, e principalmente, pela confiança, pela amizade, por comprar as minhas brigas, embarcar em novas searas, e por me “dar asas” para buscar ser uma melhor professora e ser humano.

À Professora Cláudia Souza Passador, coordenadora do GPublic/USP, pela amizade e compartilhamento de muitas alegrias, discussões, agonias e oportunidades acadêmicas e extra acadêmicas.

Aos Professores Carla Arena Ventura e Júlio Cunha que compuseram a banca de qualificação e contribuíram para o aperfeiçoamento deste trabalho. A Professora Flávia Trentini que mesmo não podendo comparecer à banca de qualificação, fez questão de ajudar e apontar melhorias possíveis àquela altura do processo. Ao Professor Alexandre Nicolella que, ao compartilhar sua experiência com trabalhos junto a cadeia produtiva do leite, deu dicas e também foi o primeiro a apontar algumas questões delicadas e desafiadoras inerentes ao setor.

Aos Professores Leonardo Terra, Lilian Ribeiro, Luna Ferrolla e Roberta Alves pelas contribuições diretas no delineamento do trabalho, além dos incentivos e “broncas” durante todo o processo.

Ao grupo de estudos em Economia da Cultura, em especial Arjo Klammer e Aldo do Carmo, que possibilitaram uma rica discussão com relação a presente tese durante visita realizada na Erasmus University Rotterdam.

Ao corpo técnico, administrativo, docente e discente da Universidade de São Paulo, em especial da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto e da Escola Técnica e de Gestão, cujo apoio e convivência foi imprescindível ao amadurecimento e consecução do presente trabalho.

Aos amigos que se mantêm desde a época: Da escola (Débora Bastos; Monique Fiquene; Natália Duarte; Rafaella Andrade e Suellen Vilanova); Do primeiro intercâmbio (Bent & Yvonne Andersen; Knud & Eller Sommer; Steen & Mariane Andersen; Torben & Britta Rasmussen); Da Faculdade (Ana Carolina Pontes; Danielle Fernandes; Débora Goulart;

Fernanda Campos e minha “mãe-emprestada” Prema Tecla Campos; Fernanda Zica; Leandra Barros; Ludmila Mendonça; Mariana Zaidan; Paula Melo; e Ramon Barros); Do segundo intercâmbio (Juan & Margaritta Speratti; Alexandra Cubilla; Carlos Sena; Latifi Orue; Letizia Benitez; Liz Aquino; Rocio Acosta; Henrique da Mota; Luiz Otávio Arantes; e Tiago Rodrigues); Do Mestrado (Claudimar Amaro & Fernanda Rey; Leonardo Terra; Luna Ferolla; Maira Gabriela; Rutinéia Micheletto; Stella Corrêa; Vanessa Muller); Do MBA (Eugênia Vilhena; José Dutra; Roberta Santana; Joana Vasconcelos; José Clóvis Lima; José Antonio Visintin; e demais colegas); Do doutorado (Marcelo Martins; Elida Oliveira; Gabriela Bianchi; Juliana Souza; Kariane Nunes; Lilian Ribeiro; Luciana Coitinho; e Verônica Santana); e Da mudança para Ponta Grossa/PR (em especial, Máisa Carneiro; Christine Bowens; Roberta Alves; Suzana Moro; Simone Beinlich; Sueli Santos; Thaisa Rodrigues; Valéria Albach; Graziela Horodyski; Altair Santos; Patrícia e Luciane Ecave); e que espero que continuem se mantendo para sempre! Agradeço pelas confluências da vida que permitem que, em muitos momentos, os tempos e espaços que nos fizeram convergir se mesquem e nessa heterogeneidade se criem momentos únicos e ainda surjam novas amizades. Poderia comentar de “baleias”, “capricas”, “quintais”, “patotas”, “rapais”, “fredericas”, “lulus”, “divas”, e muitas outras questões, mas cada um de vocês sabe que, à sua maneira e lugar, tem sua porção de contribuição nessa conquista e está marcado em meu coração.

Aos colegas de trabalho, e aos que extrapolam os horizontes do trabalho, do Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas Contemporâneas (Gpublic/USP); da Fundação Educacional de Ituverava e da Universidade Estadual de Ponta Grossa, meu muito obrigado por compartilhar, além dos “ossos do ofício”, muitas alegrias e amizades.

Aos meus alunos e, em especial aos meus orientados, com quem aprendo e me alegro ante a cada conquista.

À minha família, em especial meus pais, Terezinha Lima e Corcino Medeiros dos Santos, e minha irmã Mariana de Lima Medeiros. Certamente os que mais sofreram com as ausências e mudanças de humor (que não foram poucas, eu sei!!!), mas também os que mais me incentivaram e de certa forma embarcaram em minha paixão.

E, por fim, mas com muitíssimo apreço, ao grupo do *facebook/whatsapp* do “#Salveoqueijoartesanal”, a todas as pessoas da Região do queijo serro e a todos que trabalham com indicações geográficas ou pela disseminação do queijo artesanal de leite cru com quem tive a oportunidade de conversar ou apenas ouvir. Principalmente aos entrevistados que muito enriqueceram esse trabalho ao compartilhar sua realidade, opiniões e, em alguns casos, deliciosos pedaços de queijo e goles de café.

“A pessoa conscientizada tem uma compreensão diferente da história e de seu papel nela. Recusa acomodar-se, mobiliza-se, organiza-se para mudar o mundo” (FREIRE, 2013).

RESUMO

MEDEIROS. M. L. **Indicações Geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro.** 2015. 271f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, São Paulo, 2015.

Indicações Geográficas (IG) são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados (coletados, produzidos ou fabricados), envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Segundo a normatização brasileira, podem ser de dois tipos: indicações de procedência (IP) ou denominações de origem (DO). Às IGs são atribuídas diversas vantagens entre as quais destacam-se seu uso como instrumento de proteção legal (do produtor e do consumidor); como instrumento mercadológico de diferenciação e incremento de valor ao produto registrado e a produtos relacionados; como mecanismo de preservação (do patrimônio natural, cultural e histórico, tangível e intangível); e como mecanismo de desenvolvimento social e econômico. Nesse último sentido, o desenvolvimento do Turismo aparece muitas vezes como atividade emergente. A essa atividade é atribuída capacidade de amplificação de questões tais como a geração de emprego e renda e permanência da população no meio rural; de reforço à indicação geográfica; ou ainda como desencadeador do interesse pela obtenção da IG. As indicações geográficas são colocadas como políticas públicas de proteção intelectual que visam o desenvolvimento sustentável, mas há que se considerar as complexas relações e pluralidade de atores existentes nos sistemas territoriais decorrentes de sua propositura. Assim sendo, o presente trabalho se propôs a analisar o sistema territorial conformado pela implementação de uma indicação geográfica. A proposta se realizou por meio do estudo de caso de uma região que possui indicação de procedência de queijo (Região do Serro, em Minas Gerais) com uma abordagem sistêmica embasada na *soft system methodology* (SSM). Tal metodologia se mostrou a mais indicada para compreensão de sistemas complexos dotados de diversos atores e inter-relações, como o objeto em tela. O esforço de pesquisa pode ser considerado exploratório-descritivo de viés quanti-qualitativo. A coleta de dados envolveu análise documental; observação direta em duas visitas à região; entrevistas (com 14 sujeitos); e questionário (com 103 respostas válidas). A análise se deu preponderantemente por meio de análise de conteúdo e estatística descritiva. Houve o uso dos *softwares* N-vivo, na análise de conteúdo e triangulação de dados, e Visio, na construção de figura rica. O seu marco teórico principal é o de Políticas Públicas e Desenvolvimento Territorial, mas a proposta se faz transdisciplinar na medida em que engloba também questões de Direito, Turismo, entre outras. O sistema territorial conformado pela implementação do registro de IG é particular a cada caso. O do Serro se caracterizou pela participação de instâncias locais, regionais, federais e internacionais. Os resultados obtidos indicam que o registro de indicação de procedência, por si só, não gera todos os aspectos do desenvolvimento territorial preconizados pela proposta de IGs. Há, entretanto, alguns elementos do desenvolvimento territorial que podem ter sido estimulados durante o processo de obtenção do registro. São aspectos do capital: humano, físico-econômico e social. Com relação ao uso turístico, verificou-se atitude favorável a atividades relacionadas ao queijo, bem como a existência de seu consumo durante e após a visita, contudo há desconhecimento quanto à IG. Por fim, percebe-se potencial (tanto para o produto em si, quanto para outros setores tais como o turismo) ante a eminente implementação do uso do registro já obtido.

Palavras-Chave: Indicação Geográfica; Políticas Públicas; Desenvolvimento Territorial; Turismo; Queijo do Serro; *Soft System Methodology*.

ABSTRACT

MEDEIROS. M. L. **Geographical Indications, tourism and territorial development: a systemic analysis of the indication of origin of the minas artisanal cheese of Serro.** 2015. 271f. Thesis (Doutorado) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, São Paulo, 2015.

Geographical indications (GI) are intellectual property institutions applicable to assets and services characterized by their place of origin (gathered, produced, or manufactured) and involve specific environmental, historical and socio-cultural issues. According to the Brazilian regulations, they are divided into two types: indication of origin and designation of origin. Several advantages are attributed to the GIs such as their use as a tool for legal protection (for both producer and consumer), as market tool for differentiation and unlocking value of registered and related products, as a mechanism of preservation (of natural, cultural and historical assets, both tangible and intangible), and as mechanism of social and economic development. In the latter meaning, the development of Tourism often figures as an emerging activity, to which is attributed the capability of intensifying issues such as generation of jobs and income, and the permanence of the rural population, the capability of reinforcing the geographical indications, or as factor to foster the interest in obtaining the GI. The geographical indications are set as public policies of intellectual protection aimed at sustainable development; however, it is important to consider the complex relations and variety of players existing in the territorial system resulting from their proposition. In this manner, the present work seeks to analyze the territorial system formed by the implementation of a geographical indication. The proposed research is to be fulfilled by means of the case study of a region with a cheese indication of origin (Serro, Minas Gerais), with a systemic, soft system methodology-based approach. This methodology proved the most indicated to understand complex systems which present multi-players and inter-relations, such as the object in perspective. These are exploratory-descriptive, quantitative and qualitative-biased research efforts. Data gathering involved document analysis, direct observation during visits to the studied region, interview (with 14 subjects), and questionnaire (that obtained 103 valid responses). The analysis was predominantly done by means of content analysis and descriptive statistics. The N-Vivo software was used in the content analysis and data triangulation, and the Visio software was used in the rich figure construction. Its main theoretical background is Public Policies and Territorial Development, although the proposal is interdisciplinary since it also includes subjects regarding Law and Tourism, among other. The territorial system formed by the implementation of a geographical indication is particular to each case. The one of Serro is characterized by the participation of local, regional, federal and international instances. The obtained results indicate that the registration of indication of origin on its own it is not enough to generate all the aspects of territorial development attributed to the GIs' proposal. There are some elements of the territorial development that might have been stimulated by the registration process. They refer to aspects of human, economic and social capitals. Concerning touristic use of the GI, we found favorable attitude to activities related to cheese, also the existence of consumption, during and after the visit, although there is a lack of knowledge about the GI. Moreover potential (to the product and to other sectors as Tourism) is perceived in the present context of seeking for use of the registry obtained.

Keywords: Geographical Indication; Public Policies; Territorial Development; Tourism; Serro Cheese; Soft System Methodology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Circunscrição da Administração Pública sob o ideário do Estado-Rede	41
Figura 2: Componentes do Desenvolvimento	57
Figura 3: Modalidades de Proteção Intelectual no Brasil.....	64
Figura 4: Estrutura do MAPA para o fomento e suporte das IGs.....	87
Figura 5: Modelo de Leiper para um sistema turístico	98
Figura 6: SISTUR de Beni	99
Figura 7: Modelo de Turismo baseado na Teoria do Caos.....	101
Figura 8: Modalidades do Turismo no Espaço Rural e Submodalidades do Turismo Rural .	103
Figura 9: O ciclo da Soft System Methodology	126
Figura 10: Campanha em prol do Queijo Artesanal e Banner digital de degustação de Queijo do Serro	167
Figura 11:Legenda da figura rica	178
Figura 12: Representação do Sistema Territorial da Indicação de Procedência do queijo minas artesanal do Serro	179
Figura 13: “Queijo Serro da Estrela” e “Queijo Serro Delícias da Canastra”	185
Figura 14: Espaço de Memória na Fazenda Engenho da Serra	207
Figura 15: Embalagem de Madeira já utilizada pela APAQS para presentes	208

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Número de Registros de IGs Brasileiras de 2002 a setembro de 2015.....	92
Gráfico 2: Distribuição Geográfica das IGs brasileiras	93
Gráfico 3: Benefícios esperados de uma indicação geográfica segundo os produtores de queijo	186
Gráfico 4: Origem dos visitantes respondentes ao questionário aplicado	190
Gráfico 5: Faixa etária dos respondentes do questionário	191
Gráfico 6: Tempo de permanência dos respondentes nos municípios da região	191
Gráfico 7: Motivação das visitas aos municípios da região do queijo Serro	193
Gráfico 8: O consumo do queijo segundo os visitantes	194
Gráfico 9: Interesse dos visitantes com relação a atividades relacionadas ao queijo	195
Gráfico 10: Grau de conhecimento dos visitantes com relação à IG, IP, DO, QMA e queijo do Serro	198
Gráfico 11: Atitude dos visitantes com relação a visitas e compra de produtos com registro de IG, IP e DO	199
Gráfico 12: Atividades do agroturismo que os produtores de queijo gostariam de desenvolver	202
Gráfico 13: Dificuldades para o desenvolvimento do agroturismo	203

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Regiões produtoras de queijo no estado de Minas Gerais	115
Mapa 2: Representação dos acessos viários	143
Mapa 3: Mapa do Queijo Minas Artesanal - Serro.....	144
Mapa 4: Distribuição Espacial dos produtores de queijo artesanal do serro	147

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Proposições da Pesquisa	28
Quadro 2: Orientações das Reformas e Inovações na Gestão Pública Contemporânea	40
Quadro 3: Descrição dos Componentes do Desenvolvimento Territorial Sustentável	60
Quadro 4: Marcos Históricos balizadores do Marco Regulatório de Propriedade Intelectual no Brasil	63
Quadro 5: Comparação dos tipos de Indicações Geográficas existentes no Brasil	73
Quadro 6: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - IGs não descritas	76
Quadro 7: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Instrumento de Proteção Legal	76
Quadro 8: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Mecanismo de Preservação	77
Quadro 9: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas – Mecanismo de Desenvolvimento Rural	78
Quadro 10: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Instrumento Mercadológico	81
Quadro 11: Atividades passíveis de apoio do MAPA	88
Quadro 12: Indicações Geográficas Brasileiras Registradas	95
Quadro 13: Evolução da Normativa Federal com relação aos Queijos de Leite Cru	118
Quadro 14: Arcabouço normativo referente ao queijo Minas Artesanal do estado de MG... ..	120
Quadro 15: Caracterização dos Produtores Entrevistados	129
Quadro 16: Lista de entrevistados	130
Quadro 17: Especificação dos instrumentos de coleta de dados por objetivo da pesquisa....	136
Quadro 18: Ferramenta CATWOE enriquecida	137
Quadro 19: Caracterização dos Municípios da região do Serro	145
Quadro 20: Quantificação dos Produtores de Queijo Artesanal do Serro	146
Quadro 21: Breve caracterização da OMC com relação a IGs e a IP do queijo Serro	149
Quadro 22: Breve caracterização da OMPI com relação a IGs e a IP do queijo Serro	150
Quadro 23: Breve caracterização do MAPA com relação a IGs e a IP do queijo Serro	151
Quadro 24: Breve caracterização do MDA com relação a IGs e a IP do queijo Serro	153
Quadro 25: Breve caracterização da Agrifert com relação a IGs e a IP do queijo Serro	154

Quadro 26: Breve caracterização do INPI com relação a IGs e a IP do queijo Serro	155
Quadro 27: Breve caracterização da APAQS com relação a IGs e a IP do queijo Serro	156
Quadro 28: Breve caracterização do IMA com relação a IGs e a IP do queijo Serro	158
Quadro 29: Breve caracterização da EMATER-MG com relação a IGs e a IP do queijo Serro	159
Quadro 30: Breve caracterização do SEBRAE com relação a IGs e a IP do queijo Serro.....	160
Quadro 31: Breve caracterização da COOPERSERRO com relação a IGs e a IP do queijo Serro	163
Quadro 32: Breve caracterização da Angloamerican com relação a IGs e a IP do queijo Serro	165
Quadro 33: Breve caracterização da OriGin com relação a IGs e a IP do queijo Serro	166
Quadro 34: Breve caracterização do SlowFood com relação a IGs e a IP do queijo Serro ...	167
Quadro 35: Breve caracterização da SerTãoBras com relação a IGs e a IP do queijo Serro .	168
Quadro 36: Breve caracterização da ABIQ com relação a IGs e a IP do queijo Serro	169
Quadro 37: Restrições em “E – Environment”	174
Quadro 38: Meios de hospedagem na região do Serro	201
Quadro 39: Considerações com relação aos objetivos específicos e seus resultados.....	213
Quadro 40: Lista de Teses e Dissertações sobre Indicações Geográficas defendidas no Brasil	245
Quadro 41: Resultado da Busca no Portal de Periódicos CAPES	246
Quadro 42: Lista de Artigos analisados na Revisão Integrativa.....	248

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AASER	Associação dos Amigos do Serro
ABAV	Associação Brasileira das Agências de Viagens
ABC	Agricultura de Baixo Carbono
ABIH	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ADPIC	Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (Tradução para TRIPS)
APROCAN	Associação dos Produtores do Queijo Canastra
APAQS	Associação de Produtores Artesanais do Queijo do Serro
BDTD	Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações
BPF	Boas práticas de fabricação
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CATWOE	<i>Customers, Actors, Transformation Process, Weltanschauung, Owners, Environment</i>
CIG	Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários
CNTUR	Conselho Nacional de Turismo
CONDRAF	Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável
CUP	Convenção da União de Paris
DASP	Departamento Administrativo do Serviço Público
DEPTA	Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária
DO	Denominação de Origem
DPDAG	Divisão de Política e Desenvolvimento Agropecuário
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
Enap	Escola Nacional de Administração Pública
FAO	Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
Fungetur	Fundo Geral do Turismo
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>
Gpublic	Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas Contemporâneas

IBICT	Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia
IEPHA	Instituto Estadual de Patrimônio histórico e Artístico de Minas Gerais
IG	Indicação Geográfica
IMA	Instituto Mineiro de Agropecuária
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LPI	Lei de Propriedade Industrial
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MI	Ministério da Integração Nacional
MPF	Ministério Público Federal
MTUR	Ministério do Turismo
Moderagro	Programa de Modernização da Agricultura e Conservação dos Recursos Naturais
NGP	Nova Gestão Pública (<i>New Public Management</i>)
NSP	Novo Serviço Público (<i>New Public Service</i>)
OMC	Organização Mundial do Comércio (Tradução para WTO)
OMPI	Organização Mundial de Propriedade Intelectual (Tradução para WIPO)
OMT	Organização Mundial do Turismo
PDRAE	Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado
PI	Propriedade Intelectual
PNMT	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNDRSS	Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário
Procap-Agro	Programa de Capitalização de Cooperativas Agropecuárias
Prodecoop	Programa de Desenvolvimento Cooperativo para Agregação de Valor à Produção Agropecuária
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
Pronamp	Programa de apoio ao médio produtor
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
PSL	Política Setorial do Leite
QMA	Queijo Minas Artesanal

RISPOA	Regulamento de Inspeção Sanitária de Produtores de Origem Animal
RPI	Revista de Propriedade Industrial
SDC	Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIF	Serviço de Inspeção Federal
SISB-POA	Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal
SNCR	Sistema Nacional de Crédito Rural
SSM	<i>Soft System Methodology</i>
TAR	Turismo em Áreas Rurais
TER	Turismo no Espaço Rural
TMR	Turismo no Meio Rural
TN	Turismo na Natureza
TR	Turismo Rural
TRIPS	<i>Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFVJM	Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
USP	Universidade de São Paulo
WIPO	<i>World Intellectual Property Organization</i>
WTO	<i>World Trade Organization</i>

SUMÁRIO

Introdução	25
Proposições da Pesquisa	27
Objetivo Geral.....	28
Objetivos Específicos	29
1 Políticas Públicas e Desenvolvimento no Meio Rural	33
1.1 Evolução das Políticas Públicas no Brasil	34
1.1.1 Políticas Agrícolas.....	43
1.1.2 Políticas de Turismo.....	50
1.2 Desenvolvimento Territorial Sustentável	53
2 A Propriedade Intelectual como instrumento de Políticas Públicas para o Desenvolvimento Territorial.....	61
2.1 Políticas Públicas de Proteção à Propriedade Intelectual no Agronegócio	66
2.1.1 Indicações Geográficas	68
2.1.1.1 Funções e Impactos das Indicações Geográficas.....	73
2.1.1.2 Formas de Proteção e Operacionalização das Indicações Geográficas no Brasil	86
2.1.1.3 Indicações Geográficas Brasileiras.....	91
3 As Indicações Geográficas e o Turismo	96
3.1 Turismo: Conceitos Fundamentais	96
3.2 Turismo e o Meio Rural.....	102
3.3 Turismo e Alimentação.....	107
3.4 Especificidade e Desafios do Queijo	112
4 Aspectos Metodológicos	122
4.1 Tipologia da Pesquisa	122
4.2 Abordagem teórico-metodológica	123
4.3 Coleta e Análise de Dados	124
4.3.1 Revisão Bibliográfica.....	127
4.3.2 Entrevistas	128
4.3.3 Observação Direta	130
4.3.4 Questionários.....	131

4.3.5 Fórum Virtual	132
4.3.6 Análise Documental.....	133
4.3.7 Síntese da Coleta de Dados.....	134
4.3.8 Análise dos Dados	136
4.4 Caso Selecionado	139
5 Resultados e Discussões: Análise do Caso.....	141
5.1 Caracterização Geral da Região	141
5.2 Compreendendo o Sistema Territorial	148
5.2.1 Principais Envolvidos	148
5.2.2 Aplicação do CATWOE enriquecido	169
5.2.3 Desenho do sistema	178
5.3 Desenvolvimento Territorial	182
5.4 Turismo e a Indicação de Procedência do queijo Serro	189
6 Considerações Finais.....	211
7 Referências Bibliográficas.....	219
Apêndice A – Trabalhos de Pós-Graduação sobre Indicações Geográficas já defendidos no Brasil	243
Apêndice B – Detalhamento da Revisão Integrativa	246
Apêndice C – Roteiro Temático.....	249
Apêndice D – Roteiro de Entrevistas.....	250
D.1 Questões para APAQS	250
D.2 Questões para Secretaria de Turismo e Cultura	251
D.3 Questões para EMATER	252
D.4 Questões para Pesquisador	253
D.5 Questões para Lojas Especializadas	254
Apêndice E – Listagem de Sites analisados	256
Apêndice F – Fórum Online com <i>expertise</i>	257
Apêndice G – Questionário enviado a operadores de turismo.....	258
G.1 Questões para Operadora de Turismo – Não Atuante	258
G.2 Questões para Operadora de Turismo – Atuante.....	259
Apêndice H – Questionário online aplicado aos Turistas.....	260

H.1 Solicitação de Apoio na Divulgação de Pesquisa via <i>Facebook</i>	260
H.2 Contatos realizado para efetivação de postagens do <i>link</i> da pesquisa com os turistas	261
H.3 Telas do questionário online aos turistas	262
Apêndice I – Referencial de Codificação.....	266
Anexo A – Questionário aplicado no Diagnóstico do Queijo Minas Artesanal do Serro (2013-2014)	267

Introdução

Há indícios da emergência de uma forma de governança que combina a organização do mercado e as preocupações públicas (tais como o meio ambiente, a biodiversidade, o desenvolvimento rural, o bem estar animal, etc.) em uma moldura neoliberal onde a gestão pública e privada são combinadas (BARHAM; SYLVANDER, 2011). Nesse contexto, o suporte ao desenvolvimento rural é discutido e alguns instrumentos tais como as indicações geográficas são debatidos no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) e outros fóruns.

Indicações geográficas (IGs) são institutos da propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados (coletados, produzidos ou fabricados), envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares. Segundo a normatização brasileira, podem ser de dois tipos: indicações de procedência (IP) ou denominações de origem (DO) (BRASIL; MAPA, 2014; BRASIL, 1996, 2013a).

O registro de indicações geográficas é enquadrado, conforme o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), como uma ação para o desenvolvimento sustentável. Essa caracterização pode se dar pelo fato de as indicações geográficas poderem ser consideradas estratégicas na medida em que podem servir a diversos fins e envolver diversos atores. Elas podem ser concebidas como instrumentos de proteção (ao consumidor e ao produtor rural); como instrumento mercadológico (destacando o diferencial de um produto ou serviço); como mecanismo de desenvolvimento rural (à medida que pode afetar a geração e manutenção de empregos; a distribuição da renda; a identidade local etc.); e como meio de preservação (de histórias, de *savoir-faire* e até de ingredientes).

Sua discussão foi iniciada a partir dos anos 90 no Brasil com a edição da Lei de Propriedade Intelectual. Contudo, foi só a partir dos anos 2000 que se começou a ter indicações geográficas registradas no país e, ainda mais recentemente, pode-se perceber um maior debate e desenvolvimento de políticas e pesquisas com relação ao tema. Várias políticas (públicas e institucionais) mais recentes tem sido empreendidas por entidades tais como o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), o MAPA, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) com vistas a fomentar, conscientizar e implementar as indicações geográficas no Brasil. Em âmbito internacional, a proposta das indicações geográficas como meio para

promoção do desenvolvimento também tem sido empregada pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e OMC.

Segundo Porto (2012), o consumidor em todo o mundo também tem aumentado a sua demanda por produtos protegidos por signos de substância, entre as quais se incluem as indicações geográficas, marcas de certificação e marcas coletivas. O comportamento do consumidor tem se alterado decorrente de seu maior conhecimento e interações. Questões como consumo seguro; consumo consciente; cultivo sustentável; desenvolvimento regional; rastreabilidade; segurança alimentar; tradição; tipicidade; e *terroir* começam a afetar as suas decisões (PORTO, 2012; TREGGAR; GIRAUD, 2011). Assim, as indicações geográficas podem ter potencial estratégico ao agronegócio brasileiro e às comunidades locais.

Scaff (2012) comenta, ao prefaciar a obra Teoria Geral do Direito Agrário Contemporâneo, que no âmbito do Direito as discussões de Flávia Trentini (2012) com relação a importância das indicações de procedência e denominações de origem são pioneiras no universo do Direito Agrário. O tema é recente inclusive no Direito, área onde há grande debate com relação à propriedade intelectual. Aragon (2011, 2012) comenta que em nível local, os diversos instrumentos de propriedade intelectual se tornaram elementos importantes para a formulação de políticas públicas para o desenvolvimento local sustentável. Além disso, destaca a necessidade e importância de se investigar os impactos causados, por exemplo, pela implementação de políticas de indicações geográficas e marcas coletivas para a promoção desse desenvolvimento.

Druzian e Nunes (2012) apontam lacunas quanto a pesquisa das IGs no Brasil, e destacam que as principais questões a serem investigadas e monitoradas incluem: o impacto da IG sobre a produção, turismo e preservação do patrimônio cultural regional; a eficácia da IG com relação ao aumento da concorrência; o processo específico da implementação da IG, e a interação entre produtores para o controle e melhoria da qualidade. Muitas dessas lacunas permanecem conforme pode-se perceber nas teses e dissertações defendidas recentemente [entre os anos de 2005 e 2013, todas as encontradas em busca realizada pela última vez em janeiro de 2015 (Apêndice A)], mas várias áreas começam a se interessar pela temática. Além disso a atualidade do tema é notável diante do fato de 40% dos 45 trabalhos listados¹ nos dois maiores repositórios de teses brasileiros (Banco de Teses CAPES e Biblioteca Digital de Teses e Dissertações – BDTS), terem sido concluídos do ano de 2011 (ano de início do presente doutorado) em diante.

¹ Conforme processo e descritores expostos no Apêndice A.

As políticas públicas de IGs se conectam com as políticas públicas agrícolas, políticas de competitividade do mercado, políticas orientadas ao consumidor, políticas de turismo, e políticas de desenvolvimento rural, entre outras (BARJOLLE; SYLVANDER; THÉVENOD-MOTTET, 2011). Além disso, possuem delimitações que não necessariamente coincidem com a administrativa, podendo extrapolar os limites de municípios, distritos e até estados. Uma vez que a condição geográfica específica que nomina determinado produto ou modos de fazer (rio, vale, colina etc.) pode pertencer a vários municípios. Sendo assim, o objeto de estudo torna-se ainda mais interessante, na medida em que pode suscitar questões de governança territorial. Essa que se apresenta como uma modalidade mais recente de administração político-regional/local que parece possibilitar acordos, redes de partilha e hierarquias de poderes diferentes entre empresas, poderes públicos e entidades civis (PIRES et al., 2011). Ademais, a abordagem territorial enquanto elemento de organização e reflexão sobre o rural parece especialmente interessante a medida que começa a ser incorporada também nos debates institucionais públicos (CONDRAF, 2014).

A pesquisa parte do pressuposto de que as indicações geográficas podem servir de ponto de articulação e fomento a políticas públicas intersetoriais. Ademais, se colocam três proposições centrais de pesquisa (Quadro 1), decorrentes da revisão de literatura e de revisão integrativa, descrita no Apêndice B, realizada com os artigos disponíveis no repositório de periódicos da CAPES.

Proposições da Pesquisa

Proposições da Tese	Justificativa
A - As Indicações Geográficas funcionam como mecanismo de estímulo às Redes Interinstitucionais;	Para que haja a implementação, o bom funcionamento e a proteção (controle) de uma indicação geográfica é necessária a mobilização e sensibilização dos produtores (VARELLA; BARROS, 2005). Essa mobilização não necessariamente ocorre com a ação coletiva única e exclusiva dos produtores, mas pode envolver entidades públicas e privadas em diversos momentos. Segundo Druzian e Nunes (2012) para que haja a efetiva implementação de uma IG, uma rede sistemática deve ser formada. Essa rede, segundo os autores deve incluir órgãos governamentais, universidades, institutos de pesquisa, INPI, Fundações de Amparo à Pesquisa, Associações de produtores, e os produtores, entre outros. Uma vez que a IG se estabelece a rede pode envolver, e até se mesclar, com o <i>trade</i> turístico. Alguns autores (ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; GONÇALVES, 2008; VIEIRA; BUAINAIN, 2012, entre outros) mencionam alguns papéis, mas como a rede se relaciona não foi encontrado no referencial consultado até o presente.

<p>B - As Indicações Geográficas estimulam o estabelecimento de relações de cooperação, participação e formação de identidade;</p>	<p>O uso restrito da indicação geográfica como signo distintivo é particularmente peculiar devido à sua natureza de cunho coletivo. Nesse sentido, a exclusividade do uso do direito à indicação geográfica reside em todos e a cada um dos produtores e prestadores de serviços, estabelecidos na localidade ou região, para os produtos ou serviços, que cumpram com as regras estabelecidas, tanto a título coletivo como a título individual (GONÇALVES, 2008). É a organização social dos produtores e da cadeia produtiva como um todo que dá aos produtos suas características finais (ALLAIRE; CASABIANCA; THÉVENOD-MOTTET, 2011). Cabe dessa maneira, discutir a capacidade potencial das IGs para a cooperação local e o desenvolvimento de uma identidade coletiva de valorização e preservação do produto e do território sobre o qual se aplica a IG em questão. Essa identidade que passa a ser fortalecida tende a ser almejada pelo turista contemporâneo, sendo assim, as relações passam não só pelo produto em si, mas também pelo desenvolvimento da atividade turística na região.</p>
<p>C - As Indicações Geográficas refletem no desenvolvimento de atividades correlatas, mais especificamente no turismo, e esse fator pode desencadear desenvolvimento territorial.</p>	<p>O uso de uma indicação geográfica para indicar a origem de um produto é um passo para agregar valor ao processo e resultados do comportamento de atores locais e não locais (BARHAM; SYLVANDER, 2011). Cerdan et. al. (2010) comentam que as indicações geográficas destacam as particularidades não só do produto, mas também do território em que este se insere. Essa originalidade e características próprias podem ser atrativos aos turistas. Em revisão sistemática de artigos e livros sobre a questão das IGs foram encontradas menções relativas ao desenvolvimento gerado em decorrência da ampliação da atividade turística e esta, por sua vez, decorrência do estabelecimento de uma IG. Um trabalho (RAMOS, 2008) também mencionou a necessidade de se criar uma IG para proteger um recurso muito valorado pelos turistas.</p>

Quadro 1: Proposições da Pesquisa

Diante desse contexto, emergiu a proposta da pesquisa visando questionar como políticas públicas de propriedade intelectual, agrícolas e de turismo se articulam em torno das indicações geográficas com vistas ao desenvolvimento territorial. Desse modo, teve os seguintes objetivos de pesquisa:

Objetivo Geral

O presente trabalho se propõe a analisar o sistema territorial conformado pela implementação de uma indicação geográfica.

Objetivos Específicos

- Delinear o sistema territorial decorrente de uma indicação geográfica, suas instituições, relações e causalidades;
- Verificar se as indicações geográficas funcionam como mecanismo de estímulo a formação de redes interinstitucionais e como estas se articulam (na criação, promoção e manutenção de uma política de desenvolvimento vinculada à IG);
- Verificar as principais influências das indicações geográficas no turismo e vice-versa, bem como sua relação com o desenvolvimento no âmbito de uma região produtora de queijo.

Por fim, cabe destacar que a proposta pode ser considerada relevante na medida em que se propõe a debater um tema de interesse político, social e econômico. Ademais, se faz original diante de sua proposta sistêmica, transdisciplinar e aplicada.

Existem vários debates com relação aos aspectos econômicos relacionados com a propriedade intelectual e alguns que já trazem questões mais sociais. O presente trabalho olhou para uma realidade brasileira específica percebendo relações e impactos econômicos e sociais decorrente do uso turístico das indicações geográficas. Segundo o referencial teórico as IGs podem estimular o incremento do Turismo que a sua vez pode fortalecer o reconhecimento das IGs e gerar outros benefícios ao território. Assim sendo entendeu-se que as indicações geográficas e/ou o turismo poderiam ser potenciais mecanismos de realimentação, em um sistema complexo local. Diante dessa suposição, bem como da realidade complexa permeada por diversos atores e inter-relações, optou-se por analisar a questão sob uma perspectiva sistêmica, dando igual valor as suas partes e ao todo por elas formado (FEROLLA, 2013; TERRA; PASSADOR, 2015). A abordagem é por meio da *soft system methodology* que propõe um processo de investigação cíclico para compreender contextos plurais e pouco estruturados (CHECKLAND, 2000).

A presente proposta se propõe a ser transdisciplinar a medida que busca contribuições de diversas áreas do conhecimento (Direito; Administração Pública; Redes Interinstitucionais; Desenvolvimento Territorial; Turismo; etc.) para compreender o sistema como um todo.

Por fim, a proposta é aplicada especificamente ao queijo artesanal mineiro do Serro. O queijo minas artesanal é componente da cultura mineira e é patrimônio imaterial² brasileiro

² O Patrimônio Cultural Imaterial refere-se às práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas) que as comunidades, os grupos e as

reconhecidos pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2008; MENESES, 2006). Sua manufatura e comercialização passou por um período relativamente conturbado dado ao fato de eles serem elaborados por leite cru³, não pasteurizado, e a legislação anterior não permitir seu comércio fora do estado. Em 2013, após a sanção de lei específica (BRASIL, 2013b), esses queijos parecem ter ganhado maior atenção. Talvez decorrente desse impasse foram criadas algumas articulações que merecem estudo. A identidade particular de alguns desses queijos é promovida e tende a ser protegida. Isso ocorre por intermédio do Programa Queijo Minas Artesanal⁴ que engloba as regiões do Araxá; Cerrado, Campo das Vertentes, Serro e Canastra (IMA, [s.d.]). Sendo que essas duas últimas regiões são detentoras de indicações de procedência já registradas.

Entendendo que a percepção e interpretação dos dados depende em última instância da consciência do ser observador, delineada por suas vivências, conhecimentos e interesses particulares e da coletividade na qual se encontra inserido (DA SILVA, 2007; DARTIGUES, 2002; HUSSERL, 1990; MOREIRA, 2002), cabe destacar algumas características que levaram a eleição do tema. A questão da gastronomia como parte da cultura de uma sociedade e o seu uso como atrativo é de interesse da pesquisadora desde a sua graduação no bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Minas Gerais. O *locus* da graduação fez despertar também o interesse por tradições locais e elementos que compõem a “mineiridade”. Ao dar continuidade a sua trajetória acadêmica, o envolvimento no Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas da Universidade de São Paulo (GPublic/USP) fizeram despertar novos interesses que perpassam políticas públicas; gestão pública; redes interinstitucionais e suas relações com o desenvolvimento e a equidade. A proposta de se estudar o sistema conformado pela indicação geográfica de um queijo mineiro une esses diversos interesses.

Cabe frisar que o turismo é um fator comentado, mas pouco aprofundado pelos autores que tratam das indicações geográficas como meio propulsor de desenvolvimento. Apenas Nascimento, Nunes e Bandeira (2012) e França (2012) discutem especificamente a importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. Os autores, contudo, tecem suas considerações por meio de uma descrição de roteiros existentes, mas sem

peças reconhecem como importantes elementos de sua identidade e são transmitidos de geração a geração (IPHAN, [s.d.]; RIBEIRO; SOUTO; GOMES, 2009).

³ A expressão designa o leite utilizado como extraído dos animais (íntegro, natural, autêntico) que se diferencia dos leites “aquecidos”, que são submetidos à pasteurização (aquecimento de 75 a 90°C durante alguns segundos) ou à termização (63 a 68°C, de alguns segundos até vários minutos). (SPERAT-CZAR, 2012, p.3)

⁴ Queijo Minas é uma denominação genérica que contempla o queijo produzido artesanalmente a partir do leite cru. O queijo feito a partir do leite pasteurizado deve ser chamado de Queijo Minas Padrão. Já o Minas Artesanal deve ser confeccionado a partir do leite cru conforme a tradição histórica e cultural da região do estado onde for produzido (PIRES, 2013).

a verificação em campo da realidade e das articulações que possibilitam o desenvolvimento do turismo nas áreas abordadas. No próprio Plano Agrícola e Pecuário vigente menciona-se que as indicações geográficas resultam “[...] no desenvolvimento socioeconômico da região por meio da melhor organização dos produtores e da produção, valorização do patrimônio cultural, *incremento do turismo*, entre outros” (MAPA, 2013a, p.105, grifo nosso).

Além disso, as IGs de queijos mineiros foram pouco estudadas sob a perspectiva transdisciplinar do Turismo e Políticas Públicas de Desenvolvimento. O processo de obtenção da IG do queijo canastra foi apenas descrita em um trabalho (ZUIN; ZUIN, 2009), a comercialização do queijo Serro com IG em outro (NUNES; MELLO, 2013) e as dificuldades e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais foram estudados com base nos casos do queijo Serro e Serrano (RS) (SANTOS, 2014). Especificamente sobre desenvolvimento ou turismo decorrentes da IG do Serro não se encontrava nenhum estudo no início da presente tese, contudo na etapa final verificou-se a defesa de uma tese que buscava fazer uma relação entre o sistema agroalimentar local do Serro e o Turismo (FRANÇA, 2012). Ainda assim, entende-se que diante da ótica proposta a presente tese ainda se faz original e relevante.

Entendendo as indicações geográficas como instrumentos da política de propriedade intelectual que se associa com inúmeras outras políticas tais como as agrícolas, de comércio exterior, de proteção ao consumidor, de turismo, entre outras, seu estudo pode ser feito por meio de uma abordagem sistêmica das políticas públicas e desenvolvimento territorial. O interesse da análise política não se restringe apenas ao aumento o conhecimento sobre planos, programas e projetos desenvolvidos e implementados pelas políticas setoriais, mas pretende analisar “a inter-relação entre as instituições políticas, o processo político e os conteúdos de política” (FREY, 2000, p.214).

Nesse sentido, a discussão das instituições que possibilitam a implementação, manutenção, controle e uso turístico das indicações geográficas específicas; da forma como essas se articulam, seus conflitos e colaborações; e dos impactos e ações decorrentes dos processos propostos podem gerar um quadro relevante aos gestores públicos inseridos nos territórios especificamente escolhidos para análise a medida que auxilia a compreender a realidade na qual estão inseridos bem como podem possibilitar a verificação de se as propostas estão atingindo os seus objetivos. Além disso, podem ser úteis aos gestores de localidades que possuem ou pretendem buscar o registro de indicação geográfica dos seus produtos tradicionais. Busca-se contribuir com a formulação e implementação de políticas públicas, bem como com o conhecimento com relação ao tema no âmbito acadêmico e de maneira geral.

Em síntese, o trabalho se propõe a contribuir teórico, metodológico e gerencialmente com relação às indicações geográficas. A primeira questão por dedicar-se ao relacionamento e análise crítica das publicações sobre indicações geográficas; a segunda por utilizar abordagem sistêmica que pode propiciar um novo olhar sobre o instrumento de proteção além de perspectiva transdisciplinar; e a última por tecer apontamentos gerenciais aos gestores públicos e privados envolvidos em um sistema decorrente de IG à guisa de considerações finais do trabalho.

À continuidade da presente introdução, apresenta-se um referencial teórico que engloba: primeiramente uma discussão das políticas públicas e do desenvolvimento no meio rural (capítulo 1), trazendo uma breve evolução das políticas públicas no Brasil com um panorama das políticas agrícolas e de turismo e a discussão do conceito de desenvolvimento territorial sustentável; em segundo lugar a propriedade intelectual como instrumento das políticas públicas para o desenvolvimento é abordada (capítulo 2) trazendo uma contextualização histórico-conceitual, seguida das funções e impactos decorrentes dessas descritas por meio de uma análise sistemática de estudos sobre o tema, sua forma de operacionalização no Brasil e o panorama das indicações geográficas brasileiras registradas até setembro de 2015; por fim, o referencial se completa com uma discussão sobre as indicações geográficas e o turismo (capítulo 3).

No capítulo 4 são expostos as escolhas metodológicas e os instrumentos de coleta e análise de dados decorrentes delas. O capítulo 5 é composto pelos resultados e discussões da tese e foi composto por quatro seções que trazem: a caracterização geral da região do queijo do Serro; o delineamento do sistema territorial decorrente da IP em estudo; os reflexos decorrentes da IP do Serro no desenvolvimento territorial; e as relações (possíveis e existentes) do turismo dentro do contexto em questão. Por fim, são tecidas algumas considerações e apresentadas as referências bibliográficas utilizadas e são disponibilizados os apêndices e anexos.

1 Políticas Públicas e Desenvolvimento no Meio Rural

Não há uma definição precisa para o termo “políticas públicas” segundo Rodrigues (2010) e Secchi (2013). O termo “política” evoca significados distintos, consequentemente a falta de esclarecimento pode gerar equívocos na compreensão de estudos, bem como em análises e discussões a serem realizadas. Em inglês as diferentes conotações são separadas pelo uso dos vocábulos “*policy*”, “*politics*” e “*polity*”. “*Polity*” é utilizado para denominar as instituições políticas; “*Politics*” para os processos políticos, ou seja, a atividade humana de negociação e exercício de poder; por fim “*Policy*” se refere aos conteúdos da política, a configuração dos programas políticos, problemas técnicos e conteúdo material das decisões. Cabe destacar que, por mais que haja a separação terminológica, os três termos encontram-se intimamente relacionados e há grande potencial de se superar uma abordagem isolada “ao deixar confluir a dimensão material de política (isto é, fins, impactos, etc.) com as dimensões institucional e político processual” (FREY, 2000, p.215).

O termo “política pública” está vinculado ao termo “*public policy*” (FREY, 2000; SECCHI, 2013). Sendo assim, de forma simplificada, política pública é uma diretriz estabelecida para o tratamento ou resolução de um problema entendido como coletivamente relevante (SECCHI, 2013). De modo prático, trata-se de programa de ação governamental para um setor da sociedade ou um espaço geográfico (BUCCI, 2006). São fluxos de decisões e ações governamentais que visam alterar ou manter determinada realidade em resposta às demandas e interesses públicos (RODRIGUES, 2010; SARAIVA, 2006).

[...] poderíamos dizer que ela [política pública] é um sistema de decisões públicas que visa a ações ou omissões, preventivas ou corretivas, destinadas a manter ou modificar a realidade de um ou vários setores da vida social, por meio da definição de objetivos e estratégias de atuação e da alocação dos recursos necessários para atingir os objetivos estabelecidos (SARAIVA, 2006, p.29)

As políticas públicas enquanto categoria analítica envolvem fronteiras de difícil delimitação (tendo em vista os múltiplos atores e interesses envolvidos em sua proposição e execução), bem como conotações valorativas no que se refere a demonstração de uma certa racionalidade da ação governamental ou o questionamento de sua coerência ou eficácia (BUCCI, 2006). Ainda assim, entender e discutir por quais motivos certas políticas públicas são adotadas, bem como suas causas e consequências auxilia a compreender a sociedade na qual estão inseridas (seu contexto e momento) bem como podem possibilitar a verificação de

se estão, de fato, atingindo os seus alvos (RODRIGUES, 2010). Assim sendo, o presente capítulo trata de discutir as políticas públicas e o desenvolvimento territorial no meio rural brasileiro. Para tanto, inicia-se a explanação com uma breve recuperação histórica das políticas públicas no Brasil. Em seguida, são tecidas algumas considerações com relação especificamente à política agrícola e à política de turismo. Por fim, é feito um debate quanto ao conceito de desenvolvimento e a sua abordagem territorial.

1.1 Evolução das Políticas Públicas no Brasil

As políticas públicas de IGs se conectam com as políticas públicas agrícolas, políticas de competitividade do mercado, políticas orientadas ao consumidor e políticas de desenvolvimento rural, entre outras (BARJOLLE; SYLVANDER; THÉVENOD-MOTTET, 2011). Dependem, portanto, das mudanças históricas de poder entre os setores social e econômico e da pressão dos diversos grupos ao longo do tempo. A construção e instrumentalização de políticas de proteção a indicações geográficas depende, antes de mais nada, da construção política institucional e influências recebidas de maneira individual a cada país. Assim sendo, cabe realizar uma recuperação quando a formação política brasileira de maneira geral.

A forma de governo adotada no Brasil é a democracia representativa. Nesse modelo, os cidadãos elegem representantes para falar e agir em seu nome nas esferas legislativa e executiva. Essa segunda, é representada pelo governo que deve propor e executar políticas públicas que atendam às demandas da sociedade que governa, traduzindo em atos a vontade expressa pelo povo (DALLARI, 2009). A gestão pública, ou gestão das políticas públicas, depende tanto do sistema adotado, quanto do histórico que o formou e do contexto presente. Além disso, “a realização das políticas deve dar-se dentro dos parâmetros da legalidade e da constitucionalidade, o que implica que passem a ser reconhecidos pelo direito – e gerar efeitos jurídicos – os atos e também as omissões que constituem cada política pública” (BUCCI, 2006, p.255).

O papel do Estado frente as demandas da sociedade brasileira se alterou ao longo do tempo na medida em que sua forma de atuar é delimitada por modelos histórico-socialmente construídos. Esses modelos foram delimitados tanto pela forma como o Estado brasileiro se constituiu, bem como por influências e “modas” de gestão por vezes importados de outros países. Nesse cenário, as estruturas e os processos do Estado ainda passam por transformações.

A democracia recente e padrões de comportamento político como o clientelismo, o populismo e o patrimonialismo ainda influenciam o rumo das políticas públicas em desenvolvimento e refletem na coexistência de comportamentos político-administrativos modernos e tradicionais (FREY, 2000).

De maneira sintética pode-se falar que a trajetória brasileira possui quatro momentos principais a saber: Patrimonialismo; Burocracia; Gerencialista ou Nova Gestão Pública; e propostas emergentes contemporâneas (OLIVEIRA; PINTO, 2009; PAULA, 2005a, 2005b). O Estado oligárquico e patrimonial caracteriza o Império e a Primeira República brasileira. O Estado Burocrático e Autoritário nasce com o governo Vargas, nos anos 30. A Reforma Gerencial se concretiza nos anos 95 com Bresser-Pereira, apesar de alguns de seus princípios já aparecerem na proposta desenvolvimentista de Castelo Branco. Por fim, outras vertentes emergentes, tais como a administração societal, aparecem como propostas contemporâneas. Essas novas correntes, ainda que distintas, talvez tenham sido estimuladas por Bresser-Pereira que se empenhou na disseminação dos debates sobre novas formas de gestão em busca da melhoria do desempenho no setor público (ABRUCIO, 2007; ABRUCIO et al., 2009; BRESSER-PEREIRA, 2001; PAULA, 2005a).

O Estado Democrático brasileiro, conforme comenta Bresser-Pereira (2001), foi gestado em meio a uma economia agrícola mercantil e uma sociedade de classes mal saída do escravismo. A transição para esse carregou consigo algumas das características da proposta anterior: oligárquica, patrimonialista e com a representatividade maior de algumas classes em detrimento de outras. O patrimonialismo se caracterizou pela confusão do patrimônio do Estado com o patrimônio de cada um de seus membros. A função do Estado na época era de garantir empregos para a classe média ligada por laços de família ou de agregação aos senhores de terra e grandes comerciantes. Enquanto esses se ocupavam da economia, seus prepostos (juristas e letrados sustentados pelo Estado) dominavam com certa autonomia o Estado e a política.

É essa elite política letrada e conservadora que manda de forma autoritária ou oligárquica. Não há democracia. As eleições são uma farsa. A distância educacional e social entre a elite política e o restante da população, imensa. E no meio dela temos uma camada de funcionários públicos, donos antes de sinecuras do que de funções, dada a função do Estado patrimonial de lhes garantir emprego e sobrevivência (BRESSER-PEREIRA, 2001, p.7)

A elite política patrimonial, mesmo letrada, não se preocupava com a eficiência da máquina estatal, os critérios administrativos eram pessoais. Essa realidade começa a mudar com a entrada dos militares no poder. Esses promovem revoluções em prol da “ ‘razão’, cujas fontes

capitalistas e burocráticas clássicas são claras” (BRESSER-PEREIRA, 2001, p.7). Culmina com a reforma burocrática, iniciada de fato em 1936 sob a liderança de Getúlio Vargas e consolidada pela criação do DASP (Departamento Administrativo do Serviço Público).

A proposta burocrática valoriza a competência técnica, destacando princípios centralizadores e hierárquicos da burocracia clássica weberiana (ABRUCIO et al., 2009; BRESSER-PEREIRA, 2001; CAVALCANTI; PECI, 2005). Nogueira (1998) comenta que a dedicação a proposta burocrática não se deu apenas pela admiração dos seus princípios. Ocorreu também pela necessidade de aparelhar o Estado para o cumprimento de novas funções (técnico-legislativas, de fortalecimento da soberania e de regulação social) e de buscar apoio de adeptos das diversas classes sociais para o novo regime. Ainda durante a ditadura, se propõe o modelo de Estado de Bem-Estar Social⁵, o *Welfare State*. No entanto, o modelo foi utilizado mais como forma de controle da população, pois a distribuição dos benefícios se dava preponderantemente nas grandes áreas urbanizadas onde a ocorrência de conflitos e a possibilidade de articulação era maior (NALLE JR; PASSADOR, 2007).

A reforma burocrática não durou muito, uma vez que, com o fim do período militar, o DASP e o autoritarismo centralizador se enfraquece. Começa a se fortalecer a ideia de que o formalismo inerente à burocracia não atendia aos anseios de desenvolvimento (crescimento econômico e industrialização) do país (ABRUCIO et al., 2009; BRESSER-PEREIRA, 2001; GUERREIRO-RAMOS, 1983). Esse descontentamento culmina com a reforma desenvolvimentista oficializada pelo Decreto-lei nº200 em 1967. A proposta nacional-desenvolvimentista distingue e fortalece a administração indireta; destaca o sistema meritocrático e torna menos burocrático o sistema de compras do Estado. Esse modelo, contudo, possuía fraquezas que acabaram por enfraquece-lo e culminaram em um retrocesso burocrático no período entre 1985 e 1989. A principal delas foi possibilitar a manutenção de práticas clientelistas, pela não exigência de concursos (ABRUCIO et al., 2009; BRESSER-PEREIRA, 2001).

A constituição de 1988, ao mesmo tempo que apresenta alguns avanços, serve de base negativa e instrumento de aprendizado para a abordagem gerencial proposta por Bresser-Pereira em 1995. Abrucio (2007) aponta três conjuntos de mudanças positivas principais: a) a democratização do Estado, com o fortalecimento do controle externo da administração pública e dos princípios da legalidade da publicidade; b) a descentralização, considerando a realidade e

⁵ Segundo esse modelo, cabe ao Estado estimular o crescimento econômico, gerar empregos e promover o bem-estar social, sendo, portanto, intervencionista. Há a instituição de serviços públicos e programas sociais (NALLE JR; PASSADOR, 2007; PAULA, 2005b).

potencialidades locais; e c) a reforma do serviço civil, com a profissionalização da burocracia que incluiu a seleção por meio de concursos públicos e a criação da Escola Nacional da Administração Pública (Enap). Essas mudanças acabam por ser criticadas e gerar descontentamento e descrédito ao poder público, principalmente por não serem efetivadas em sua totalidade. Além disso, a administração pública passava por mudanças significativas com a proposta da “nova administração pública” (*new public management*) (ABRUCIO, 2007; ABRUCIO et al., 2009; BRESSER-PEREIRA, 2001).

A *new public management* se pauta no ideal neoliberalista que entendia que o Estado deveria se contrair tendo em vista a superioridade do setor privado em garantir eficiência, controle e competitividade (ABRUCIO et al., 2009; PAULA, 2005a). Sua proposta pode ser sintetizada nos onze princípios propostos por Osborne e Gaebler (1994, grifo nosso) para os governos que desejassem adota-la: 1) governo *catalizador*; 2) o governo *pertencente à comunidade*, pois ao invés de servi-lo apenas deve dar responsabilidade ao cidadão; 3) governo *competitivo*, por propor a lógica da competição na prestação de serviços; 4) governo *orientado por missões*, especialmente com vistas a transformar os órgãos burocráticos; 5) governo *orientado para resultados*, por dar maior valor ao fim e não aos meios; 6) governo *orientado aos clientes*, por buscar atender às necessidades dos cidadãos; 7) governo *empreendedor*; 8) governo *preventivo*, por realizar planejamentos baseados em cenários e não apenas solucionar crises; 9) governo *descentralizado*, por propor a substituição da hierarquia pela participação e cooperação dentro das equipes; 10) governo *orientado para o mercado*; e 11) governo *reinventado*.

Para inserir o conceito de eficiência na máquina pública, importam-se não só as técnicas e valores do setor privado como também adota-se a concepção do cidadão como cliente. Assim sendo, cabe a ele medir a qualidade do serviço público e expor suas opiniões para melhorias. Cabem ainda iniciativas criativas e redução do peso das normas e procedimentos com vistas a melhor atendê-lo (BRESSER PEREIRA; SPINK, 2006). A proposta não quer substituir o Estado pelo mercado, mas o coloca com o papel de agente regulador e alocador de recursos (BRESSER-PEREIRA, 2001; CAVALCANTI; PECI, 2005). A reforma gerencial brasileira foi exposta no Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado (PDRAE), de responsabilidade de Bresser-Pereira. Essa aproximação com os instrumentos e objetivos do mundo dos negócios pode ser observada em dito documento.

É preciso, agora, dar um salto adiante, no sentido de uma administração pública que chamaria de “gerencial”, baseada em conceitos atuais de administração e eficiência, voltada para o controle dos resultados e descentralizada para poder chegar ao cidadão,

que, numa sociedade democrática, é quem dá legitimidade às instituições e que, portanto, se torna “cliente privilegiado” dos serviços prestados pelo Estado (BRASIL, 1995, p.7)

A reforma gerencial teve três dimensões: institucional, cultural e de gestão (BRASIL, 1995; BRESSER-PEREIRA, 2001; PAULA, 2005a). Com relação a dimensão cultural, o objetivo era de transpor a cultura burocrática no Estado para uma cultura gerencial, minimizando os aspectos culturais negativos da proposta anterior tais como o clientelismo e o patrimonialismo. A dimensão de gestão se referia a adaptação das ideias e ferramentas do setor privado para o público, envolveu a introdução do princípio da eficiência, o estabelecimento de programas de qualidade e reengenharia organizacional, foco nos resultados, capacitação e valorização do servidor. Essas duas dimensões se direcionavam a fortalecer o núcleo estratégico possibilitando a mudança institucional.

A dimensão institucional foi priorizada, dando ênfase na descentralização e flexibilização, possibilitando a privatização de atividades econômicas e publicização (transferência da execução de políticas públicas) para entes não estatais. Para tal fim o PDRAE propôs a divisão do aparelho do Estado em quatro setores: núcleo estratégico; atividades exclusivas; serviços não exclusivos; e produção de bens e serviços para o mercado (ABRUCIO et al., 2009; BRASIL, 1995; BRESSER-PEREIRA, 2001; PAULA, 2005a). Houve nesse processo a criação de três novos tipos de organizações: as agências reguladoras; as executivas; e as organizações sociais. O Estado tem então um escopo de atuação mais restrito, passou a ser responsável pelo planejamento e as instituições pela execução. Ocorre um processo de “agencificação” (CAVALCANTI; PECI, 2005; PASSADOR, 2012; PAULA, 2005a). A proposta objetivava uma concepção de Estado regulador, desburocratizado, descentralizado e com aumento da autonomia de gestão (ABRUCIO et al., 2009). Nesse sentido, a transferência de recursos e responsabilidades permitiria

[...] primeiro, estimular a gestão por resultados, a ser acompanhada pelo poder público por meio dos instrumentos de formalização das parcerias, como os contratos de gestão; segundo, aumentar a eficiência na prestação do serviço público, ao permitir maior flexibilidade gerencial em vários aspectos, como gestão de recursos humanos, compra de insumos e materiais e gestão financeira; e terceiro, fortalecer a democracia, já que as novas instituições estariam mais próximas da sociedade, permitindo maior participação e controle sociais (FEROLLA, 2013, p.35).

Cavalcanti e Peci (2005) comentam que houve a priorização dos objetivos econômicos aos outros objetivos da reforma gerencial (consolidação da governança e governabilidade). A administração pública preocupava-se apenas com a eficiência (redução dos gastos públicos e cortes orçamentários) (SALM; MENEGASSO, 2009). O fracasso em sobrepor esse enfoque,

somado a falhas na transposição dos modelos importados à realidade brasileira, a falta de apoio governamental e a continuidade do PDRAE, fez com que as estratégias do plano não fossem completamente implementadas assim como os seus resultados pretendidos (ABRUCIO, 2007; CAVALCANTI; PECI, 2005).

A proposta gerencial também é criticada por absorver de maneira indiscriminada as ideias geradas no setor privado (modismos gerenciais). Além disso, a implementação do modelo não rompeu com a linha tecnocrática e continuou a reproduzir o autoritarismo e patrimonialismo. Também por não dar a devida importância à dimensão sociopolítica, sendo participativo apenas no discurso, mas centralizador no processo decisório, havendo, portanto, uma inserção social limitada (PAULA, 2005a, 2005b).

A nova administração pública é considerada um modelo ainda inacabado e em evolução dotado do mérito de ter inserido inovações técnicas e rompido padrões culturais (ABRUCIO, 2007; COELHO, 2012; PASSADOR, 2012; PAULA, 2005b). A continuidade do processo aparenta ter duas vertentes principais: a proposta de consolidação das práticas gerencialistas e liberais, sob a égide da Nova Gestão Pública (NGP); e propostas alternativas e emergentes caracterizadas pelo aspecto societal, sob a égide do Novo Serviço Público (NSP) (PASSADOR, 2012; PAULA, 2005b).

A administração societal decorre da articulação de alguns grupos, principalmente a partir dos anos 80, com reivindicações junto ao Estado em torno de bens de uso coletivo, tais como transporte, habitação, abastecimento de água, saneamento básico e saúde. Enfatiza a participação social e visa estruturar um projeto político que repense o modelo de desenvolvimento, reforce a democracia substantiva e renove o perfil dos administradores públicos (PAULA, 2005a, 2005b).

Salm e Menegasso (2009) propõem uma divisão dos modelos de administração pública em três: a) *Administração Pública Convencional* (velha administração pública), que desconsidera o cidadão e considera os interesses da burocracia suficientes para produzir os serviços públicos e o bem público; b) o modelo da *Nova Gestão Pública*, sustentado na filosofia de mercado (com apropriação de estratégias e tecnologias que lhe são próprias) e que entende o cidadão, enquanto ente político, como consumidor; e c) *Novo Serviço Público*, modelo emergente caracterizado pelo entendimento de que o bem público deve ser produzido para a sociedade e pela sociedade, com a efetiva participação do cidadão em parceria com os entes públicos. “Comunidade, sociedade civil e cidadania são conceitos centrais ao modelo. Também o são, a virtude cívica, a participação e o envolvimento, bem como, o serviço público como extensão da cidadania” (SALM; MENEGASSO, 2009, p.108).

Ao analisar a gestão pública contemporânea, Coelho (2012) destaca que na gestão pública contemporânea não há efetivamente uma ruptura com os modelos tradicionais, mas sim pequenas reformas e inovações em busca do aperfeiçoamento da administração pública que se dão pautados em orientações e princípios específicos. Haveriam três orientações principais nos processos de reforma e inovação: a) a orientação para a *Eficiência*, que se relaciona com a dimensão econômico-financeira; b) a orientação para a *Eficácia*, que relacionada a dimensão administrativo-institucional; e c) orientação para *Efetividade*, que destaca a dimensão sócio-política. Essas orientações carregariam consigo valores de primeira, segunda e terceira gerações respectivamente. Além disso, o autor entende que as inovações incrementais são mais factíveis e usuais do que as reformas estruturais no setor de políticas públicas, havendo, portanto, pequenas mudanças ou instrumentos que devem ser analisados. O quadro 2, apresenta a Síntese das Orientações das Reformas e Inovações na Gestão Pública Contemporânea proposta pelo autor.

Orientação para:	Eficiência	Eficácia	Efetividade
Princípios:	Economicidade; Produtividade	Qualidade (percebida)	Equidade; Participação
Perspectiva em:	<i>“fazer mais com menos”</i>	<i>“fazer melhor”</i>	<i>“fazer diferença”</i>
Ideias-Chaves: (e instrumentos)	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuste estrutural • Equilíbrio fiscal • Qualidade do gasto público • Uso racional dos recursos • Controladoria estratégica • Pregão-Eletrônico • Parcerias Público-Privadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de Atendimento • Desburocratização • Planejamento Estratégico • T&D • Contratualização de Resultados • E-GOV • Transparência Administrativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Democracia participativa • Controle social • Impactos no público-alvo • Desenvolvimento Territorial • Ação Coletiva • Ampliação dos Direitos Sociais • Sustentabilidade
Criação de Valor para:	Contribuinte	Usuário	Cidadão

Quadro 2: Orientações das Reformas e Inovações na Gestão Pública Contemporânea
Fonte: Adaptado de Coelho (2012, p.47)

Cabe destacar, entre as alterações de paradigmas com relação a gestão pública em curso no mundo, o ideário do Estado-Rede. Segundo essa proposta, a administração pública abarca não só a gestão estatal. Deixa-se de ser enxergada como um sistema fechado e passa a ser entendida sob a ótica contemporânea de sistema aberto. Assim, Estado, sociedade civil e iniciativa privada passam a compartilhar atividades e riscos nos processos decisórios. A proposta se traduz “em arranjos interorganizacionais (plurais e heterogêneos) entre Estado, terceiro setor e mercado, interpenetrados pelo interesse público e concertados por uma governança pública” (COELHO, 2012, p.43). Essa proposta é exposta na figura 1.

Figura 1: Circunscrição da Administração Pública sob o ideário do Estado-Rede
 Fonte: Coelho (2012, p.43)

Cavalcanti e Peci (2005, p.42) destacam que uma redefinição de papel se impõe ao Estado, principalmente em termos de permeabilidade à sociedade civil, sendo premente o fortalecimento de sua dimensão articuladora e catalisadora no processo de políticas públicas.

A aproximação da governança com a democracia traz alguns problemas de legitimidade e torna imperiosa a necessidade de gerenciar o setor público de modo transparente, participativo e responsável. A gestão integrada das políticas públicas deve se basear no reconhecimento da interdependência, da complexidade e do caráter multifacetado dos problemas que as políticas públicas visam resolver.

As mudanças que ocorrem institucionalmente, bem como no âmbito econômico e político mundial afetam a formulação das políticas, planos e metas governamentais. A história das reformas administrativas foi marcada por avanços e recuos, por ondas flexibilizadoras seguidas de ciclos centralizadores marcados pelos percalços gerados pelo próprio modelo ou pelas patologias estruturais do clientelismo, do patrimonialismo e do corporativismo (CAVALCANTI; PECI, 2005). Os modelos são úteis à medida que permitem perceber vantagens e fragilidades inerentes às propostas, mas não são estáticos ou desconectados, podendo coexistir e complementar-se com vistas a atender as múltiplas dimensões dos cidadãos (SALM; MENEGASSO, 2009).

A recuperação histórica dos padrões filosóficos que nortearam as políticas públicas brasileiras ao longo do tempo é fundamental para o entendimento das políticas, programas, projetos e metas instituídas ao longo do tempo. A tarefa do administrador consiste no uso racional dos recursos, em geral limitados, disponíveis para a consecução de objetivos

determinados (RIBEIRO, 2006a). Esse trabalho envolve, portanto, escolhas que dependem da maneira como o sujeito enxerga o mundo e o Estado, além de aspectos subjetivos. Sua ação se pauta sobre um quadro de referência, o qual não pode ser esquecido quando se analisa quaisquer de suas ações ou decisões bem como suas consequências (RIBEIRO, 2006b).

A Administração Pública tem a ver com o governo, e este é o próprio centro formal da realidade política. Não importa que o profissional julgue estar sendo conduzido exclusivamente pelos seus conhecimentos técnicos, postos à disposição de um governo qualquer. O conhecimento técnico em ciências sociais não se pode despir de sua operacionalidade política (RIBEIRO, 2006a, p.187).

As políticas públicas podem ser vistas como conjunto de processos que culmina na escolha (racional e coletiva) de prioridades, para a definição dos interesses públicos (BUCCI, 2006). Processos esses complexos devido à interação, explicitação e contraposição de direitos, deveres, ônus e conhecimentos dos diversos interessados na atuação administrativa, além da própria Administração. O gestor público age de acordo com padrões subjetivos (conscientes e inconscientes) muitas vezes embasados em uma filosofia compactuada pelo grupo. A mudança ideológica que ocorre ao longo do tempo se refere a quem serve, para que serve e como deve ser a ação do governo. A orientação para a população de interesse se dá sob lentes específicas, inseridas em uma configuração institucional determinada, que definem as escolhas do gestor quando ele desenvolve as políticas públicas.

Há, portanto, conforme Bucci (2006), que se admitir que a Administração como máquina de execução neutra e inerte é um mito, pois o desenho institucional de determinada política depende do conhecimento dos organismos administrativos, dos procedimentos, da legislação, do quadro de pessoal disponível, das disponibilidades financeiras, entre outros elementos. Esse conjunto de fatores, se não são suficientes para desencadear ações (pela necessidade do impulso da direção política do governo), podem transformar-se em obstáculos à implementação da referida iniciativa.

O Brasil, segundo Passador (2011), é produto dos paradoxos. Misturam-se universos simbólicos improváveis, com a coexistência do racional e do mítico. Adotam-se bases tecnológicas modernas, mas as subvertem-se aos padrões de convivência permeados pela hierarquia de inspiração nobiliária. E convivem as inconveniências, ainda pouco desveladas e pouco compreendidas, da pós modernidade (PASSADOR, 2011). A realidade que circunda o gestor é interpretada com base em diversas perspectivas possíveis, que, a sua vez, são também conformadas por esse ambiente circundante. O gestor público pode recorrer a uma ou várias dessas ênfases. Não de forma estanque e não necessariamente conscientemente, as decisões do

gestor são (em maior ou menor grau) produto dessa construção histórica da sociedade, da política e do Estado brasileiro.

Bresser-Pereira (1982) destaca sete interpretações fundamentais sobre o Brasil que expressam as contradições supramencionadas: (1) interpretação da vocação agrária; (2) interpretação nacional-burguesa; (3) interpretação autoritário-modernizante; (4) interpretação funcional capitalista, (5) interpretação da superexploração imperialista, (6) interpretação da nova dependência, e (7) interpretação do projeto de hegemonia burguesa industrial. As duas primeiras interpretação estiveram em conflito nos anos quarenta e cinquenta. Esse conflito se esgota na Revolução de 1964 quando surge um novo sistema de dominação, do qual emerge a terceira interpretação, bem como suas contraposições de esquerda não claramente distintas (interpretações 4, 5 e 6). Quando o regime autoritário entra em crise, em meados dos anos 70, começa a se delinear a sétima interpretação, burguesa industrial. Essa a sua vez também sofre impasses paradigmáticos na atualidade ao se pensar na vertente societal e em rede mencionados anteriormente. Cabe destacar que dentro de cada uma dessas interpretações há ainda visões disciplinares distintas e importantes, tal qual as de Alberto Guerreiro Ramos; Caio Prado Júnior; Celso Furtado; Florestan Fernandes; Francisco José de Oliveira Viana; Hélio Jaguaribe; Raimundo Faoro; Sérgio Buarque de Holanda, entre outros⁶.

Em síntese percebe-se que, no caso brasileiro, houve momentos de maior e menor intervenção estatal e que o contexto atual é de valorização das variáveis sociais e ambientais. Isso ocorreu em praticamente todos os setores, sendo que para o presente trabalho merece destaque o agrícola e o de turismo. Na continuidade são destacadas algumas políticas nesses setores sem a pretensão de se abordar sua totalidade, mas sim dando ao leitor uma visão geral com maior ênfase nas questões mais atuais e relevantes para a proposta em tela.

1.1.1 Políticas Agrícolas

A população rural do Brasil é significativa, em torno de 16% da população total do país, conforme dados do último censo do ano de 2010. Esse percentual já foi muito maior ao longo da história do país, no entanto o êxodo rural ocorrido a partir da década de 50 foi determinante nessa redução, uma vez que o fluxo migratório do campo para às grandes cidades se

⁶ Esses próceres teceram importantes interpretações sobre o Brasil as quais podem servir como lentes para os gestores públicos contemporâneos, bem como se originaram da formação político-institucional do país da qual os gestores não podem se isentar. Cada um dos autores traz interessantes aportes, os quais não serão aprofundados no presente estudo devido ao escopo da proposta.

intensificou, sobretudo em busca de melhores condições de vida. O avanço do capitalismo, iniciado naquele período, transformou a estrutura produtiva do campo devido à necessidade de modernização da agricultura para atender a elevada competitividade que se estabeleceu, fator esse que levou ao empobrecimento dos camponeses e suas respectivas famílias (PASSADOR, 2006).

No entanto, Graziano da Silva (2001) revela que houve uma reversão dessa tendência de êxodo rural na metade da década de 90, uma vez que no período de 1996 a 1999 houve um aumento de aproximadamente um milhão de pessoas no campo. Apesar disso, o autor evidencia um paradoxo, uma vez que esse indicador confronta-se com a contínua redução do emprego de natureza agrícola no país. Tal fato revela que os velhos conceitos com relação às políticas agrícolas não são mais adequados, sendo necessário elaborar novas referências e ações para o século XXI.

Abramovay (2003) comenta que os espaços rurais são depositários principais da biodiversidade, de um rico patrimônio paisagístico e de formas de vida crescentemente valorizadas. Sendo assim, se esse espaço for visto apenas como espaço para produção agropecuária ele será esvaziado (uma vez que caberia apenas pensar no aumento da produtividade), mas se ele for visto como espaço para expansão de inúmeras atividades – baseadas em laços sociais construídos entre indivíduos e organizações – uma visão do território brasileiro que recusa às metrópoles o lugar exclusivo de horizonte promissor para as novas gerações deve emergir.

No entendimento mais recente, a lei nº 8171/91, que dispõe sobre a política agrícola brasileira, define no parágrafo único do artigo 1º a atividade agrícola como “a produção, o processamento e a comercialização dos produtos, subprodutos e derivados, serviços e insumos agrícolas, pecuários, pesqueiros e florestais” (BRASIL, 1991). Na proposta contudo, podem-se perceber objetivos que, para além da produção, contemplam a melhoria do meio rural e de sua população (condições ambientais e socioambientais) (TRENTINI, 2006). Essa visão, contudo, nem sempre foi encontrada na política agrícola. Além disso, como pode-se esperar diante da seção anterior, o papel do Estado também sofreu alterações ao longo do tempo. Desse modo, cabe realizar uma breve recuperação da trajetória da política agrícola brasileira.

Segundo Brito, Held e Botelho (2013), o primeiro órgão específico a tratar da política agrícola brasileira, ainda que não de maneira exclusiva, foi a “Secretaria dos Negócios da Agricultura, Comércio e Obras Públicas”, em 1860. Essa Secretaria se transforma no “Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio” em 1906, em um momento de crescimento urbano-industrial e incipientes políticas de crédito agrícola, quando se percebe uma necessidade

de uma primeira reforma na política agrícola brasileira com vistas a incorporar aspectos do paradigma da teoria do bem-estar social. Contudo, já na década de 1970 o setor público agrícola ainda possuía uma atuação tímida e restrita a algumas tarefas técnicas, pois os anseios do período eram os de modernização dos complexos urbano-industriais. A agricultura era percebida como meio de assegurar abastecimento interno e gerar divisas para equilibrar a balança comercial.

O contexto econômico e político dos anos 80 proporciona uma ruptura mais radical para com as propostas anteriores. A década de 1980 é marcada pela necessidade de eliminação do subsídio ao crédito rural, do controle de preços e dos estoques, pois esse tipo de intervenção afetava a potencial rentabilidade da agricultura. Nesse período olhava-se para a agricultura com busca de rentabilidade nos estímulos de mercado e as demandas do setor deveriam igualmente ser suportadas pela área econômica. Ao final da referida década, com a Constituição Federal de 1988 e a Lei 8.171 de 1991, há uma nova proposta de disciplinamento do intervencionismo estatal atribuindo ao Estado a função de planejador e apoiador do desenvolvimento. O crédito rural torna-se a principal fonte de financiamento da atividade rural (BRITO; HELD; BOTELHO, 2013).

Trentini (2006) propõe didaticamente que a evolução da política agrícola brasileira se divide em quatro fases principais: 1ª) “fase da agricultura primitiva”; 2ª) “fase da evolução”; 3ª) “fase de transição da agricultura”; e 4ª) “agricultura sustentável”. Segundo a autora, na primeira fase (Agricultura Primitiva: até 1965) tentou-se sofisticar e ampliar a política agrícola, mas o período foi marcado pela baixa diversificação, expansão das exportações e consequente dependência de um único produto (o café). Isso gerou uma crise no abastecimento de alimentos e obrigou a reformulação da política no início dos anos 70. A segunda fase (Evolução: 1965-1985) destacou-se pela criação do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR). A terceira fase (Transição da Agricultura: 1985-1995) contempla a promulgação da atual lei (8171/91) que estabelece a política agrícola nacional cujo um dos principais fundamentos é o desenvolvimento agrícola. Além disso, nessa fase tem-se o início do alinhamento da política doméstica ao comércio internacional; são eliminados os subsídios embutidos no crédito rural; e utiliza-se a garantia de preços mínimos. Por fim, a quarta fase (Agricultura Sustentável: a partir de 1995) é marcada pela maior competitividade decorrente da internacionalização da economia. Nesse período o crédito rural sofreu grandes mudanças passando desde o extremo paternalismo (com fomentos a produção) até o extremo rigor, com a manutenção da política de garantia de preços mínimos, mas com juros indexados e sem subsídios.

Segundo Távora (2003), no início dos anos 90, o governo defendia a abertura da economia e a redução do Estado. No setor agrícola a ruptura deu-se de maneira abrupta (partindo do modelo tradicional de crédito rural para a política geral de preços mínimos) sem a implantação de políticas alternativas, o que fez com que o setor passasse por algumas dificuldades no início da década. A crise, em 1991, fez com que alguns instrumentos tradicionais fossem reativados e, mais adiante, novos instrumentos fossem criados entre os quais merece destaque o seguro rural. Além disso, a infraestrutura de monitoramento é melhorada com a criação de zoneamentos, elaboração de sistemas de dados, e estimativas. Ainda segundo o autor, é necessário que haja uma proposta mais duradoura, que garanta crédito e renda. Além disso, aponta que o propósito atual da política agrícola brasileira é possuir um agronegócio moderno e competitivo que é ao mesmo tempo capaz de contribuir para a geração de renda, para o desenvolvimento, para o uso racional da terra, ao equilíbrio da balança comercial por meio das exportações, e às características particulares da agricultura familiar⁷.

Trentini (2006) aponta que a proposta de desenvolvimento rural está intrínseca na política nacional estabelecida. Sendo assim, os programas e propostas que nela se baseiam tendem a buscar a melhoria das condições de vida no meio rural. Nesse sentido, aponta que dar-se-á menor intervencionismo estatal, contudo será mantido o acompanhamento dos riscos inerentes à maior suscetibilidade do setor e principalmente a atenção à sustentabilidade no meio rural⁸.

Dentro das novas políticas de desenvolvimento rural, as quais buscam favorecer e preservar a vida econômica rural, seguem três tendências principais: a primeira baseada no incentivo da diversificação das atividades dentro da empresa rural, ou seja, a implementação de atividades não agrícolas dentro da empresa rural; a segunda

⁷ Oficialmente o conceito de agricultura familiar no Brasil foi determinado na legislação brasileira através da Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006: “Art. 3º Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos: I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais; II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento; III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento; IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família” (BRASIL, 2006). O termo agricultura familiar abriga então um grande número de situações, e se caracteriza, principalmente, mas não somente, pela contraposição à agricultura patronal e pelo tipo de mão-de-obra e de gestão empregadas (trabalho familiar na produção agropecuária e propriedade dos meios de produção) (VEIGA et al., 2001; WANDERLEY, 2000). A atividade agropecuária pode estar presente em maior ou menor medida em cada uma das propriedades e há uma forte tendência para a pluriatividade tanto nas áreas de produção agrícola como nas demais áreas rurais (SCHNEIDER, 2003). Os estímulos do estado, o movimento ambientalista e os processos de descentralização industrial que tendem a ampliar o mercado local de trabalho, devem conduzir a um processo de revalorização do espaço rural e desenvolvimento de outras atividades nesse meio, tais como o turismo e o artesanato (MARSSEN; FLYNN, 1993; SCHNEIDER, 2003).

⁸ O conceito de desenvolvimento almejado pelo Estado tem se alterado promovendo para além do crescimento econômico, os direitos de cidadania e acesso ao consumo tanto nas cidades quanto nos campos (CONDRAF, 2014). Mais adiante no presente trabalho são destacadas outras nuances desse conceito.

tendência está ligada à multifuncionalidade da agricultura, ou seja, à contribuição desta na função social e ambiental da agricultura; a terceira refere-se à correta gestão e conservação do ambiente e na promoção dos alimentos considerados de qualidade (TRENTINI, 2006, p.44).

Segundo Sá e Silva (2010) a política agrícola do Brasil é pautada em duas linhas de discussão. Uma dá ênfase às questões agrárias e outra ao mercado. Na primeira linha destaca-se o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) que trata da agricultura familiar, de reforma agrária e extensão rural; já na segunda há maior envolvimento do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) estimulando a produção, as exportações, e o desenvolvimento do agronegócio com segurança alimentar e redução das desigualdades regionais.

Dentre os programas do MDA, talvez seja o Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar) um dos mais consolidados. Existente desde 1996, envolve apoio técnico e é considerada a principal política pública do governo federal para apoiar os agricultores familiares (PORTUGUEZ; SEABRA; QUEIROZ, 2012). Dentre várias ações em prol dessa vertente, o MDA atualmente trabalha com algumas políticas setoriais dando ênfase a cadeias produtivas priorizadas no Plano Nacional da Sociobiodiversidade. Entre estas cabe destacar (de acordo com o escopo do trabalho) as Política Setorial do Leite (PSL) e Política de Turismo Rural.

A PSL destaca a cadeia produtiva do leite como sendo uma das mais importantes para a agricultura familiar devido ao número de famílias envolvidas e capacidade de geração de empregos e renda. Ela possui quatro eixos: produtivo, industrial, comercial e associativo/cooperativo (MDA, [s.d.]). O Turismo Rural se encontra inserido no Programa de Diversificação Econômica, o qual propõe a diversificação da produção e renda familiar por meio de produtos e mercados diferenciados, agroindústria familiar, turismo e o artesanato (MDA, [s.d.]). Em ambos os casos as ações são financiadas pelas linhas do Pronaf.

Atualmente a política agrícola brasileira engloba ações de planejamento, financiamento e seguro da produção como sua base. Sendo assim, o Ministério da Agricultura desenvolve estudos com relação a gestão de riscos, faz levantamento de dados, propõe linhas de crédito e subvenções econômicas, além de fornecer apoio em todas as etapas do ciclo produtivo (do planejamento à comercialização). Destacam-se nesse contexto, o zoneamento agrícola de risco climático, o seguro rural e as linhas de crédito para custeio, investimento e comercialização (MAPA, 2011, 2013a).

O Plano Agrícola e Pecuário 2013/2014 traduz a política agrícola em diversos planos e programas. Cabe destacar, na concessão de crédito: a política de apoio às cooperativas de

produção agropecuária (com o Procap-Agro - Programa de Capitalização de Cooperativas Agropecuárias; Prodecoop - Programa de Desenvolvimento Cooperativo para Agregação de Valor à Produção Agropecuária); a política de produção sustentável no campo, na qual se destaca o Programa ABC (Agricultura de baixo carbono) e o Moderagro (Programa de Modernização da Agricultura e Conservação dos Recursos Naturais); o Programa de apoio ao médio produtor (Pronamp); o Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica na Produção Agropecuária; entre outros (MAPA, 2013a). Além disso, há programas de apoio a: melhoramento genético, boas práticas (de segurança alimentar, de bem estar animal, de produção sustentável, etc.). Por fim, cabe destacar a existência de uma seção dedicada à indicação geográfica na qual a mesma é descrita como “ativo de propriedade intelectual utilizado como ferramenta de desenvolvimento rural sustentável e agregação de valor ao produto” (MAPA, 2013a, p.105).

Percebe-se que a preocupação governamental abarca tanto a produção de *commodities* para exportação, quanto a produção agropecuária de maior valor agregado por meio de propostas agroindustriais e inovadoras. Além disso, há a preocupação com a produtividade, mas também com o meio ambiente e os produtores propriamente ditos. Por fim, a concessão de crédito é a que aparece com maior destaque, mas também é relevante a proposta de capacitação no sentido de melhorar a qualidade do processo de produção e dos produtos finais propriamente ditos. A existência de políticas voltadas para diferentes categorias de produtores, com diferentes taxas de juros e formas de apoio, são destacadas como questões fundamentais para uma política agrícola que promova harmonização da economia nacional (BRITO; HELD; BOTELHO, 2013).

A flutuação global dos preços de *commodities* afetam o modo de vida de milhões de agricultores. A oferta elevada, principalmente de áreas tropicais devido ao aumento de produtividade entre outras questões, fez com que alguns agricultores passassem a ter ganhos cada vez mais baixos, chegando quase ao nível de subsistência. Tendo em vista a competitividade e a habilidade limitada dos governos de proteger os pequenos produtores, a diferenciação de produtos por meio de suas qualidades e garantias aparece como saída para escapar dos preços baixos dos *commodities* (NEILSON, 2007). As indicações geográficas são um dos instrumentos passíveis de serem utilizados em produtos agrícolas, como forma de proteção à entrada de produtos importados (em geral de grandes corporações e não tradicionais), como auxílio a conquista de mercados exteriores e defendendo tradições. Assim sendo podem ser consideradas uma política agroalimentar de apoio e desenvolvimento rural (VALENTE et al., 2012).

A questão do desenvolvimento aparece em várias discussões e na descrição da política como observado. A concepção atual das propriedades rurais traz para o âmbito rural a proposta do desenvolvimento sustentável. Conforme Trentini (2012, p.50), nessa concepção, a propriedade rural passa a possuir além de suas funções clássicas (econômica e social), a função de proteção dos recursos, do patrimônio natural (existente tanto na propriedade quanto em determinadas regiões) e da biodiversidade, com vistas a garantir a produção contínua dos serviços naturais. Percebe-se, portanto a preocupação em garantir a continuidade das atividades no futuro.

Mais recentemente, em 2014, propôs-se o Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário (PNDRSS) no qual são traçadas estratégias, estabelecidas metas e alguns planos de ação que enfatizam o desenvolvimento rural sob a égide econômica, sociocultural, e ecológicas (conforme anteriormente comentado). Cabe destacar que para o cumprimento dos objetivos propostos são delineadas estratégias de curto e longo prazo, bem como sob responsabilidade do MDA ou a serem efetivadas em parceria com outros órgãos. À continuidade são explicitados os objetivos estratégicos do Plano:

1. Assegurar o desenvolvimento socioeconômico e ambiental do Brasil Rural e o fortalecimento da agricultura familiar e a agroecologia, com ampliação da renda, da produção e da disponibilidade e acesso a alimentos saudáveis;
2. Promover a reforma agrária, a democratização do acesso à terra e aos recursos naturais;
3. Adotar a abordagem territorial como estratégia de desenvolvimento rural e de melhoria da qualidade de vida, por meio da integração de políticas públicas e articulação interfederativa;
4. Promover a gestão e a participação social na implementação, no monitoramento e na avaliação das políticas públicas;
5. Consolidar e fortalecer, nos espaços internacionais, regionais e multilaterais, a agenda do desenvolvimento rural com ênfase na agricultura familiar e agroecológica;
6. Promover a autonomia das mulheres por meio da garantia do acesso à terra e à cidadania, da organização produtiva, gestão econômica e qualificação das políticas e serviços públicos;
7. Promover a autonomia e da emancipação da juventude rural por meio da qualificação das políticas e serviços públicos, com ênfase nas políticas educacionais e da organização produtiva; e
8. Promover o etnodesenvolvimento, valorizando a agrobiodiversidade e os produtos da sociobiodiversidade. (CONDRAF, 2014, p.34)

A busca pelo desenvolvimento da agricultura por meio de uma abordagem estritamente setorial não é suficiente ao desenvolvimento de uma região. São necessárias políticas públicas intersetoriais integradas e um mínimo de organização social de maneira que os sujeitos tornem-se protagonistas dos processos (GRAZIANO DA SILVA, 2001). A articulação e sincronização das políticas públicas (em âmbito federativo, intersetorial e intragovernamental) são destacadas como prementes para que a ação estatal possa incentivando a mudança no padrão de

desenvolvimento individual, familiar e comunitário e promovendo a efetividade de resultado das ações (CONDRAF, 2014).

Nesse sentido, pensar na relação de políticas públicas agrícolas, com políticas públicas de propriedade intelectual e de turismo parece mais adequado do que uma abordagem isolada. Isso já pode ser percebido em estímulos como o Pronaf⁹ ou o Programa Talentos do Brasil¹⁰. A próxima seção traz um breve panorama das políticas públicas em turismo no Brasil. Desse modo, cabe discutir alguns conceitos de desenvolvimento e suas nuances logo após a pequena discussão quanto às políticas de turismo.

1.1.2 Políticas de Turismo

As políticas públicas de turismo se referem as ações do Estado, no tocante à elaboração e execução de programas e demais ações relacionadas ao desenvolvimento da atividade turística no país. A atividade turística está intimamente ancorada nos direitos ao lazer e ao tempo livre presentes na constituição brasileira, bem como na Declaração Universal dos Direitos Humanos (PAULA; MOESCH, 2013). Turismo, segundo a lei vigente, se refere “as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (BRASIL, 2008).

Paula (2013) aponta que as políticas do setor de turismo no Brasil tem seu marco inicial a partir do Decreto-Lei nº55 de 1966 que definiu a política nacional de turismo, criou o Conselho Nacional de Turismo (CNTUR) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). Antes disso, havia iniciativas públicas pontuais e específicas, tais como a regulamentação de transportes, do agenciamento e ações de divulgação. Houve, segundo a autora, três momentos principais, relacionados com os momentos político-econômicos vigentes: a) Fase do planejamento centralizado: 1960 – 1985; b) Fase do planejamento descentralizado: 1985 – 2002; e c) Fase de descentralização centralizada: 2002 – atual.

⁹ Entre as oito linhas de financiamento atualmente existentes no PRONAF, a linha “Pronaf Agroindústria” inclui o desenvolvimento do Turismo como uma das possibilidades de auxílio financeiro como pode-se perceber em sua descrição: “Linha para o financiamento de investimentos, inclusive em infraestrutura, que visam o beneficiamento, o processamento e a comercialização da produção agropecuária e não agropecuária, de produtos florestais e do extrativismo, ou de produtos artesanais e a exploração de turismo rural” (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, [s.d.]).

¹⁰ Programa que apoia grupos de artesãos rurais desenvolvido pelo MDA com a parceria da Caixa Econômica Federal; SEBRAE; Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção (Abit), Associação Brasileira das Entidades Estatuais de Assistência Técnica e Extensão Rural (Asbraer), Fundação Mineira de Educação e Cultura (Fumec), agência alemã de cooperação técnica GTZ e Ministério do Turismo.

O primeiro período (1960 – 1985) se caracterizou pela centralização da formulação e execução da política de turismo, normatização e controle do poder público. Era o período da ditadura militar (1964-1985) que foi, conforme explicitado anteriormente, marcado pela ideologia autoritária, tecnocrática e centralizada a partir de ideais de desenvolvimento e modernização. No milagre econômico dos anos 70, o setor de turismo, em particular recebeu vários investimentos, principalmente com relação a infraestrutura de transporte (rodovias e aeroportos) (PAULA, 2013). Nos anos 70 também foi criado o Fundo Geral do Turismo (Fungetur) para financiar o crescimento do turismo nacional (OLIVEIRA; ROSSETTO, 2013). Esse plano, considerado o primeiro plano governamental de caráter econômico do turismo, impulsionou significativamente a concretização de novos decretos-leis e planos para o setor no país (GALDINO; COSTA, 2011).

A proposta de gestão era informativa, segmentada e excludente (BRASIL, 2013c). Nesse sentido, Beni (2006) aponta que a política de turismo, nesse período e muitas vezes até hoje, é marcada pelos equívocos de fraca articulação com outras políticas setoriais, centralização de planejamento e coordenação, bem como ausência da definição clara de objetivos, metas e prioridades, entre outras questões.

O segundo período (1985 – 2002) foi marcado pela descentralização e desregulamentação decorrente da emergência do ideal neoliberalista. A descentralização caracterizou-se pela participação crescente das regiões, estados e municípios no desenvolvimento do turismo. Já a desregulamentação referiu-se a liberalização, com um abandono do controle rígido das empresas turística, suas operações, tarifas e concorrência (PAULA, 2013). Souza (2013) destaca que o turismo era visto como instrumento de crescimento econômico e as ações visavam conscientizar e capacitar a população para tal fim, tendo destaque nesse propósito o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

No debate com relação ao liberalismo econômico, muitas vezes o turismo apareceu como setor a ser totalmente entregue a iniciativa privada. Contudo, a presença pública na sua gestão é colocada como importante pelo seu potencial de gerar benefícios bem como impactos; empregos e divisas; e relacionar-se com a população local (GASTAL; MOESCH, 2007). Nesse sentido, o período seguinte propõe uma descentralização centralizada. De 2002 em diante, há o fortalecimento do poder central com a criação do Ministério do Turismo (MTUR) e sua proposta de atuação no sentido de estruturar e normatizar o setor. Além disso, a descentralização e desregulamentação de serviços é mantida (PAULA, 2013). A criação do MTUR se deu com uma proposta de gestão pública descentralizada e participativa e parece seguir uma lógica de rede a medida que propõe integração; cooperação e corresponsabilidade nos territórios

turísticos, nas políticas públicas e programas estruturantes e nos investimentos públicos e privados (BRASIL, 2013c; SOUZA, 2013).

Por um lado, ocorreu a elevação da importância do setor turístico, por outro o PNMT é abandonado para uma nova proposta focada na regionalização. Nos anos mais recentes outros fatores impulsionaram o setor entre os quais pode-se destacar a “Lei Geral do Turismo” (BRASIL, 2008) e a implantação do Sistema Nacional de Cadastramento, Classificação e Fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos (BRASIL, 2011a).

A visão do turismo por parte do governo passa a contemplar o desenvolvimento sustentável buscando valorizar e proteger a diversidade (regional, cultural e natural); a busca pela expansão do fluxo turístico interno e externo; a inclusão social; a distribuição da renda; entre outras questões (BRASIL, 2008; OLIVEIRA; ROSSETTO, 2013). Logo no capítulo I da Lei 11.771/2008 algumas dessas questões já aparecem, outras são mais bem detalhadas na subseção II dos objetivos. Nas disposições preliminares, parágrafo único do artigo 2º da referida lei, destaca-se que o turismo deve “gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade” (BRASIL, 2008).

O poder público, segundo essa proposta, atua por meio de apoio técnico, logístico e financeiro para a consolidação do turismo como fator de desenvolvimento sustentável (BRASIL, 2008). A Política Nacional de Turismo estabelece que as suas diretrizes, metas e programas são traduzidos em Planos Nacionais de Turismo (PNT) que são elaborados periodicamente pelo Mintur. O atual é proposto para o período de 2013 a 2016 e tem como mote “O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil” (BRASIL, 2013d). Suas diretrizes são: geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; participação e diálogo com a sociedade; incentivo à inovação e ao conhecimento; e a regionalização.

A partir do ano de 2003 se preconiza a regionalização como estratégia para o turismo no território nacional, buscando reunir municípios e estados em roteiros integrados. Nesse contexto destaca-se o Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Esse programa foi lançado em 2004 e revisado ao longo do tempo, sendo a sua última versão de 2013 (BRASIL, 2013e). Sua proposta objetiva “apoiar a gestão, estruturação e promoção do turismo no país, de forma regionalizada e descentralizada” (BRASIL, 2013c, p.24).

Uma política pública de Turismo deve o considerar como sistema aberto, orgânico e complexo. Assim sendo deve abarcar visões e atividades multisetoriais e multidisciplinares, além disso, deve se tratar de uma construção conjunta do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil (GASTAL; MOESCH, 2007). A proposta de desenvolvimento sustentável

no setor assimilou a evolução da discussão do conceito de desenvolvimento ao longo do tempo “dando centralidade, em um primeiro momento, ao crescimento econômico para em seguida incluir a necessidade da distribuição de seus benefícios e, na década de 1990, apropriar-se das discussões sobre ecologia e sustentabilidade” (PAULA, 2013, p.264). A continuidade dessa evolução conceitual será apresentada.

1.2 Desenvolvimento Territorial Sustentável

Os conceitos de crescimento e desenvolvimento econômico vêm se sobrepondo ou se confundindo ao longo dos últimos dois séculos. Desde o advento da revolução industrial, na segunda metade do século XVIII, na Inglaterra, emoldurada pela superestrutura do Estado de Direito, o homem vem construindo conceitos e ferramentas com o pressuposto de que, finalmente, ele conseguiria superar sua longa história de fome, miséria e subserviência aos caprichos da natureza. A tais pressupostos agregava-se, supostamente, a ideia de que seriam inexauríveis os recursos dessa natureza domesticada, ou que ela teria capacidade ilimitada de renovação e recomposição de seus estoques.

Não foram necessários muitos anos, dentro da perspectiva ampla do processo civilizatório, para se perceber, por evidências de difícil contestação, que esses pressupostos estavam severamente equivocados. O uso exponencial e as evidências de finitude de uma grande parcela dos recursos naturais fizeram soar vozes alarmadas sobre os riscos eminentes à perpetuação da vida no planeta Terra. O colapso é destino certo se as mudanças de hábitos de consumo e tecnologias de produção não sofrerem significativas mudanças (SCOTTO; CARVALHO; GUIMARÃES, 2007).

O termo desenvolvimento se generalizou nas ciências sociais contemporâneas após a Segunda Guerra Mundial (ABRAMOVAY, 2003). Contudo, a noção de desenvolvimento nunca foi consensual e foi empregada durante um longo período como sinônimo de crescimento, limitando-se aos aspectos econômicos. Conforme Saes e Trentini (2009), até o fim dos anos 80 a questão ambiental era periférica para a sociedade, sendo a concepção de desenvolvimento atrelada ao crescimento econômico. Primeiramente nota-se uma ligação com a industrialização e a capacidade dos consumidores em aumentarem o seu consumo. Em seguida as instituições (os direitos de propriedade) passam a ser enfocados. Contudo, já a partir dos anos 70, começam a surgir questionamentos sobre os limites de crescimento da economia “fora do *mainstream*”, levando em consideração a finitude dos recursos.

Para Veiga (2005), a nebulosidade da expressão “desenvolvimento” gera confusões. Por esse motivo, sugere três respostas à indagação “o que é desenvolvimento?” no contexto contemporâneo. A primeira é cognominar o desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico. A segunda é tratar a expressão como uma ilusão, crença, mito ou manipulação ideológica. A última e a mais complexa resposta é o desafio de pensadores deste século para encontrar um caminho do meio, que não se poderia restringir à renda *per capita*, devendo abranger questões culturais, sociais, entre outras (VEIGA, 2005). É necessário, portanto, verificar o significado conferido por aquele que opta pelo uso de tal termo.

O terceiro entendimento aproxima-se das discussões quanto ao desenvolvimento sustentável que emergiram pós anos 70 conforme comentado por Saes e Trentini (2009). Esse conceito decorre das críticas ao uso do conceito de desenvolvimento anteriormente preponderante e requer, segundo Sachs (2004), uma mudança de paradigma. O “Relatório Brundtland”, documento “Nosso futuro comum”, pode ser considerado grande marco dessa transição (VEIGA, 2005). Em tal documento, desenvolvimento sustentável apresenta-se como “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991, p.46).

Esse marco conceitual decorreu de conceitos anteriores, entre os quais se destaca o ecodesenvolvimento, que já vinha sendo defendido desde os anos 1970 e continuou sendo discutido e complexificado incluindo adjetivos como econômico, social, político, cultural, sustentável etc. (SACHS, 2004; SAES; TRENTINI, 2009; VEIGA, 2005). Para Sachs (2004), os atuais pilares do desenvolvimento sustentável são: atender simultaneamente aos critérios de relevância social, prudência ecológica e viabilidade econômica.

Para Sachs (2000) a sustentabilidade possui oito dimensões, ou critérios a serem observados para se garantir ao longo do tempo as condições desejadas em um país: 1) Social: alcance de certa homogeneidade social; distribuição de renda justa; emprego; qualidade de vida; e igualdade no acesso aos recursos ou serviços sociais; 2) Cultural: equilíbrio entre respeito à tradição e inovação; autonomia e adaptação dos modelos “importados” à realidade nacional; autoconfiança combinada com abertura para o mundo; 3) Ecológica: preservação do potencial natural; 4) Ambiental: respeitar e potencializar a capacidade de autodepuração dos ecossistemas; 5) Territorial: configurações urbanas e rurais balanceadas; melhoria do ambiente; superação de disparidades; etc.; 6) Econômico: desenvolvimento econômico intersetorial equilibrado; capacidade de modernização; inserção na economia internacional; 7) Política (Nacional): democracia; coesão social e capacidade de implementação dos projetos; 8) Política

(Internacional): eficácia de prevenção a guerras; controle dos sistemas financeiros e comerciais; sistemas de cooperação científica e tecnológica; etc.

Assim, o conceito de desenvolvimento descolar-se-ia e tornar-se-ia relativamente autônomo ao de crescimento. Ganhos líquidos sobre bases tecnológicas e gerenciais constantes significam simplesmente crescer. Desenvolver-se pressupõe ruptura e evolução dessas bases que vão produzir bem-estar e sustentabilidade para as comunidades de interesse, ligadas aos empreendimentos econômicos de todos os ramos (SAES; TRENTINI, 2009). Simplificando a diferença entre a concepção econômica e as mais atualmente aceitas, cabe destacar que “desenvolvimento não é uma coleção de coisas, mas sim um processo que produz coisas” (VEIGA, 2006, p.122).

Segundo Abramovay (2003) há duas correntes contemporâneas em torno do desenvolvimento. Uma dessas enfatiza a dimensão territorial e a outra o capital social. Ambas as abordagens extrapolam o argumento econômico e focam o humano e social. Ainda que a maioria dos trabalhos (sobre desenvolvimento rural) dê maior peso em uma das questões (ABRAMOVAY, 2003), cabe destacar que essas duas vertentes não são necessariamente separadas. Nota-se que em algumas discussões a questão territorial complementa a do capital social e vice-versa como em Nalle Jr. e Passador (2007).

Com relação ao capital social, Putnam (1996) o conceitua como um conjunto de características da organização social, entre as quais se incluem a confiança mútua, normas e sistemas que contribuem a solução de problemas da sociedade na medida em que facilitam a sua ação coordenada, a participação da coletividade. Talvez seja a proposta de Amartya Sen (2008), ganhador do prêmio Nobel de Economia, uma das explicações mais simples e diretas do elo entre capital social e desenvolvimento. Segundo o autor, o desenvolvimento se refere ao processo de ampliação das capacidades dos indivíduos de fazerem as suas escolhas. Nesse sentido Abramovay (2003) comenta que não se apontam vantagens ou obstáculos de localização, mas sim a montagem das redes, convergências e ações conjuntas, que incluem a conquista de bens públicos tais como educação, saúde e informação, mas não se restringem a esses. Os fatores materiais tornam-se meios e não fins, o crescimento que se deseja é o do homem e do meio no qual ele vive, a sociedade (ABRAMOVAY, 2003; NALLE JR; PASSADOR, 2007).

Problemas ambientais bem como socioeconômicos muitas vezes não se restringem a delimitações geopolíticas. Algumas vezes é no limite de municípios que tem-se riquezas e pontos delicados em potencial, tais como rios ou matas. Esses em realidade podem servir mais como fator de união do que de separação. Assim sendo, alguns estudos atuais fogem da

limitação política do local para pensar as diversas questões, em especial a gestão, o planejamento e a busca pelo desenvolvimento, no âmbito territorial.

A proposta territorial se baseia na ideia de que o país precisa de organizações intermediárias, além dos limites municipais, mas aquém dos próprios Estados, que possibilitem a construção conjunta de projetos estratégicos e o alcance da efetiva participação dos grupos sociais nele existente (BEDUSCHI FILHO; ABRAMOVAY, 2004). Assim sendo, se propõe uma governança pautada por iniciativas ou ações que expressam a capacidade de uma sociedade organizada territorialmente para gerir os assuntos a partir do envolvimento conjunto e cooperativo dos atores sociais, econômicos e institucionais (DALLABRIDA, 2011). Essa proposta, para além de considerar um espaço físico, envolve também características da sociedade que está sobre esse espaço físico, contemplando a própria identidade dos indivíduos e dos grupos sociais (NALLE JR; PASSADOR, 2007)

Um território consiste em uma trama de relações, de significados, e de conteúdos vividos pelos indivíduos que permite a construção de modelos mentais partilhados subjacentes ao sentimento de pertencer a um lugar comum. Pensando desse modo, o planejamento e a gestão de um território não se refere apenas a decidir como serão alocados os recursos, mas como serão gerados – por força de sua organização, inteligência e aprendizado que as trocas sociais estimulam – os recursos de que dependem o surgimento de novas atividades (ABRAMOVAY, 2003). É um complexo sistema multidimensional, cuja interconexão entre as várias dimensões conduz à definição de múltiplas referências a serem utilizadas no planejamento e gestão do desenvolvimento (NALLE JR; PASSADOR, 2007).

Pires et al. (2011) apontam que existem várias formas e modalidades de governança territorial no Brasil: câmaras regionais; câmaras setoriais; conselhos regionais de desenvolvimento, consórcios municipais, comitês de bacias hidrográficas, arranjos produtivos locais, circuitos turísticos entre outros. Segundo os autores são os três últimos exemplos os mais conhecidos e que tem recebido maior suporte e atenção. O estabelecimento de grupamentos de atores com elos mais ou menos coesos, segundo os autores, depende da ideia de proximidade em seus três tipos: geográfica, organizada e institucional. A proximidade geografia refere-se a distância espacial entre atores; a organizada se refere às interações de diferentes naturezas (representações, convenções, etc.); e a institucional se refere a intersecção entre os dois outros tipos de proximidade e corresponde a um tipo de coordenação entre os atores que envolve relações de confiança, cooperação, interação tecnológica e ancoragem territorial.

Cabe destacar que para que a governança territorial possa se efetivar, é preciso sair de uma lógica de “balcão” por meio do qual cada gestor local faz os pedidos aos poderes federais,

para uma lógica de “projetos conjuntos” com base na qual as regiões se articulam e afirmam suas identidades, ambições e capacidades (ABRAMOVAY, 2003). Isso exige alteração de ambientes institucionais, da cultura e dos vínculos estabelecidos na grande maioria dos casos. Os vínculos de confiança e o compartilhamento de conhecimentos tornam-se prementes para uma proposta de desenvolvimento baseada no território.

A proposta de Nalle Jr. e Passador (2007) aglutina boa parte das discussões explicitadas na presente seção. Os autores propõem que alguns componentes dentro da região (figura 2) colaboram para um maior ou mais acelerado desenvolvimento. São eles: capital humano¹¹, capital social¹², cidadania¹³, capacidades territoriais¹⁴ e condições de sustentabilidade¹⁵. Quanto mais a região for dotada desses fatores, ou estiver os buscando estrategicamente, mais chances possui de alcançar um crescimento equilibrado coletivamente pactuado e durável ao longo do tempo, doravante designado desenvolvimento.

Figura 2: Componentes do Desenvolvimento

Fonte: Nalle Jr e Passador (2007).

¹¹ Capital Humano: “refere-se a à capacidade de as pessoas fazerem coisas novas, de ampliarem sua capacidade de mobilização, buscando desenvolver atitudes e adquirirem conhecimentos úteis e necessários que permitam a busca pelo desenvolvimento da comunidade” (NALLE JR; PASSADOR, 2007, p.26).

¹² Capital Social: “definido como conjunto das características da organização social, que engloba as redes de relações entre indivíduos, suas normas de comportamento, laços de confiança e obrigações mútuas [...], quando existem em uma região, torna possível a tomada de ações colaborativas que resultem no benefício de toda a comunidade” (NALLE JR; PASSADOR, 2007, p.28).

¹³ Cidadania: envolve a participação qualitativa e quantitativa nos processos de formulação e decisão da gestão local (NALLE JR; PASSADOR, 2007).

¹⁴ Capacidades Territoriais: qualidades necessárias para que o território funcione como catalisador das demais variáveis. Envolve a conjugação de interesses da sociedade, Estado e Mercado de forma a possibilitar que o território seja a unidade de planejamento e gestão do desenvolvimento (NALLE JR; PASSADOR, 2007).

¹⁵ Condições de Sustentabilidade: satisfação da geração presente sem comprometimento da geração futura.

É nesse contexto que estudos de impacto, planejamento de políticas integradas, desenvolvimento de tecnologias apropriadas e ações coordenadas de gestão vêm sendo desenvolvidos, mais intensamente, nas últimas duas décadas. Quase todos ramos da atividade humana, de transformação à satisfação de necessidades intangíveis, vêm se mobilizando para desenvolver esses novos padrões. É perceptível também a busca pelo desenvolvimento sustentável, pois essa foi incluída em diversas leis, programas e planos, conforme mencionado anteriormente.

Cabe mencionar que essa inclusão se deu não apenas por mérito das transformações conceituais mencionadas, mas também pelo fato de que, principalmente a partir dos anos 80 (com a Declaração sobre o Direito ao Desenvolvimento de 1986), o desenvolvimento passou a ser classificado como um direito humano a ser considerado na propositura de estratégias, políticas e programas. O conceito, assim como o direito, não é estagnado. Assim, por mais que a discussão tenha se iniciado com uma concepção mais econômica, passou a abarcar questões mais abrangentes, de caráter emancipatório. A declaração de 86 das Nações Unidas já reconhecia que “desenvolvimento é um processo econômico, social, cultural e político que busca o bem-estar de todos os indivíduos a partir de sua participação ativa e livre no desenvolvimento e na distribuição dos benefícios alcançados neste processo” (SOUSA, 2007, p.194). Ressalta-se, entretanto, que o direito ao desenvolvimento pode ser considerado “[...] um dever imperfeito, na medida em que se reconhece a sua existência, mesmo que a contraprestação do mesmo não seja imediata” (SOUSA, 2007, p.21). Como garantir o direito e os conteúdos abrangidos por esse ainda é passível de diversas discussões.

Tendo em tela a proposta mais atual e ampla, cabe avaliar se é o modelo que de fato está se efetivando no país e, mais especificamente, no território em estudo. Para tal finalidade, cabe explicitar a concepção de desenvolvimento adotada no presente trabalho, decorrente das discussões supramencionadas sendo o modelo proposto por Nalle Jr. e Passador (2007) o principal balizador. Preconiza-se o entendimento mais abrangente e complexo do desenvolvimento territorial sustentável que envolve questões culturais, sociais, entre outras. No quadro 03 são detalhados os componentes do desenvolvimento e os elementos inerentes a cada um destes.

Componente	Definição	Variáveis intrínsecas aos componentes
Capital Humano (Relacionado ao Indivíduo)	“refere-se a à capacidade de as pessoas fazerem coisas novas, de ampliarem sua capacidade de mobilização, buscando desenvolver atitudes e adquirirem conhecimentos úteis e necessários que permitam a busca pelo desenvolvimento da comunidade” (NALLE JR; PASSADOR, 2007, p.26)	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliação do acesso ao ensino e à educação; • Ampliação das oportunidades de capacitação e qualificação profissional (educação para produção); • Capacitação para a gestão compartilhada do desenvolvimento: fomentar uma cultura associativista, que melhore a visão do coletivo e crie um comportamento para formação de redes e parcerias em busca do desenvolvimento; • Melhoria das condições básicas de saúde, alimentação, habitação, saneamento, transporte e segurança.
Capital Social (Relacionado ao ambiente social)	“definido como conjunto das características da organização social, que engloba as redes de relações entre indivíduos, suas normas de comportamento, laços de confiança e obrigações mútuas [...], quando existem em uma região, torna possível a tomada de ações colaborativas que resultem no benefício de toda a comunidade” (NALLE JR; PASSADOR, 2007, p.28). Se relaciona com a capacidade das pessoas de uma sociedade em privilegiar os interesses do grupo em detrimento dos individuais.	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer a identidade/cultura local; • Promover a associação em torno de valores e interesses comuns; • Possuir normas, sistemas, pactos ou acordos baseados na confiança mútua; • Estimular a Solidariedade e Voluntariado; • Construção de espaços de trocas de conhecimentos e experiências; • Participação da sociedade civil; • Inclusão Social
Cidadania (Relacionada à participação qualitativa)	Cidadania: envolve a participação qualitativa e quantitativa nos processos de formulação e decisão da gestão local (NALLE JR; PASSADOR, 2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Construção negociada de uma demanda pública com base no protagonismo local; • Constituição de esferas decisórias com participação direta dos atores sociais (empoderamento das populações); • Estímulo à gestão compartilhada e ao desenvolvimento de boa governança; • Criação de novas institucionalidades de caráter multi setorial responsáveis pela facilitação do processo de desenvolvimento; • Adoção de novas modalidades de governança (ex: câmaras regionais; câmaras setoriais; conselhos regionais de desenvolvimento, consórcios municipais, comitês de bacias hidrográficas, arranjos produtivos locais, circuitos turísticos entre outros); • Articulação da oferta estatal e não estatal de programas e ações com a demanda pública da localidade; • Surgimento de novos poderes e vínculos
Capacidades Territoriais	Capacidades Territoriais: qualidades necessárias para que o território funcione como catalisador das demais variáveis. Envolve a conjugação de interesses da sociedade, Estado e Mercado de forma a possibilitar que o território seja a unidade de planejamento e gestão do	<ul style="list-style-type: none"> • Conjugação interesses da Sociedade, Estado e Mercado; • Difundir cultura empresarial; • Incorporar a questão da sustentabilidade; • Realizar potencial desenvolvimento endógeno, impulsionando a utilização de capacidades latentes e ainda não exploradas, principalmente por meio de arranjos produtivos baseados no território;

	desenvolvimento (NALLE JR; PASSADOR, 2007)	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer pequenas e médias empresas; • Projetos Conjuntos entre atores sociais, econômicos e institucionais.
Condições de Sustentabilidade	Condições de Sustentabilidade: satisfação da geração presente sem comprometimento da geração futura.	<ul style="list-style-type: none"> • Difusão da cultura ecológica, • Conservação de recursos naturais limitados ou não renováveis; • Manejo sustentável dos recursos naturais, resguardando a qualidade de vida das futuras gerações; • Mudança nos padrões de produção e consumo.
Capital Físico - Econômico	Sustentado na renda ou valor adicionado por habitante.	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da Produtividade; • Aumento da Renda; • Melhorias de Infraestrutura; • Incremento tecnológico; • Acesso aos Insumos; • Acesso a Financiamentos.

Quadro 3: Descrição dos Componentes do Desenvolvimento Territorial Sustentável

Fonte: Elaborado com base em Abramovay et al. (2006); Bresser-Pereira (2006); Nalle Jr. e Passador (2007); Pires et al. (2011); Putnam (1996); e Sachs (2000).

Compreendendo o território como unidade de planejamento e desenvolvimento, considera-se a possibilidade de políticas e estratégias para unir recursos econômicos, culturais e ambientais em prol da integridade do território (NALLE JR; PASSADOR, 2007). O território é construído e reconstruído por meio de habilidades e conhecimentos que são resultado de esforços combinados de atores equipados com recursos específicos derivados de uma história coletiva e memória compartilhada. O patrimônio coletivo, que pode ser uma comida, pode ser o catalizador do dinamismo, da construção territorial e de uma identidade territorial restaurada (BESSIÈRE, 1998). Assim sendo, as indicações geográficas poderiam então funcionar como tais nós.

No caso das indicações geográficas, ambas as perspectivas (do capital social e territorial) parecem úteis e particularmente pertinentes, uma vez que muitas delas envolvem mais de um município ou ainda partes de municípios em um traçado próprio que depende das características geográficas que o caracterizam. Além disso, a articulação social é tida como inerente a seu processo de obtenção conforme será visto na seção seguinte.

A Propriedade Intelectual tem sido discutida como instrumento capaz de proteger e fomentar desenvolvimento local e territorial, principalmente nos países em desenvolvimento, como o Brasil. No capítulo seguinte são abordados os contextos da Lei de Propriedade Industrial brasileira e alguns de seus instrumentos, dando maior enfoque e detalhamento às indicações geográficas pelo fato dessas serem objeto central da presente pesquisa.

2 A Propriedade Intelectual como instrumento de Políticas Públicas para o Desenvolvimento Territorial

“A aceleração do processo informacional e o desenvolvimento da economia industrial passou a exigir, desde o Renascimento, a criação de uma nova categoria de direitos de propriedade” (BARBOSA, 2010, p.23). Se os objetos primeiros de comércio do século XX eram o óleo, o ferro e o trabalho não especializado; os negócios do século XXI são a informação, a tecnologia e o conhecimento (SHAYER, 2010). A propriedade intelectual (PI) é tida como fator de grande relevância no contexto contemporâneo no qual o desenvolvimento de um país, região ou local específico pode ser associado à capacidade criadora e empreendedora de indivíduos e organizações (MATIAS-PEREIRA, 2011a; SHAYER, 2010; SHERWOOD, 1992; VIEIRA; BUAINAIN, 2012).

A necessidade de se promulgarem leis de proteção à propriedade intelectual se deve as seguintes questões: à visibilidade política (associada ao valor intrínseco dos ativos que devem ser protegidos e à dificuldade para assegurar proteção efetiva dos direitos de propriedade dos detentores de ativos intangíveis); à busca da promoção da criatividade, da disseminação e à aplicação dos resultados da mesma, pelo o fato de o valor e a importância dos bens imateriais atualmente ser superior ao dos bens materiais e imóveis; assim como ao fomento a práticas comerciais leais e defesa dos interesses dos consumidores, questões essas que a sua vez podem contribuir ao desenvolvimento econômico (MATIAS-PEREIRA, 2011a; TRENTINI, 2006, 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012; WIPO, [s.d.], 2004). As normas de propriedade intelectual determinam quem pode utilizar e controlar esses ativos, de que modo e com permissão de quem (SHAYER, 2010).

A propriedade intelectual, de forma geral, se refere a todas as criações do intelecto humano e protegem aos interesses dos seus criadores ao lhes oferecer prerrogativas com relação a suas criações (WIPO, [s.d.]). Segundo Barbosa (2010, p.10), a noção atual de Propriedade intelectual, a entende “como a de um capítulo do Direito, altissimamente internacionalizado, compreendendo o campo da Propriedade Industrial, os direitos autorais e outros direitos sobre bens imateriais de vários gêneros”. Nesse sentido engloba os direitos de propriedade industrial, de autor e do *savoir-faire*. A Convenção de 1967 da OMPI (de Estocolmo), artigo 2 inciso VIII define como Propriedade intelectual, a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas; às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes; aos fonogramas e às emissões de radiodifusão; às invenções em todos os domínios da atividade

humana; às descobertas científicas; aos desenhos e modelos industriais; às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais; à proteção contra a concorrência desleal; e a todos os demais direitos relativos à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (BARBOSA, 2010; WIPO, [s.d.], 2004).

No Brasil, segundo Barbosa (2010), a primeira legislação a versar sobre propriedade intelectual coloca o país como uma das quatro primeiras nações a possuir legislação sobre o tema. Ela advém de 1809 e tratava-se de um Alvará de Dom João VI com relação às patentes. Após essa primeira iniciativa, outras leis e tratados foram instituídos e influenciaram ao marco legal e regulatório adotado atualmente nesse país. Dessa maneira, cabe fazer uma breve recuperação cronológica de questões marcantes, que culminaram no atual delineamento legal nacional. Assim, no quadro 4 encontra-se uma síntese em que se destaca os principais marcos:

Período	Marco	Caracterização
1809	Alvará de D. João VI, de 28 de abril de 1809	Referente a lei de patentes aplicável somente ao Estado do Brasil, por meio do qual, instituiu-se que os inventores (de novas máquinas ou do campo das artes) poderiam gozar do privilégio exclusivo sobre a invenção pelo período de quatorze anos. O plano do novo invento deveria ser apresentado à Real Junta do Comércio que faria o julgamento da novidade.
1830	Lei (sem número) de 28/08/1830	Lei complementar à Constituição Federal de 1822, é considerada a primeira lei verdadeiramente brasileira a proteger os inventores.
1883	Convenção da União de Paris (CUP) para proteção da propriedade industrial	Iniciada na forma de anteprojeto redigido em uma Conferência Diplomática em 1880, teve o texto definitivo aprovado em 1883. Nesse texto estavam previstas conferências periódicas para aprimoramento do texto original com vistas ao aperfeiçoamento contínuo do sistema. Já ocorreram 7 revisões, sendo que o Brasil foi um dos 11 países fundadores da Convenção e aderiu à revisão de 1992 (de Estocolmo), a mais recente.
1891	Acordo de Madri	Decorrente da CUP, foi assinado por países que julgavam fraca a proteção concedida pela CUP. O Brasil o aderiu por meio do Decreto 19.056/29.
1923	Código Brasileiro da Propriedade Industrial	Primeiro Código Brasileiro da Propriedade Industrial, Decreto 16.264, buscava unificar os institutos do sistema de patente e do de marcas. Inovou ao introduzir a noção de “indicação de proveniência” ¹⁶ .
1967	OMPI - Organização Mundial de Propriedade Intelectual / WIPO – <i>World Intellectual Property Organization</i>	A Organização Mundial de Propriedade Intelectual foi criada em 1967 e se tornou uma agência especializada das Nações Unidas em 1974. Possui atualmente 188 Estados membros, sendo que o Brasil aderiu à Organização em 1975. A instituição “se dedica ao desenvolvimento de um sistema de propriedade intelectual internacional balanceado e acessível que recompense a criatividade, estimule a inovação e contribua ao desenvolvimento econômico enquanto salvaguarda o interesse público”(WIPO, 2013).

¹⁶ Gonçalves (2008) comenta que o termo “indicação de proveniência” era distinta da adotada na CUP e no Acordo de Madri, que utilizavam “indicação de procedência” e que foi nesse ponto que se iniciou uma confusão terminológica que perdura. As legislações seguintes ora adotam um termo ora outro.

1986-1994	GATT – <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>	Acordo Geral, assinado em 1994, sobre questões aduaneiras e de comércio assinado em Marrakesh que se refere às rodadas de negociação do Uruguai iniciadas em 1986. Trata-se de um acordo guarda-chuva anexo ao qual encontram-se acordos sobre bens, serviços, propriedade intelectual, políticas de revisão comercial, acordos de disputas etc. Dessa rodada institui-se também a Organização Mundial do Comércio (OMC) em 01/01/1995.
1994	ADPIC – Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio/ TRIPS – <i>Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights</i>	É considerada uma das categorias do GATT ainda que possua atualmente partes adicionais. Trata dos aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados com o comércio
1988	Constituição Federal	Muito provavelmente decorrente dos debates da Rodada do Uruguai, consta na Constituição brasileira vigente, especificamente no artigo 5º, sobre os Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, o inciso XXIX, que versa sobre o direito à propriedade aos autores de inventos industriais.
1996	Lei nº9279/1996 – Lei de Propriedade Industrial (LPI) ¹⁷	Na esfera infraconstitucional a questão é mais bem detalhada, por essa lei que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Essa lei transpõe os acordos internacionais à realidade brasileira de forma a alinhar as normativas nacionais às internacionais.
2001	Lei nº10.196/01	Altera e acresce dispositivos à Lei nº9.279, de 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, e dá outras providências.
2004	Lei nº10.973/04 - “Lei da inovação”	Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências.
2006	Lei de incentivos fiscais nº11.196/2005 - “Lei do Bem”	Trata de incentivos fiscais ao desenvolvimento de pesquisas e inovações nas empresas.

Quadro 4: Marcos Históricos balizadores do Marco Regulatório de Propriedade Intelectual no Brasil¹⁸

Fonte: Elaborado com base em Barbosa (2010); Gonçalves (2008); Plaza et al. (2012); Silveira (2011); WIPO (2013); WTO (2013)

Em suma, como pode ser observado, a propriedade intelectual brasileira é regida especificamente pela Constituição Federal, pelos tratados internacionais dos quais o país é signatário e que foram internalizados pelo direito pátrio (Convenção da União de Paris; GATT e TRIPS, entre outros). Além dessas, para o foco do presente trabalho, cabe ainda destacar a Lei nº 9.279 de 1996, a atual lei de propriedade industrial (LPI), e sua atualização (Lei nº10.196/2001).

A propriedade intelectual anteriormente se atinha a “coisas existentes”, mas com o passar do tempo passou a englobar novas categorias que protegessem para além dos produtos, também os direitos sobre a ideia de produção ou a ideia que permite a reprodução dos produtos

¹⁷ Cabe destacar que houve ainda os Códigos Brasileiros de Propriedade Industrial dos anos de 1945, 1967, 1969 e 1971 antes dessa lei, contudo o foco do quadro desenhado é apontar as questões mais marcantes ao longo da história e as questões vigentes na atualidade.

¹⁸ Existem também leis específicas para criações, tais como a de cultivares (Decreto nº2366/1997), de direitos autorais (Lei nº9610/1998) e dos *softwares* (nº9609/1998) que não foram inseridas no quadro por se tratarem de marcos para questões específicas que fogem ao escopo do presente trabalho.

(BARBOSA, 2010). Atualmente a propriedade intelectual no Brasil aborda as modalidades expostas na figura 3, sendo que o quadro central, que trata da Propriedade Industrial, é de maior interesse ao presente estudo.

Figura 3: Modalidades de Proteção Intelectual no Brasil

Fonte: Elaborado com base em Matias-Pereira (2011b) e Silveira (2011)

A propriedade industrial é foco da LPI e incentivada pelas leis de 2004¹⁹ e 2006. Essas duas últimas tendem a fortalecer a propriedade industrial, principalmente às criações industriais, uma vez que buscam estimular a criação um ambiente adequado à pesquisa e inovação e oferecem incentivos fiscais para as empresas. Segundo Silveira (2011) a LPI possui duas classes de direitos: as criações industriais e os sinais distintivos. Enquanto o fundamento da proteção às criações industriais está no estímulo a novas criações por meio da concessão de monopólios legais temporários, o da proteção aos sinais distintivos visa evitar a concorrência desleal decorrente de atos confusórios²⁰. Enquanto as criações industriais pertencem originalmente a seus autores, os sinais distintivos (entre os quais incluem-se as IGs) são de propriedade das empresas (individuais ou sociedades de empresas).

O Brasil, bem como outros países em desenvolvimento, tem caminhado para valorização e da conferência de maior credibilidade à propriedade intelectual. Vieira e Buainain (2012)

¹⁹ O propósito dos incentivos, descrito no artigo 1º da lei, é a capacitação e o alcance da autonomia tecnológica e desenvolvimento industrial.

²⁰ Conforme interpretação do parágrafo terceiro do artigo 10 bis da CUP, entende-se por ato confusório todo ato capaz de gerar confusão, induzindo o público ao erro, com relação ao estabelecimento, os produtos, as características, quantidades, possibilidades de uso, atividades industriais ou comerciais etc. de um concorrente (WIPO, 1975).

comentam que a Lei nº9279 de 1996 representou uma nova etapa para um país que até então dedicava pouca atenção à proteção da propriedade intelectual. Segundo o artigo 2º dessa lei:

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico 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;
- e V - repressão à concorrência desleal. (BRASIL, 1996).

A lei de proteção industrial possui importantes implicações para a competitividade do mercado. Em abordagens mais abertas, pode favorecer a oferta de novos produtos e serviços por pequenos empreendedores. Pode também influenciar o ritmo da inovação científica e a possibilidade de compra dos produtos finais decorrentes dessas. Além disso podem afetar a capacidade governamental de prover bens públicos – englobando desde a saúde até a educação (SHAVER, 2010). Os direitos de propriedade intelectual não se reduzem às questões econômicas de “incentivo” e “acesso”, mas sim implicam em vários outros aspectos e variáveis entre os quais incluem-se questões sociais e culturais relevantes (BASSO, 2011; TRENTINI, 2006).

Apesar das benesses apontadas, alguns autores mencionam que as políticas de proteção intelectual, principalmente em países de desenvolvimento, devem ser mais bem desenvolvidos, posto que a existência de deficiências na gestão das políticas na área de proteção à propriedade intelectual pode afetar a competitividade na medida em que não geram a confiança preconizada (MATIAS-PEREIRA, 2011a; SHERWOOD, 1992). Shaver (2010) comenta que as leis de propriedade intelectual e a sua importância continuam pouco compreendidos pela maioria dos elaboradores de políticas tanto nos países em desenvolvimento quanto nos desenvolvidos o que corroboraria com esse tipo de problema. Ademais, falta ainda a inserção do uso da propriedade intelectual na cultura dos produtores e consumidores (MENDES; ANTONIAZZI, 2012).

De uma maneira geral, os países com economias avançadas tendem a ser aqueles que dispõem de sistemas de proteção à propriedade nos quais o público deposita um certo grau de confiança. Quando se pensa sobre esses sistemas, em vez de apenas aceita-los instintivamente, percebe-se que são razoavelmente eficientes na salvaguarda da inovação e da expressão criativa. Por outro lado, os países que estão em graus variados de desenvolvimento ou de “esforço para a frente” tendem a possuir sistemas de proteção nos quais o povo não tem muita confiança (SHERWOOD, 1992).

Além desses fatores, há alguns autores que consideram que a propriedade intelectual pode ser utilizada como forma de monopólio (BARBOSA, 2010; SHAVER, 2010) ou ainda como meio de impedir o acesso a informações que poderiam ser úteis à sociedade (SHAVER, 2010). Esse monopólio legal, contudo, não necessariamente é negativo, pois pode incentivar à inovação caso não esteja atrelado à proteção excessiva e/ou mal formulada (SHAVER, 2010). Seria necessário, portanto, um cuidadoso balanceamento e desenho das proteções e análise das situações e interesses envolvidos em cada caso. Conforme destaca Varella (2005) os instrumentos de propriedade intelectual para além de pura técnica jurídica, são instrumentos políticos. Sendo assim, cabe aos formuladores de políticas públicas conhecê-los e utilizá-los politicamente com vistas ao desenvolvimento.

A compreensão de que as atividades organizacionais envolvem bens materiais e imateriais, sendo que os segundos podem ter igual ou superior valor monetário, extrapola o âmbito da indústria e comércio urbanos. À continuidade tratar-se-á especificamente das políticas de PI no âmbito rural.

2.1 Políticas Públicas de Proteção à Propriedade Intelectual no Agronegócio

“A agricultura não é somente responsável pela produção de alimentos, mas também pela conservação dos valores culturais, históricos, ambientais e paisagísticos próprios do mundo rural” (TRENTINI, 2006, 2012). A sociedade lhe atribui diversas funções que podem ser sumarizadas, segundo a autora, em: território (ordenação; manutenção; qualidade de paisagem; ausência de contaminação; e redução do antagonismo entre o natural e o cultivado); produção (quantidade e qualidade; diversidade; valorização dos recursos; reterritorialização; produções não alimentícias; agricultura sustentável; e alto nível de produtividade do trabalho); e serviços (riqueza natural e humana; desenvolvimento da economia local e de emprego; função depuradora de resíduos; e função educativa).

As novas demandas da sociedade com relação à agricultura podem também ser estendidas à pecuária. Essas somadas ao mercado competitivo e liberalizado e à concepção estratégica depreendida pelo governo ao meio rural, complexificam as atividades desenvolvidas no campo e fazem emergir a necessidade de instrumentos de proteção e signos distintivos aos ativos (materiais e imateriais) existentes nesse âmbito. Segundo Vieira e Buainain (2012), os instrumentos e modalidades de proteção da propriedade intelectual no agronegócio decorrente

das leis vigentes (nº 9.279/1996; nº 10.196/2001; e nº 9.456/97) são quatro: patentes; proteção de cultivares; marcas e indicações geográficas. Estas podem ser sinteticamente descritas:

- 1) Patentes: protegem a propriedade intelectual decorrente de invenção ou de modelo de qualidade. Confere ao inventor o direito de impedir terceiros de fabricar, usar, colocar à venda ou importar produto ou processo patenteados ou produto obtido diretamente de processo patentado dentro dos prazos previstos em lei.
- 2) Proteção de Cultivares: podem ser consideradas “patente de plantas”, visam proteger novas variedades vegetais (homogêneas e estáveis) e são uma condição para o lançamento de um novo cultivar no mercado.
- 3) Marcas: são sinais que servem para diferenciar os produtos e/ou serviços de uma organização dos de outra organização. Uma marca é “um signo distintivo, visualmente perceptível utilizado para diferenciar produtos e serviços de uma empresa das suas concorrentes, bem como atestar conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas” (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.37). Podem ser de quatro naturezas: de produto; de serviço; coletiva; ou de certificação (INPI, [s.d.]).
- 4) Indicações Geográficas: indicam a procedência do produto (BARBOSA, 2010; WIPO, [s.d.], 2004).

Os diversos instrumentos de proteção mencionados possuem a similaridade de serem sinais distintivos registrados legalmente. Contudo, conforme mencionado, existem algumas diferenças. As indicações geográficas (denominação de origem e indicação de procedência), se distinguem dos outros elementos da propriedade industrial, pois “decorrem de uma situação fática, a qual é reconhecida pelo direito o que não acontece, por exemplo, nos casos patentes e das marcas” (TRENTINI, 2006, p.184). O fato decorre da designação geográfica que inclui fatores naturais e humanos existentes que caracterizam ou tornam notório o produto.

Trentini (2006) aclara que tanto as marcas quanto as indicações geográficas são identificadores e diferenciadores, contudo, a marca indica a procedência empresarial enquanto a IG a procedência geográfica. Um produto com direito a IG também pode ter uma marca individual, nesse caso o prestígio da IG soma-se ao da marca individual. O prestígio, no caso das marcas advém tanto de fatores intrínsecos como extrínsecos aos produtos ou serviços, tais como política promocional e falta de concorrência. Já no caso das IGs a qualificação decorrente do meio geográfico.

São aplicáveis às empresas rurais tanto as marcas individuais, quanto as marcas coletivas (PORTO, 2012; TRENTINI, 2006, 2012). As marcas coletivas, em particular, podem

também incluir o nome geográfico desde que todos os membros da coletividade estejam inseridos em determinada área, não induzindo o consumidor ao engano. Nesse sentido, as marcas coletivas se aproximam das Indicações de procedência, mas divergem das denominações de origem pela ausência da qualificação decorrente da região em questão. A titularidade das marcas coletivas, entretanto, recai a uma associação (ente coletivo) enquanto as indicações geográficas são direito legítimo de todos os produtores da zona que cumpram com os requisitos estabelecidos por lei.

Há ainda as marcas de certificação que atestam conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas. Em geral a instituição titular da marca avalia um terceiro e concede a autorização para o uso da marca certificação mediante o atestado de conformidade (BRASIL, 1996; INPI, [s.d.]; YAMAGUCHI et al., 2013).

Indicações Geográficas, mais especificamente as denominações de origem, apresentam superioridade com relação a todos os demais institutos de propriedade industrial supramencionados no que tange a proteção da diversidade cultural, uma vez que se valoriza o conhecimento tradicional associado. Os produtos que recebem essas indicações são valorizados e reconhecidos por características que envolvem o seu meio natural-cultural historicamente construído. Enquanto isso, as patentes, por exemplo, focam o recurso ou ativo resultante, em detrimento do processo que o originou. “Preserva-se o recurso e suprime-se a cultura” (TRENTINI, 2006, p.228).

As indicações geográficas serão mais amplamente abordadas, posto que são um dos pilares da presente pesquisa.

2.1.1 Indicações Geográficas

As indicações geográficas, apesar de recentes na formalização, remontam ao século 4a.C., pois era contumaz entre os povos mediterrâneos antigos (gregos e romanos) o ato de pedir vinhos, azeites, queijos, pães, azeitonas, pastas de peixe e outros produtos pelos nomes das terras de onde esses eram provenientes por perceberem que produtos de determinados locais possuíam qualidades particulares (FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; MENDES; ANTONIAZZI, 2012). São exemplos desse tipo de referência da época os vinhos “de Corinthio”, “de Ícaro” e “de Rodhes”, no período grego; e o “Mármore de Carrara” e o “Vinho de Falerne”, no período romano (FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012, p.291). O início da preocupação com algum tipo de classificação formal é atribuída aos produtores de vinho das

regiões francesas de Borgonha e Bordeaux que buscavam proteção contra qualquer tipo de falsificação e usurpação (GONÇALVES, 2008; RODRIGUES; MENEZES, 2000). Essa preocupação aumentou ainda mais em um cenário pós-guerra (2ª Guerra Mundial) no qual plantações de uva, estruturas de fabricação de queijos e de outros produtos, e até associações de produtores haviam sido destruídas. Houve, segundo Varella e Barros (2005), uma organização dos produtores em torno da proteção e fortalecimento de suas indicações geográficas com vistas a superar a crise e alavancar o crescimento.

Na Europa, as indicações geográficas, na antiguidade e atualmente, são uma importante ferramenta de valorização de produtos tradicionais e isso têm se ampliado também em nações emergentes, como Índia e China, onde há o crescimento expressivo de novas indicações, pois essa procedência é associada a uma “qualidade original” (VIEIRA; BUAINAIN, 2012). Os autores comentam que as IGs

[...] têm sido cada vez mais utilizadas como mecanismo de diferenciação de produtos, inserido nas estratégias de concorrência entre países, empresas e ou consórcios de produtores, e como mecanismos de certificação de determinados atributos que se quer valorizar. E muito embora não possam ser tomadas como garantias de segurança dos alimentos, tem estreita relação com a qualidade e a inocuidade (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.40-41).

Na América Latina pode-se mencionar os esforços de México, Peru e Bolívia em prol da proteção de alguns produtos agroalimentares. Desde 1974, o México protege por norma oficial a tequila, produzida em uma limitada zona denominada *el Agave Azul Tequilana Weber*. O Peru dá às indicações geográficas o status de ativo estratégico do Estado, pois um decreto legislativo institui que “é o Estado Peruano o titular das denominações de origem peruanas e sobre elas se concede autorizações de uso”. Nesse país o principal exemplo é o do pisco (bebida destilada de uvas maduras), protegido desde 1990, que deve ser produzido na costa dos estados de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua e nos vales de Locumba, Sama e Caplina do Departamento de Tacna. Também por lei, a Bolívia instituiu, em 1992, o uso da denominação de origem a aguardente de uva moscatel da região de Potosí, denominada Singani. (CALDAS, 2003; CARVALHO; DIAS, 2012)

Essa valorização decorre também de uma contracorrente à “pasteurização de culturas, do gosto e das preferências” e à “tendência das relações impessoais e anônimas” inerentes ao mundo cada vez mais globalizado. Essa uniformização faz emergir a demanda pelo diferente e específico e reafirma a importância da origem, história, valores próprios e informações sobre os produtos (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.40). Burity (2003 apud ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010, p.81) afirma que, “embora a globalização represente certa forma

de interconexão e interpenetração entre regiões, estados nacionais e comunidades locais, ela também se faz acompanhar por uma potencialização da demanda, por singularidade e pelo espaço para a diferença e o localismo”. A indicação geográfica é capaz de expressar essa demandada genuinidade local aos produtos e serviços que a detêm. (ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010)

A noção de IG é relativamente recente e não estava contida inicialmente na Convenção de Paris. Nessa constam os termos “indicações de procedência” e “apelações de origem”, termos esses que continuam sendo aplicados e usados oficialmente nos acordos advindos da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO, 2004). O primeiro termo se refere a qualquer expressão ou signo usado para indicar que um produto ou serviço é originário de um país, região ou lugar específico, enquanto o segundo (apelação de origem) significa o nome geográfico de um país, região, ou lugar específico que serve para designar um produto cujas qualidades características são conferidas exclusivamente ou essencialmente devido ao ambiente geográfico, incluindo fatores humanos (como métodos tradicionais de produção) ou naturais (como clima ou solo), ou ambos fatores naturais e humanos (WIPO, 2004).

O termo indicação geográfica foi escolhido pela OMPI para ser dotado do mais amplo significado possível no que se refere a indicação de origem geográfica de determinado produto, englobando todos os meios existentes de proteção tais como nomes e símbolos, independente de esses indicarem que as qualidades de dado produto são decorrentes de sua origem ou de serem meramente indicadores de sua fonte (WIPO, 2004). Na lei brasileira, ocorre distinção similar. Apesar de não definir o termo “indicação geográfica”, a lei 9.279/1996 estabelece que essa possui duas espécies: a Indicação de Procedência (IP), que assemelha-se a “indicação de procedência”, e a Denominação de Origem (DO), similar à “apelação de origem”²¹. Ainda assim, cabe destacar que essa variação de terminologias e conceitos não é favorável ao comércio internacional (GONÇALVES, 2008).

²¹ Ainda que haja essa equivalência, a menção de tal fato é fundamental para a correta leitura dos textos internacionais que versam sobre a questão. Ademais, há ainda um Regulamento do Conselho Europeu que aparenta equiparar hierarquicamente denominação de origem e indicação geográfica, ao invés de tratar esse último como termo “guarda-chuva”. Contudo, a distinção é mantida quando o regulamento define no artigo 2º, letra b, que indicação geográfica “serve para designar um produto agrícola ou gênero alimentício: originário dessa região, local ou país determinado; que possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica, e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada”, sendo que a denominação de origem, letra a do mesmo artigo, “serve para designar um produto agrícola ou gênero alimentício: originário dessa região, local ou país determinado; que **possui determinada qualidade ou características que se devem essencialmente ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os fatores naturais e humanos**, e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada” (COMUNIDADE EUROPEIA, 2006). Cabe destacar que no caso brasileiro as IGs não são aplicáveis apenas a produtos agrícolas ou alimentícios.

As indicações de procedência podem ser aplicáveis a qualquer produto de determinado local, pois referem-se, conforme o artigo 178 da lei, ao “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço” (BRASIL, 1996). Ainda que não designe características próprias, a indicação da origem pode possibilitar a agregação de valor quando mencionada uma vez que a informação pode (ou não) ter o efeito de lembrar ao consumidor de determinada qualidade (VARELLA; BARROS, 2005; VIEIRA; BUAINAIN, 2012).

Já as denominações de origem referem-se ao “nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (BRASIL, 1996, artº 178). Nesse caso, a origem afeta o resultado final de forma identificável e mensurável e isso confere uma especificidade local. Além disso o processo de obtenção é mais complexo do que o das IPs (VIEIRA; BUAINAIN, 2012).

Cabe ressaltar que indicações de proveniência distinguem-se das indicações de procedência pelo fato de serem uma “mera referência, indicação ou informação de um produto, podendo ser geográfica ou empresarial” (GONÇALVES, 2008, p.53). Essas, portanto, podem ser utilizadas livremente, desde que verdadeiras, e não se tratam de figura do direito industrial. Ambos os tipos de indicações geográfica, podem ser considerados indicações de proveniência, mas estão além desta, pois tratam-se de sinal de uso exclusivo àqueles que preencham as condições necessárias para o reconhecimento do nome geográfico. Cabe destacar, contudo, que pela grande semelhança dos termos, o termo indicação de procedência se enfraquece no âmbito internacional. Sendo assim, Gonçalves (2008) menciona que para harmonizar a legislação interna com a norma internacional do ADPIC (TRIPS) o termo “indicação de procedência” deveria ser substituído pelo de “indicação geográfica”, além disso, esse último deixaria de abranger as duas categorias para se tornar uma das duas.

De forma sintética, pode-se compreender a IP como indicação geográfica mais simples e com menor quantidade de requisitos a serem atendidos. Trentini (2006, 2012) comenta que a denominação de origem contém em si a indicação de procedência, contudo o inverso não é verdadeiro. Ademais, a IP informa a procedência enquanto a DO, além disso, indica qualidades e características inerentes ao produto ou serviço, o qualificando. Desse fato poder-se-ia pensar na IP como requisito para DO. Isso não está estabelecido pela lei, uma vez que se pode pleitear

diretamente uma DO. Porém, existe o caso do Vale dos Vinhedos e discussões no Brasil²² onde a IP foi entendida como um “preparo” ou até um “teste” para a DO. Os pleiteantes podem considerar o investimento inicial e a necessidade de documentação menores e optar pela IP enquanto se preparam para obter a DO.

Para tornar mais clara as semelhanças e distinções entre os dois tipos de indicações geográficas, apresenta-se o quadro 5 com um comparativo.

Indicações Geográficas (IG)			
Questões		Tipos	
		Indicação de Procedência (IP)	Denominações de Origem (DO)
Definição segundo a Lei nº9279/1996		Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.	Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.
Semelhanças		<i>Nome geográfico</i> (topônimo) – identificação do local ou região onde o produto é extraído, fabricado, produzido ou onde a prestação de serviços ocorre, não necessariamente corresponde ao nome geopolítico. Pode também haver a associação com o nome culturalmente designado (como no caso do vinho verde) ou pela referência geográfica de hidrônimo (nome próprio de cursos de água) ou orônimo (nome próprio de montanhas ou cadeias de montanhas, como no caso do queijo serra da estrela), desde que a região seja conhecida por esses nomes.	
		<i>Tempo</i> – relaciona-se com a tradição que gera a fama ou reputação do nome geográfico a ser protegido. Isso leva tempo a ser construído.	
		<i>Notoriedade</i> – fama ou reputação de certa região ou localidade com relação a extração, produção ou fabricação de determinado produto ou serviço. No caso da DO é indispensável. No caso da IP não necessariamente.	
		Ligadas ao princípio da <i>veracidade</i> segundo o qual a indicação está de acordo com as atividades desenvolvidas e reflete a procedência exata do produto.	
		Titularidade Coletiva	
		Prazo de proteção: ilimitado, desde que o nome não se torne “de uso comum” e que a indicação geográfica mantenha suas características	
Diferenças	Vínculo com o meio geográfico	Tem relação com a notoriedade da origem com relação a extração, produção ou fabricação de certo produto.	Inclui fatores humanos e naturais, conferem qualidades únicas do produto. A origem afeta o resultado final de maneira identificável e mensurável.
	Vínculo com o processo de	Não é necessário. Produtos são individualizados pelo nome da	Além das questões de individualização de IP, as

²² A questão foi um dos tópicos discutido por especialistas no I Seminário Nacional de Indicações Geográficas, realizado nos dias 25 e 26 de setembro de 2013, na Universidade de Caxias do Sul ao qual a pesquisadora participou como ouvinte. Organizado pela Rede Gaúcha de Propriedade Intelectual (RGPI), pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), Embrapa Uva e Vinho, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN). A programação do evento ocorrido está disponível em: <<http://www.ucs.br/site/eventos/1o-seminario-nacional-sobre-indicacoes-geograficas/programa/>>

	produção/ fabricação	região ou localidade que o identifica, juntamente com a marca.	características únicas e exclusivas da região ou localidade conferem ao produto requisitos de tipicidade, característica ou qualidade particular não encontrada em outros. Isso inclui fatores naturais e humanos, tais como a história, o <i>savoir-faire</i> e os modos de produção tradicionais. Existe norma de produção e controle.
	Aplicabilidade	Produtos e/ou Serviços	Produtos
	Caráter	Informativo (Designa o território ou lugar do qual o produto advém)	Informativo e Qualitativo (Também denota as características decorrentes além do território ou lugar do qual o produto advém)

Quadro 5: Comparação dos tipos de Indicações Geográficas existentes no Brasil

Fonte: Elaborado com base em Brasil (1996); Faria, Oliveira e Santos (2012); Gonçalves (2008); Trentini (2006, 2012); e Vieira e Buainain (2012).

As duas modalidades de proteção podem ter suas diferenças marcadas por trajetórias de discussão e normatização distintas. Enquanto a denominação de origem foi cunhada principalmente no Acordo de Lisboa, as indicações de procedência decorrem do Acordo de Madri. Enquanto o acordo de Madri visa principalmente reprimir as falsas indicações de proveniência de bens, o tratado de Lisboa destaca as denominações de origem como denominações de localidades que sirvam para designar produtos originados nos mesmos e cuja qualidade ou características se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico no qual se inserem (compreendendo os fatores naturais e os humanos) (OMPI, [s.d.]).

Existem grupos de trabalho distintos que discutem a atualização desses marcos, sendo que o de Madri trata além das indicações de procedência também de marcas. Cabe destacar que, em maio de 2015, foi realizada uma conferência diplomática internacional que determinou a adoção de uma nova ata (Ata de Genebra) do Acordo de Lisboa. Essa ata autoriza o registro internacional das indicações geográficas e permite a adesão de algumas organizações intergovernamentais ao Acordo de Lisboa (WIPO, 2015). Segundo diversos autores, ambos os dispositivos legais geram vantagens (em maior ou menor grau) aos portadores do direito. Adiante são discutidas as funções e efeitos decorrentes das indicações geográficas.

2.1.1.1 Funções e Impactos das Indicações Geográficas

“O objetivo da concessão de IG apoiada pelo MAPA é o desenvolvimento sustentável, via agregação de valor aos produtos agropecuários, ressaltando as diferenças e identidades

culturais próprias, organizando as cadeias produtivas e assegurando inocuidade e qualidade aos produtos agropecuários” (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.], p.4). Os efeitos de direito decorrentes dessa concessão, segundo Gonçalves (2008), são:

- a) O uso exclusivo do nome geográfico reconhecido para produtos ou serviços designados no registro;
- b) O direito de dispor do nome geográfico reconhecido independente do produto ou serviço, mas em relação ao mesmo, para uso publicitário ou para fins de divulgação;
- c) O uso das expressões: *indicação geográfica*, *indicação de procedência* ou *denominação de origem*; identificando seus produtos ou serviços, constantes do registro, junto com a marca;
- d) O direito de usar dos meios legais para impedir que terceiros empreguem como sinal distintivo, ou outro tipo de sinal, signo idêntico ou semelhante ao nome geográfico reconhecido. (GONÇALVES, 2008, p.216)

Decorrente desses direitos, ainda segundo o autor, as IGs apresentam três funções e três aspectos principais, a saber: funções procedência, distintiva e qualitativa; e aspectos cultural, publicitário e econômico. A função de procedência refere-se à identificação da origem de onde os produtos são extraídos e baseia-se no princípio da veracidade; a função distintiva refere-se ao fator de o nome geográfico diferenciar o produto/serviço dos demais disponíveis no mercado; atribuída à denominação geográfica, a função qualitativa, refere-se à qualidade diferenciada (típica) conferida não apenas por critérios subjetivos, mas por critérios objetivos e baseados na existência de normas de produção e controle. O aspecto cultural refere-se ao fato de as IGs consagrarem o conhecimento cultural tradicional, as práticas de produção antigas são repetidas e passadas de geração a geração; o aspecto publicitário refere-se ao fato de o signo distintivo poder ser utilizado para “promover a venda do produto, atraindo nova clientela e ajudando a conservar a existente” (GONÇALVES, 2008, p.68); e por fim, o aspecto econômico, refere-se ao valor agregado que cumpre papel de diferenciação no mercado e ao reflexo disso na economia e no crescimento do local designado.

A semelhança de Gonçalves (2008), Druzian e Nunes (2012), Trentini (2006, 2012) e Varella e Barros (2005) também dividem as funções das indicações geográficas em três, contudo possuem propostas distintas. Varella e Barros (2005) focam os envolvidos ao propor que as três finalidades são: distinção do produto (de sua originalidade, tipicidade e qualidade); proteção do produtor (pela manutenção do seu modo de produzir e pela garantia de que seu produto se distinguirá dos outros); e proteção do consumidor (pela certeza de comprar algo conhecido). Druzian e Nunes (2012), assim como Suh e Macpherson (2007), colocam os impactos de uma IG em termos de setores: setor primário (cultivo), secundário (transformação) e terciário (consumo do produto e de produtos secundários devido principalmente ao aumento do turismo). Já Trentini (2006, 2012) parece destacar a natureza dos efeitos. A autora, tratando

mais especificamente das denominações de origem, coloca as funções nas categorias: econômicas, jurídicas e sociais.

As consequências passam por uma série de questões inter-relacionadas e conectadas de diversas maneiras. À continuidade se expõe a síntese de uma revisão integrativa realizada em artigos compilados no Portal de Periódicos CAPES por meio dos termos chave: “indicação geográfica”; “denominação de origem”; e “indicação de procedência” (última atualização realizada em janeiro de 2015). Foram analisados 26 artigos de periódicos científicos avaliados por pares (o resultado numérico das buscas, bem como os dados dos artigos analisados encontram-se no Apêndice B).

As questões apontadas foram analisadas e agrupadas em categorias por meio de análise de conteúdo. O fato de alguns autores se restringirem a algumas esferas de implicações muitas vezes está relacionado com o propósito da pesquisa realizada e não necessariamente quer dizer que os mesmos não percebem ou vislumbram outras questões. Foram incluídos, após tal análise, alguns capítulos de livro (12)²³ para a ampliação das discussões dos tópicos encontrados nos artigos. Destaca-se que os capítulos foram retirados dos quadros síntese, mas fatores mencionados nos livros e não mencionados nos artigos são colocados nos quadros como categoria com ausência de menções, pois pode se tratar de uma lacuna de investigação.

As indicações geográficas foram entendidas pelos autores como: a) instrumento de proteção legal; instrumento mercadológico; mecanismo de desenvolvimento; e mecanismo de preservação, conforme pode-se observar nas ilustrações (Quadros 6 a 10) que seguem. A apresentação dos resultados dessa revisão sistemática não segue uma ordem particular de menções ou relevância, mas sim um encadeamento com vistas a propiciar seu melhor entendimento.

Nem todos os trabalhos apresentam descrição das indicações geográficas ou de suas funções e impactos. Só foram colocadas nas classificações as menções explícitas, assim, trabalhos que cobriram maior detalhamento tendem a aparecer mais vezes do que aqueles que realizaram breves descrições. Além disso, há casos onde a indicação geográfica apareceu como objetivo secundário, relevância ou consequência dos estudos realizados e não houve descrição do conceito ou de suas implicações, não sendo possível a sua categorização. Esses artigos são descritos no quadro 6, com vistas a deixar explicitado todos os trabalhos analisados na presente revisão sistemática.

²³ Os capítulos de livros foram incorporados de acordo com a acessibilidade aos mesmos por meio do Sistema de Bibliotecas da Universidade de São Paulo e da EMBRAPA e da UEPG.

IGs NÃO DESCRITAS	
Efeitos	Autores
Artigos sem descrição suficiente	(BORREANI; BERNARDES; TABACCO, 2008; DOS SANTOS et al., 2010; OLIVEIRA; RUBIN; NUNES, 2010; RISCAROLLI et al., 2014; ROCHA; BARREIRO; MORAIS, 2004; SARMENTO et al., 2012; SCHUCK et al., 2010)

Quadro 6: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - IGs não descritas

A primeira questão que emerge ao se tratar de indicações geográficas é o fato de essas serem um instrumento legal de proteção à propriedade industrial. A proteção, contudo, não é vista apenas sob a ótica do detentor da IG, como pode-se observar no quadro 7.

IGs COMO INSTRUMENTO DE PROTEÇÃO LEGAL	
Efeitos	Autores
Proteção do nome	(FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; VALENTE et al., 2012)
Proteção dos ativos dos produtores	(FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012)
Rastreabilidade	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2013; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012)
Tipicidade / Padrão	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2012; BRANDÃO et al., 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; FILGUEIRAS et al., 2012; MARTINO, 2013; NASCIMENTO et al., 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011; REGINA et al., 2010; VALENTE et al., 2012; ZUIN; ZUIN, 2009)

Quadro 7: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Instrumento de Proteção Legal

Enquanto instrumentos de proteção legal, as IGs se caracterizam como proteção legal aos consumidores e produtores. Aos produtores por proteger o uso de sua identificação nominal e o seu ativo intangível. O objetivo primário de uma IG é a proteção dos produtos dela originados, bem como da sua denominação geográfica (VALENTE et al., 2012). Nesse sentido podem contribuir na luta contra biopirataria e fraudes e imitações comerciais (SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011). Aos consumidores por garantir rastreabilidade (a medida que a origem é destacada pela indicação geográfica) e conformidade com uma caracterização estabelecida. A definição e a manutenção de um padrão pode ser uma preocupação para os envolvidos sendo esse um desafio para a gestão (ALLAIRE; CASABIANCA; THÉVENOD-MOTTET, 2011). O estabelecimento de um padrão pode ter relação também com a sustentabilidade ao longo do tempo ao se estabelecer limites de produtividade e evitar a sobrecarga dos sistemas biológicos regionais.

O padrão a ser mantido decorre, em geral, de convenções histórico socialmente construídas, bem como de características físico-químicas e gustativas observadas nos produtos de certas regiões. Alguns estudos acadêmicos têm buscado fornecer embasamento no que tange a identificação e definição desses padrões para a obtenção do registro, principalmente para as

denominações de origem, mas também para indicações de procedência²⁴ (DOS SANTOS et al., 2010; FILGUEIRAS et al., 2012; MATTOS, 2011; REGINA et al., 2010; SARMENTO et al., 2012; SCHUCK et al., 2010). Também há alguns que discutem fatores intervenientes que podem impactar nas características definidas previamente, como por exemplo o impacto do tipo de manejo da pastagem na qualidade do leite que dará origem ao queijo com DO (BORREANI; BERNARDES; TABACCO, 2008).

As indicações geográficas são vistas como instrumentos capazes de auxiliar a preservação (de costumes, do *savoir-faire* e até do meio ambiente. Este fato tem relação com a manutenção das características que originam o renome das indicações geográficas, bem como com a preservação dos demais patrimônios dos produtores. No quadro 8 são apresentadas algumas dessas concepções.

IGs COMO MECANISMO DE PRESERVAÇÃO	
Efeitos	Autores
Preservação da cultura local (Ex. <i>transmissão de valores e gostos de geração para outra</i>)	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2012, 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012)
Preservação do patrimônio imaterial (Ex: <i>produto típico / modo de produção tradicional</i>)	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2013; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011; VALENTE et al., 2012; YAMAGUCHI et al., 2013)
Preservação do patrimônio material	Sem menções
Preservação Ambiental (Ex. <i>meio ambiente; biodiversidade, etc.</i>)	(FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011; VALENTE et al., 2012)

Quadro 8: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Mecanismo de Preservação

A questão mais mencionada foi a preservação do patrimônio imaterial. Contudo a valorização da cultura, intimamente atrelada com o anterior até pelo conceito de patrimônio imaterial, e a preservação ambiental também aparecem. Nota-se que, entre os estudiosos que mencionam a questão da preservação, não houve menção de a indicação geográfica servir como estímulo para a preservação do patrimônio material (tais como conjunto arquitetônico, locais de produção, ou ainda estabelecimento de acervo com os artefatos utilizados na produção ao longo do tempo). Contudo, talvez essa questão esteja inserida no desenvolvimento do Turismo, com a proposta de museus entre outras questões.

Há alguns questionamentos quanto ao uso das indicações geográficas constituírem uma ferramenta para o desenvolvimento rural ou uma ferramenta para o ganho comercial (SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011). Notam-se muitos efeitos mencionados nas duas

²⁴ A questão do estabelecimento de padrão e qualidade específicos está mais atrelada às DOs, pois para o seu registro é necessário comprovar a especificidade do produto em relação ao território. Para a IP o registro está ligado à notoriedade, mas ainda assim, é necessária uma caracterização e estabelecimento de regulamento de uso.

categorias. No quadro 9, são expostas as menções enquadradas como Mecanismo de Desenvolvimento Rural e no 10 enquanto instrumento mercadológico.

MECANISMO DE DESENVOLVIMENTO RURAL	
Valorização de diferenças e identidades culturais	(BRANCO et al., 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012)
Aumento da produção	(YAMAGUCHI et al., 2013)
Organização da produção	(VIEIRA; BUAINAIN, 2012)
Aumento do valor das terras e imóveis da região	(FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012)
Incremento da Renda dos Produtores	(BRANCO et al., 2012, 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012)
Aumento no recolhimento de tributos	
Criação de Empregos (diretos e indiretos)	(CARVALHO; DIAS, 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; YAMAGUCHI et al., 2013)
Diminuição do Êxodo Rural / maior permanência no campo	(BRANCO et al., 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012)
Incremento do Capital Humano (conhecimento individual)	(FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; VALENTE et al., 2012; YAMAGUCHI et al., 2013)
Incremento do Capital Social (Conhecimento coletivo)	(YAMAGUCHI et al., 2013)
Melhoria da Qualidade de Vida	(BRANCO et al., 2012, 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; NEIVA; SERENO; FIORAVANTI, 2011)
Controle de qualidade dos produtos	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANDÃO et al., 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; FILGUEIRAS et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013; VALENTE et al., 2012; ZUIN; ZUIN, 2009)
Incremento do Turismo	(BRANCO et al., 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; YAMAGUCHI et al., 2013)
Diversificação econômica (Multifuncionalidade)	(FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012)
Coesão social (Trabalho conjunto e resolução de problemas comuns aos produtores / Parcerias / Cooperação)	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2012, 2013; FILGUEIRAS et al., 2012; MARTINO, 2013; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013; VALENTE et al., 2012; YAMAGUCHI et al., 2013; ZANCAN; SANTOS; CRUZ, 2013; ZUIN; ZUIN, 2009)
Economia de Escala	(NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012)
Mecanismo de consolidação de arranjos produtivos locais	(NASCIMENTO et al., 2012; VARELLA; BARROS, 2005)

Quadro 9: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas – Mecanismo de Desenvolvimento Rural

A afixação de indicações geográficas era inicialmente uma prática comercial e continua o sendo (BARJOLLE; SYLVANDER; THÉVENOD-MOTTET, 2011; SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011), contudo, ainda que não tenham sido desenhadas para os propósitos de desenvolvimento rural ou preservação do patrimônio cultural e natural, elas podem se tornar instrumentos também para tal fim (SAUTIER; BIÉNABE; CERDAN, 2011). As indicações geográficas possuem uma dimensão cultural uma vez que as características do produto e a sua forma de produzir, armazenar, comercializar e até apreciar são inerentes a comunidade local (BELLETTI; MARESCOTTI, 2011). Segundo os autores, como a cultura é patrimônio da

comunidade em particular, essa deve ter o direito de utilizá-la para obter ganhos econômicos, sociais e culturais. Além disso, registro das indicações geográficas requer investimentos financeiros por parte da coletividade. Portanto, a estratégia precisa ser lucrativa a seus participantes.

Os sistemas produtivos de indicações geográficas podem dar sustentabilidade ao desenvolvimento rural: sustentabilidade econômica (fortalecimento da cadeia produtiva local e oportunidades para a diversificação e integração das atividades econômicas nas áreas rurais), sustentabilidade social (coesão dos atores locais, empoderamento, inclusão, etc.) e sustentabilidade ambiental (biodiversidade, paisagem, uso da terra, etc.) (BELLETTI; MARESCOTTI, 2011). Com relação a questão econômica, em geral, os autores apontam o desenvolvimento do turismo, da hotelaria, da restauração, do artesanato e de outros serviços como via para multifuncionalidade. Em relação aos aspectos sociais, são destacados o trabalho e as decisões coletivas; o estabelecimento e institucionalização de parcerias; e o incremento do capital humano com maior qualificação e demanda por mão de obra profissionalizada. Por fim, os aspectos ambientais são mantidos e melhor aproveitados enquanto condição básica para a existência das características geográficas que possibilitaram o registro da indicação geográfica.

Assim, a exploração das indicações geográficas como meio de auferir ganhos econômicos não pode ser considerada oposta e nem idêntica à concepção pautada no desenvolvimento rural, mas sim como um complemento desta. Conforme foi discutido na seção sobre desenvolvimento, este termo não se restringe ao crescimento econômico, mas não o exclui.

A concepção de mecanismo de desenvolvimento foi separada da mercadológica, ainda que sejam complementares entre si, devido ao enfoque utilizado nas menções dos autores. Enquanto no quadro 10 a ênfase do uso das indicações geográficas se dá no desenvolvimento do negócio e aferição de lucros superiores, no quadro 9 a ênfase se dá no suporte à comunidade local. Essa concepção envolve também fatores econômicos, mas inclui questões sociais. Não se pode negar também a complementariedade da visão da IG como fator de desenvolvimento rural com as questões de preservação expostas anteriormente (Quadro 8) uma vez que para que haja a possibilidade de uso futuro desse ativo é necessário que haja a manutenção dos recursos e condições que permitem a sua existência.

As indicações geográficas podem gerar satisfação dos produtores devido à valorização dos seus produtos e modo de vida e até favorecer ao orgulho e sentimento de pertencimento (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012). Essa identidade particular pode ser apropriada

e fortalecida no desenvolvimento de atividades turísticas associadas ao meio rural e ao produto específico. A questão do turismo será um pouco mais explorada no capítulo 3.

O produto à sua vez também recebe destaque, assim como produtos com ele relacionados e a região produtora. De um modo geral, as questões são citadas ora como causa e ora como consequência em um aparente ciclo conformador de um processo positivo de desenvolvimento do regional. As articulações são vistas como fundamentais para que seja possível a articulação entre setores, a economia de escala, a transferência de conhecimentos, a criação de inovações e a consolidação e fortalecimento dos arranjos produtivos no contexto de uma IG. A existência de alguns mecanismos de coordenação com a existência de atores centrais/líderes foi destacada como importante para a formação dessas redes que englobam relacionamentos interorganizacionais (ZANCAN; SANTOS; CRUZ, 2013). Contudo não fica claro nos estudos, quais são os elos de ligação e de que forma um desencadeia o outro. Essa é uma questão a ser investigada na proposta de tese em tela.

A grande importância dada ao mercado talvez seja inerente à concepção do instrumento de proteção em questão. Tal fato pode ter contribuído para a ampla lista de atribuições com esse viés recebido pelas IGs nos estudos em análise (Quadro 10).

IGs COMO INSTRUMENTO MERCADOLÓGICO	
Efeitos	Autores
Inserção Mercadológica / Fator de Diferenciação	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2013; BRANDÃO et al., 2012; CARVALHO; DIAS, 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; ZANCAN; SANTOS; CRUZ, 2013; ZUIN; ZUIN, 2009)
Segmentação do mercado	(BRANDÃO et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012)
Evocar qualidade superior ²⁵	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2013; BRANDÃO, 2013; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; MARTINO, 2013; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012; YAMAGUCHI et al., 2013; ZUIN; ZUIN, 2009)
De garantias ao consumidor	(BRANCO et al., 2013; BRANDÃO et al., 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012; ZUIN; ZUIN, 2009)
Vínculo de Confiança (conformidade / genuinidade)	(BRANCO et al., 2012; BRANDÃO et al., 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012; ZUIN; ZUIN, 2009)
Vínculo de Segurança (Questão sanitária / Inocuidade)	
Vínculo Informativo (Apresentação/políticas de comunicação)	

²⁵ Conforme comenta Trentini (2006) cabe ressaltar o fato de a noção de qualidade ser imprecisa e subjetiva e mutável de acordo com o decorrer do tempo e locais. Assim sendo, as indicações geográficas poderiam evocar características específicas vinculadas à algum território, mas não designar um nível elevado de qualidade (ALLAIRE; CASABIANCA; THÉVENOD-MOTTET, 2011; TRENTINI, 2006). Contudo, conforme comentam os demais autores dessa seção, essa é uma tendência inerente a necessidade econômica e concepção subjetiva dos consumidores.

Valorização do produto / Incremento de Preço	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANDÃO et al., 2012; CARVALHO; DIAS, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; MARTINO, 2013; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013; VALENTE et al., 2012; YAMAGUCHI et al., 2013)
Auxílio na Decisão de Compra do Consumidor	(BRANDÃO et al., 2012; CARVALHO; DIAS, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010)
Atração de Novos Clientes	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012)
Manutenção de Clientes	(VALENTE et al., 2012)
Ampliação do leque de distribuição (<i>ex. hotéis, restaurantes, lojas de conveniência, etc.</i>)	
Favorece às exportações	(ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE et al., 2012)
Proteção a entrada de produtos importados (<i>em geral industrializados e baratos</i>)	(VALENTE et al., 2012)
Fomento ao comércio	(FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012)
Facilitação do acesso ao crédito	(NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012)
Promoção da região / Imagem do Lugar	(CARVALHO; DIAS, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; FILGUEIRAS et al., 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013; VALENTE et al., 2012)
Promoção de outros produtos regionais	(NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE et al., 2012)
Possibilita estratégias de longo-prazo	

Quadro 10: Síntese da Revisão Sistemática quanto às implicações das Indicações Geográficas - Instrumento Mercadológico

Enquanto instrumento mercadológico, as IGs são entendidas como: a) forma de incrementar as relações de troca ao longo do tempo (do produto protegido pela indicação, bem como de outros produtos e até mesmo da região), por meio do seu consumo ou divulgação; b) dinamizadora do comércio, por meio de disponibilização de produtos, crédito e movimentação de dívidas; e c) influenciadora do comportamento do consumidor. Nesse último sentido, serve tanto de auxílio no processo de decisão, quanto influencia na percepção (antes e depois do consumo).

Como muitas das dimensões de qualidade, de produtos alimentícios principalmente, não poderem ser identificadas antes da compra, os consumidores formam expectativas com base em suas percepções individuais (FALCÃO; RÉVILLION, 2010). Tregear e Giraud (2011) comentam que as indicações podem diminuir a assimetria de informações entre compradores e vendedores, facilitando e acelerando a sua tomada de decisão. Esse fato decorre pelo fato de as IGs funcionarem como “atalhos informacionais”, “atributos de credencial”, garantia de autenticidade, inocuidade e ampliação da percepção de qualidade (BRANDÃO et al., 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; TREGAR; GIRAUD, 2011). Além disso, como as decisões com relação ao consumo de alimentos são frequentemente de cunho não-racional, afetivo ou emocional, o caráter “especial” das IGs corroboraria com a escolha. Segundo os autores, as IGs incorporam o capital simbólico e o seu potencial para evocar sentimentos profundos em

consumidores, tais como a identidade, a herança, o orgulho, o pertencimento, os sonhos e até fantasias (TREGGAR; GIRAUD, 2011).

Há trabalhos que mencionam as questões de conformidade / genuinidade; de inocuidade e segurança sanitária; e de informação. Ainda que destaquem as questões ou como vantagem ao consumidor que passa a ter uma segurança maior no momento de decisão e consumo de produtos com indicação geográfica ou ainda como oportunidade de marketing (no caso específico da questão de comunicação principalmente), essas questões podem ser consideradas inerentes aos direitos básicos do consumidor. No artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) são expostos esses direitos entre os quais a proteção à saúde e segurança, o acesso a informações claras, proteção contra publicidade enganosa, entre outras questões. Os artigos 9º e 10º destacam a responsabilidade do fornecedor com relação às questões de saúde e segurança. Nesse sentido, o registro de IGs poderia auxiliar o consumidor a assegurar seus direitos servindo como um indicador para a percepção das questões com as quais todo fornecedor de produto e/ou serviço possui a obrigação de cumprir.

A comunicação integrada aplicada aos produtos registrados pode não apenas informar, mas também atrair o consumidor. O processo de comunicação envolve tanto a credibilidade da fonte quanto a habilidade de percepção do consumidor e no caso de um produto com IG talvez seja necessário a realização de pesquisas para verificar quais são os fatores percebidos pelos consumidores e/ou quais se querem destacar (FALCÃO; RÉVILLION, 2010). Cabe mencionar ainda que o registro de indicação geográfica não equivale e tampouco exclui o uso de marcas. Marcas de certificação, marcas coletivas e marcas individuais podem coexistir com o registro de indicação geográfica e serem veiculadas nos rótulos, embalagens e outros tipos de mídia.

No uso comum, entretanto, encontra-se de maneira recorrente o uso de termos como como sinônimos do registro de indicação geográfica sem que de fato sejam equivalentes. Isso ocorre também em sete (cerca de 27%) dos trabalhos acadêmicos analisados. Nesses encontrou-se o uso equivocado com os termos: “selo de origem”, “marca de origem”, “certificação de origem”, “marca de indicação geográfica”, “selo”, e “indicação geográfica de procedência controlada”. Houve ainda casos onde o uso dos termos não se deu de maneira incorreta como sinônimo, mas talvez poderia induzir o leitor à confusão com as menções: “sob a etiqueta de denominação de origem” e “selo de comunicação com o mercado”. Em poucos há a menção de existência de diferença ou diferenciação dos conceitos de fato²⁶ (VALENTE; PEREZ;

²⁶ Indicação Geográfica, assim como marcas, nomes empresariais, nomes de domínio, entre outros, são signos distintivos. Esses signos servem para demonstrar no mercado as diferenças em termos de origem (comercial ou geográfica), de características ou de qualidades específicas. As IGs se referem à distinção que se atribui

FERNANDES, 2013; YAMAGUCHI et al., 2013). Assim, percebe-se que a falta de clareza com relação ao signo permeia também o meio acadêmico sendo necessária também a lapidação da comunicação científica para sociedade e com a sociedade.

Envolvendo a comunicação, mas não se atendo à essa questão. Emerge o processo de planejamento e gestão estratégicos de marketing que se aplica não apenas ao produto registrado, mas também a produtos correlatos e ao território que o produz. A indicação geográfica pode viabilizar o marketing do território ao propiciar maior visibilidade de lugar (CARVALHO; DIAS, 2012). Questões como segmentação, escolha de público alvo, diferenciação e estabelecimento de um correto *mix* de marketing também são comentadas (ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010; BRANCO et al., 2013; BRANDÃO et al., 2012; NASCIMENTO et al., 2012; OLIVEIRA; RUBIN; NUNES, 2010). O trabalho com essas questões exige análises e definição de estratégias para que o consumidor decida de maneira favorável ao produto. Quanto melhor for a combinação entre as características dos produtos (preço, local de distribuição, comunicação, embalagem, tamanho, etc.) e o interesse segmentos, maior a probabilidade de que isso ocorra (RISCAROLLI et al., 2014).

O aumento da procura por produtos agroalimentares com indicação geográfica tem ocorrido, segundo Brandão et al. (2012), buscando atender nichos específicos de mercado. A questão de diferenciação do produto e sua consequente valorização aparece com destaque. Com relação à essa questão, Gonçalves (2008, p.42) aponta a sua relevância dentro do contexto do agronegócio ao explicar:

Nos agronegócios o mercado se subdivide em dois: o mercado de *commodities*, constituído por produtos indiferenciados, atendendo aos mercados de massa; e mercado de *especialidades*, constituído por produtos diferenciados, com menor volume de produção e suprimindo nichos de mercado. [...] A remuneração do produtor é assegurada pela produção qualitativa. Há um valor agregado ao produto nesse mercado.

essencialmente à origem geográfica (BRASIL, 1996). Marca se refere a “todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas” (INPI, [s.d.]). As marcas podem ser de quatro naturezas: de produto; de serviço; coletiva; ou de certificação. As coletivas são destinadas a identificar produtos ou serviços provenientes de uma coletividade representada por uma pessoa jurídica (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, etc.), assim, podem utilizar a marca àqueles que são membros da entidade que detêm a marca coletiva cumprindo com eventuais condições e critérios por ela estabelecidos. As marcas de certificação atestam conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas, padrões ou especificações técnicas, é utilizada por um terceiro mediante a autorização/atestado de conformidade. No caso da indicação geográfica existe uma delimitação da área e produto e há um regulamento de uso. Todos os que produzirem o bem ou serviço dentro da área delimitada e em conformidade com o regulamento podem utilizar a indicação geográfica. Cabe destacar que o regulamento de uso de uma IG não necessariamente é verificado por entidade certificadora sendo de responsabilidade da entidade que representa a coletividade estabelecer as formas de se garantir o seu cumprimento. (BRASIL, 1996; INPI, [s.d.]; YAMAGUCHI et al., 2013)

O produto dessa maneira passa a ser um artigo único. O atributo de raridade, somado a uma percepção de qualidade superior, tende a tornar o valor monetário mais elevado e consequentemente elevar a renda dos seus produtores (MENDES; ANTONIAZZI, 2012). As IGs, conforme esses autores, podem facilitar a inserção de pequenos e médios produtores, uma vez que essa diferenciação pode tornar a competição com grandes produtores possível. Os grandes produtores, em geral trabalham com produtos industrializados, que possuem menor valor. Além disso, a indicação geográfica pode também facilitar a presença dos produtos no mercado, permitir a cobrança de preços superiores e favorecer à estabilidade da demanda (VALENTE et al., 2012).

Além da perspectiva mercadológica, nota-se força na visão de proteção do produto e do seu modo de fazer. Varella e Barros (2005) comentam ainda a perspectiva de articulação social a medida que é necessária ação coletiva e muitas vezes voluntária para a sensibilização, proposta, implementação e proteção das indicações geográficas. A mobilização coletiva em torno das IGs tem sido vista também como meio de fortalecer a cadeia produtiva em prol dos produtores e consumidores. Isso porque podem diminuir o poder dos intermediários ou “atravessadores” e possibilitar o conhecimento de todas as partes envolvidas desde a produção até o consumo (BRANCO et al., 2013; VARELLA; BARROS, 2005).

Martino (2013) destaca a governança e a tomada de decisão como questões a serem analisadas no âmbito das indicações geográficas. Segundo o autor, a alocação da decisão sai dos indivíduos para a organização coletiva e isso depende do contexto de estruturas de controle existentes. Essa estrutura depende do grau de formalização, do desenho e implementação de sistemas de monitoramento e controle e da cooperação interinstitucional.

Há ainda menção de que os impactos das indicações geográficas dependem do reconhecimento da especificidade dos produtos, que levam a um melhor posicionamento mercadológico; e da mobilização coletiva, que é necessária para definir e implementar as indicações geográficas (RÉVIRON; CHAPPUIS, 2011). Assim sendo, mesmo observando categorias, não se pode considera-las isoladas, mas sim como elementos interagentes e interdependentes. Além disso, a simples aprovação de uma IG não garante o desenvolvimento coletivo, pois deve haver uma correlação de forças favoráveis entre os atores, incluindo o Estado, que destaque e ative as capacidades sociais de uma comunidade, do contrário, a IG pode se tornar um instrumento de exclusão e desigualdade entre os membros da cadeia de valor (VALENTE et al., 2012).

Não somente o protagonismo deve ser estimulado, mas também deve ser desenvolvida uma consciência de construção e retorno de longo prazo, de modo que o processo de reconhecimento da IG seja realizado de forma ordenada, consistente e focada em resultados futuros, e não imediatos, sob risco de frustração dos atores envolvidos (VALENTE et al., 2012, p.557).

Mesmo existindo diversos efeitos positivos, alguns produtores poderiam usar de má-fé na condução de suas atividades com o uso das indicações geográficas de maneira equivocada e/ou até ilícita. Critica-se a restrição ao livre comércio de produtos e mercadorias pelo fato de se monopolizar o “nome” ou ainda privilegiar alguns produtos, bem como práticas comerciais abusivas (com preços elevados demais, cartelização²⁷ e *dumping*²⁸, por exemplo) (TRENTINI, 2012). Esses atos e usos incorretos devem ser observados pelos diversos *stakeholders* e principalmente pelos produtores detentores das indicações geográficas (VARELLA; BARROS, 2005). Cabe destacar ainda que as ressalvas mencionadas não se referem a efeitos inerentes ao registro, mas sim ao seu uso indevido. Além disso, esses atos são coibidos pelo sistema brasileiro de repressão à concorrência desleal (que protege imediatamente ao empresário) e pelo direito antitruste (que protege o mercado) (TRENTINI, 2012).

Vários aspectos positivos foram destacados e foi também mencionado que o registro por si só não garante o alcance dessas benesses. Contudo, uma das questões que pode ser apontada como tópico a ser investigado é como efetivar esses fins. Uma das vias de melhor se compreender tal questão poderia ser por meio do estudo das ações e relações existentes nos casos de sucesso.

Percebe-se que poucos são os trabalhos que fazem distinção das implicações das indicações geográficas conforme o seu tipo (IP ou DO). Talvez estudos nos territórios que obtiveram indicação de procedência e depois denominação de origem possam auxiliar a elucidar se existem diferenças e quais são elas. Suprir essa lacuna poderia contribuir para que, em futuros pedidos, os requisitantes possam ter um norte sobre qual tipologia requisitar de acordo com os fins almejados para evitar a realização de dois pedidos como ocorrido em alguns casos brasileiros. Também podem auxiliar trabalhos que lançam luz sob aspectos específicos verificando se há reflexões decorrentes de IGs registradas, como o desenvolvido por Yamaguchi et al. (2013) com relação a como a indicação de procedência pode contribuir para a criação do conhecimento.

²⁷ Cartel pode ser entendido como associação entre empresas concorrentes com vistas a obter lucros mais elevados do que seriam obtidos sem o acordo. Em geral envolve a fixação de preços ou ainda divisão de clientes e cotas de produção.

²⁸ *Dumping* é também uma forma de eliminar a concorrência, mas nesse caso ao invés de haver a associação com o concorrente, há a prática de preços mais baixos, inclusive podendo ser abaixo do custo para inviabilizar as suas operações.

Teoricamente não há distinção de melhor ou pior entre as tipologias, mas sim o registro de questões distintas (notoriedade no caso das IPs e vínculo de qualidade no caso das DOs), contudo, houve um estudo que mencionou que a região estava buscando a “elevação de categoria”. Outra lacuna evidenciada na presente revisão integrativa refere-se a aclarar a diferença entre diversos termos utilizados para falar de indicações geográficas bem como da correta descrição das suas categorias.

Por fim, a maioria dos trabalhos trata de análises anteriores ao processo de registro de indicações geográficas (9 artigos), da descrição do processo em si (4) ou ainda da discussão de potencialidades referentes às mesmas (6). Destaca-se então a necessidade de análises após o processo que contemplem resultados, percepção dos consumidores (como ocorre com 3), mas também dos produtores, do impacto em outros setores, organização do sistema, descrição de ações de sucesso, bem como de insucesso, entre outras questões. A presente tese tenta colaborar nesse sentido, mas ainda há muitos potenciais trabalhos e discussões a serem desenvolvidos.

A adoção de uma indicação geográfica implica também em um acréscimo de custos para o produtor, seja para o registro ou para a elaboração e uso de rótulos e embalagens que destaquem essa questão. Espera-se que estes sejam compensados pelas outras vantagens principalmente (ZUIN; ZUIN, 2009). Na seção que segue o processo de registro das indicações geográficas, seus responsáveis, passos e custos são descritos.

2.1.1.2 Formas de Proteção e Operacionalização das Indicações Geográficas no Brasil

Segundo Vieira e Buainain (2012) e Mendes e Antoniazzi (2012), diferente das marcas e patentes, as indicações geográficas são passíveis de ampla variedade de proteções, entre as quais incluem-se: legislação *sui generis* ou decretos, como ocorre na França; Registro das indicações geográficas por meio de Instituto Próprio, como ocorre no Brasil; Leis contra a concorrência desleal ou na noção do ilícito *passing off* (fazer-se passar por); Marcas Coletivas (pertencentes a um grupo de comerciantes ou produtores), como ocorre na Espanha; ou Marcas de Certificação (que não pertence a ninguém, mas sim a todos que preenchem os requisitos determinados), tal qual ocorre nos Estados Unidos.²⁹

²⁹ No Brasil, os nomes geográficos que constituem indicações geográficas estão expressamente proibidos de serem registrados como marca, seja de certificação ou coletiva, conforme o artigo. 124, inciso IX, da LPI. Contudo, selos de certificação, que denotam conformidade, podem ser instituídos dando destaque à origem, mas ainda assim, sem contemplar as terminologias “indicação geográfica”, “indicação de procedência” e “denominação de origem”.

Dentre os diversos países, a França indubitavelmente concentra grande importância histórica no que tange as indicações geográficas, possuindo uma grande diversidade de selos oficiais de qualidade, a saber: *Apelação de Origem Controlada (AOC)*; *Selo Vermelho (Label Rouge)*; *Agricultura Biológica (AB)*; e *Certificação de Conformidade de Produto (CCP)* (FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012). No Brasil, a forma mais contumaz de proteção as IGs se dá pelo reconhecimento pelo registro fornecido pelo INPI, mas há ainda a possibilidade de reconhecimento por meio de Decreto Legislativo. Esse segundo caso aconteceu com a “cachaça” e trata-se de uma medida política de salvaguarda para evitar que essa indicação seja utilizada como marca no mercado internacional e se assemelha ao procedimento adotado pelo México para a tequila (GONÇALVES, 2008).

O registro e operacionalização das IGs no Brasil perpassam uma série de instituições. Contudo, é o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) a instância central e superior no “planejamento, fomento, coordenação, supervisão e avaliação das atividades, programas e ações de Indicação geográfica de produtos agropecuários, inclusive no que se refere aos aspectos normativos” (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.41). Ademais, cabe a essa instituição, fornecer suporte técnico aos processos de concessão, manutenção, cancelamento ou anulação de certificado de IGs de produtos agropecuários. A sua atuação foi definida pelo Decreto 5351/2005 e atualizada pelo Decreto 7.127/2010. Para que tais atribuições possam ser concretizadas, a estrutura regimental do MAPA prevê as seguintes ramificações (figura 4):

Figura 4: Estrutura do MAPA para o fomento e suporte das IGs
 Fonte: CIG/DEPTA/SDC/MAPA ([s.d.]); MAPA (2013b)

Selos de certificação não configuram signos distintivo segundo o ordenamento jurídico nacional, mas sim sistemas de metrologia e qualidade (GONÇALVES, 2008).

“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 pela Divisão de Política e Desenvolvimento Agropecuário – DPDAG” (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.], p.4).

Conforme Vieira e Buainain (2012), as linhas de trabalho adotadas pelo MAPA visam:

a) divulgar a cultura de IG no meio rural e entre os consumidores (por meio de material de divulgação e mapeamento dos produtos com potencial de identificação, além de parcerias institucionais); b) capacitar os agentes (ofertando cursos, seminários, reuniões e workshops); c) formalizar convênios e apoiar as organizações de produtores para a melhoria das condições higiênico-sanitárias e para auxílio no registro e reconhecimento de IG. A continuidade são destacadas algumas atividades que podem ser apoiadas pelo MAPA, por meio do DPDAG, que efetiva as atividades por meio de convênios ou termos de cooperação (Quadro 11).

Atividades que podem ser apoiadas pelo MAPA	
Antes do Registro de IG	Depois do Registro de IG
<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento histórico/cultural: pesquisa bibliográfica, visita a produtores, cadastro de produtores, aplicação de questionários, entrevistas; • Configuração territorial: área de abrangência, delimitação geográfica, geo-referenciamento das zonas de produção, elaboração de cartas cartográficas e material descritivo; • Regulamento de Uso: caracterização dos processos de produção, caracterização física, química, microbiológica e sensorial dos produtos; • Melhoria da qualidade do produto: compreendem as análises e estudos necessários para a caracterização do produto. • Organização: reuniões e cursos de capacitação para produtores; • Visitas técnicas a produtores; • Testes laboratoriais; • Elaboração da representação gráfica da IG; • Apoio à formação e capacitação do Conselho Regulador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitação dos produtores; • Capacitação do Conselho Regulador da IG; • Algumas atividades de marketing; e • Testes laboratoriais, entre outras.

Quadro 11: Atividades passíveis de apoio do MAPA

Fonte: Elaborado com base em MAPA, [s.d.]

A concessão do registro de IG e emissão do certificado de tal registro é de responsabilidade do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.]). Anteriormente era ainda regulada pela Resolução INPI 75/2000 que definia quem poderia solicitar e quais são os procedimentos para a obtenção do registro entretanto não tratava de normas de apresentação da proposta de registro, era menos

detalhada e não possuía o procedimental estabelecido para o registro de indicações geográficas estrangeiras. Gonçalves (2008) destacou que essa regulação pela resolução ao invés de lei somado ao fato de alguns Estados regularem a matéria, sem ter competência para tal, infringindo a Constituição Federal, torna o cenário de registro de IGs no Brasil confuso.

A referida resolução (n.75/2000) foi substituída por uma Instrução Normativa (n. 12/2013). Entretanto essa instrução não vigorou por muito tempo, sendo logo substituída pela instrução normativa do INPI de nº 25 / 2013, que estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas (BRASIL, 2013a) e revogou as anteriores vigentes. A instrução foi estabelecida com vistas a tentar aclarar e padronizar esses procedimentos e o fato de ter havido uma atualização da normativa em um espaço tão breve de tempo pode indicar preocupação do INPI e demais instâncias governamentais de deixar o cenário menos confuso.

Segundo o artigo 5º da Instrução Normativa n. 25/2013 do INPI tanto associações, institutos quanto pessoas jurídicas “representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território” podem requerer o registro, assim como pessoa física ou jurídica única na hipótese de ser o único produtor. De forma simplificada, os passos necessários para essa solicitação são (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.]; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012):

1º Articulação entre produtores locais por meio de associação, instituto ou pessoas jurídicas. A IG necessita de forte envolvimento e participação dos produtores e/ou dos transformadores, assim como das outras pessoas envolvidas na sua gestão e essas questões são voluntárias e coletivas;

2º Realização de levantamento histórico-cultural com vistas a coletar informações e elementos concretos que comprovem que a região tem notoriedade para ser reconhecida como uma IG;

3º Caracterização do produto e construção de um sistema de garantia de qualidade para o produto (regulamento técnico de produção). Em tal etapa deve-se documentar em detalhes cada etapa do processo de produção, os métodos de verificação e rastreabilidade e as características do produto final com vistas a garantir a tipicidade do produto. Ademais, nesse momento também pode ser discutida e definida a logomarca ou sinal gráfico para caracterizar a IG;

4º Criação do Conselho Regulador da IG que ficará a cargo de orientar e controlar a produção, elaboração e a qualidade dos produtos amparados pela IG conforme as regras definidas. Sua composição não é clara, mas o CIG sugere que englobe a inclusão de

representantes da academia, de instituições ofertantes do produto, dos consumidores e dos próprios produtores;

5º Definir a entidade detentora da tutela da IG, que encaminhará a solicitação ao INPI.

Para tal fim, é necessária a elaboração de um requerimento no qual deve constar documentação que contemple: a) o nome geográfico; b) descrição e características do produto ou serviço; c) instrumento hábil a comprovar legitimidade do requerente; d) regulamento de uso do nome geográfico; e) instrumento oficial que delimite a área geográfica; f) delimitação da área geográfica; f) etiquetas quando houver representação gráfica ou figurativa do nome geográfico; e, por fim, f) comprovante de pagamento da retribuição pertinente (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.]). Após a apresentação do pedido o INPI realiza análises e pode solicitar novos documentos e ou alterações antes de dar o parecer favorável ou desfavorável ao registro da IG.

O processo pode levar tempo diverso dependendo da necessidade de ajustes ou ainda de haverem demandas contrárias ao registro. As divulgações dos despachos com relação às indicações geográficas, assim como demais instrumentos da propriedade intelectual, se dão por meio da Revista de Propriedade Industrial (RPI) divulgada periodicamente pelo INPI em sua página web. Nesse sentido, discussões quanto a sistemas integrados e informatizados para a candidatura e andamento do registro das IGs poderiam se fazer interessantes como sugerem os indianos Barik e Samaddar (2011) ao constatar que os sistemas de registro na maioria dos países em desenvolvimento ainda se encontra manual.

Segundo dados do INPI, os custos referentes às taxa de pedido de indicação geográfica são: R\$590, para indicação de procedência e R\$2135 para denominação de origem (INPI, 2013a). Além dessas taxas há outras para “cumprimento de exigência”; “pedido de reconsideração”; “expedição de certificado de registro” (no prazo ordinário e extraordinário); além de certidões; cópias; outras petições; etc. (INPI, 2011a). Vale refletir que há ainda outros custos anteriores ao pedido tais como aqueles destinados a conscientizar e estabelecer a união entre os produtores em prol do alcance da indicação geográfica; bem como a elaboração da caracterização e demais documentos.

Uma vez que a solicitação é aceita, cabe destacar que o registro concedido a uma pessoa física ou jurídica específica não reserva a ela a exclusividade, posto que os titulares do direito são todos os empreendedores estabelecidos dentro da área delimitada que satisfaçam os requisitos determinados no processo. “Trata-se de um direito coletivo com vários titulares” (GONÇALVES, 2008, p.214). O registro de IG possui uma vigência indefinida, pois não se submete a um limite de tempo específico (como ocorre no caso de patentes ou direitos autorais),

desde que o caráter distintivo que caracteriza a IG seja mantido. Tampouco requer renovação ou efetivo uso.

Contudo, se o produto desaparecer ou o nome geográfico for considerado “genérico” a proteção se extingue pela “perda do objeto de direito” (GONÇALVES, 2008). Cabe mencionar que a indicação geográfica (seja IP ou DO) não pode ser alienada ou locada, contudo, a venda do *locus* de produção pode permitir que o comprador tenha direito a indicação, desde que cumpra com as especificidades da mesma (TRENTINI, 2006, 2012). Dessa maneira, cabe aos “proprietários” do registro zelar pelo bom uso do nome e sua distinção no mercado, isso provavelmente perpassa por uma consciência e valorização do patrimônio (material e imaterial) coletivo.

Após a conceituação, discussão dos impactos e forma de operacionalização, cabe analisar a realidade brasileira com relação às indicações geográficas. A seção que segue trás, portanto, um breve panorama dos registros de produtos ou serviços brasileiros concedidos pelo INPI até setembro de 2015.

2.1.1.3 Indicações Geográficas Brasileiras

Conforme foram destacadas as funções e efeitos das indicações geográficas percebeu-se que na concepção de vários autores, a IG assume um potencial estratégico que já é bem desenvolvido em outros países, mas pouco no Brasil.

A utilização de indicações geográficas como meio de proteger o ativo dos produtores é estratégico para o Brasil, pois é um país com grande variedade de territórios com potencial para produzir produtos com identidade própria e para ocupar espaços em mercados cada vez mais exigentes em termos de produtos de qualidade e de personalidade. No entanto, embora a indicação geográfica seja valorizada pelos consumidores de maior renda em produtos importados, é desconhecida tanto pelos produtores e comerciantes quanto pela maioria dos consumidores, carecendo, portanto, de disseminação de seus conceitos básicos e dos benefícios agregados aos produtos e aos serviços. (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.46)

O processo de registro, seus custos e etapas comentados da seção anterior talvez sejam fatores que contribuam para a questão. Nota-se, porém, algumas mudanças no cenário brasileiro. O primeiro pedido de registro de indicação geográfica remonta ao ano de 1997 e refere-se ao “Vale dos Vinhedos” que efetivou-se em 2002 (MENDES; ANTONIAZZI, 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012). Atualmente (até setembro de 2015), contabiliza-se o registro de 44 indicações geográficas, sendo 35 IPs e 9 DOs. Conforme pode-se observar no gráfico 1, no

decorrer dos anos subsequentes houve registros isolados de IPs ou nenhum registro. Em 2010 foi concedida a primeira DO e, após tal ano, tem-se registros desse tipo em todos os demais, exceto em 2014. Os anos de 2011 e 2012 apresentam-se como os anos com maior número de registros.

Gráfico 1: Número de Registros de IGs Brasileiras de 2002 a setembro de 2015

Fonte: Elaborado com base em INPI (2013b) e Revistas de Propriedade Intelectual publicadas até 16/09/2015.

Aragon (2012) e Druzian e Nunes (2012) destacam que o aumento do número de IGs brasileiras registradas pode estar relacionado tanto à maior conscientização dos produtores quanto a importância da distinção nos mercados, quanto, e principalmente, à implementação de políticas públicas para a difusão dos sinais distintivos coletivos e o contexto institucional estabelecido para tal fim. Ainda que o número de indicações geográficas brasileiras tenha crescido significativamente no decorrer dos últimos anos, ainda é pequeno para um país com as dimensões do Brasil. Além disso, estudiosos apontam que o Brasil possui potencial bem superior ao já registrado (DRUZIAN; NUNES, 2012; FABRIS; MACHADO; GOMES, 2012; GIESBRECHT et al., 2014; VALENTE et al., 2012).

Valente et al. (2012) comentam que para um melhor desenvolvimento e amadurecimento do modelo proposto de IGs para o Brasil (como ferramenta de desenvolvimento socioeconômico para o meio rural), além das políticas, ainda se faz necessário maior investimento em recursos humanos, técnicos e financeiros por parte das instituições competentes; disseminação do tema junto aos consumidores e o engajamento de universidades, empresas de pesquisa e de fomento à atividade agropecuária.

O registro de indicações geográficas no país ainda se encontra bastante concentrado, conforme pode-se observar no gráfico 2. Apenas dois estados (Minas Gerais e Rio Grande do Sul) somam quase metade (cerca de 41%) das indicações geográficas já registradas.

Gráfico 2: Distribuição Geográfica das IGs brasileiras

Fonte: Elaborado com base em INPI (2013b) e Revistas de Propriedade Intelectual publicadas até 16/09/2015.

* O vale do Submédio São Francisco engloba dois estados nordestinos: localiza-se na região sertaneja no oeste do Estado de Pernambuco e norte do Estado da Bahia

** A delimitação da área geográfica Pantanal corresponde ao bioma Pantanal, no centro-oeste (CO), que está presente em dois estados brasileiros, ocupa 25% do Mato Grosso do Sul e 7% do Mato Grosso.

Não se pode afirmar, mas talvez a liderança no número de registros existente no Rio Grande do Sul deva-se a sua herança cultural europeia com sua trajetória de proteção e valorização desse tipo de signo (São indícios dessa questão o fato que, dos dez registros, quatro referem-se à produção vitícola – de herança múltipla, mas que teve os italianos como principais propulsores³⁰ - e um aos doces de herança portuguesa) e/ou ainda de um ambiente institucional favorável com atores como a EMBRAPA Uva e Vinho e de algumas universidades que

³⁰ As primeiras videiras foram trazidas ao país à época da colonização por um português; a vinda dos alemães amplia o número de imigrantes interessados em vinho; mas é por volta de 1875, com a chegada dos imigrantes italianos que há um salto quantitativo e qualitativo na produção nacional devido ao seu conhecimento técnico de elaboração e a cultura do consumo; atualmente, a vitivinicultura se encontra consolidada em diferentes regiões, do Sul ao Nordeste do país, cada zona produtiva investe no desenvolvimento de uma identidade própria. Essa identidade própria pode ser destacada por meio de indicações geográficas, movimento esse iniciado com o registro da indicação de procedência do Vale dos Vinhedos em 2002 (IBRAVIN, [s.d.]).

despontam com vários estudos sobre a questão de IGs, entre outras. Há entretanto propostas em andamento de outras regiões do país e, em março de 2015, houve o primeiro registro de indicação geográfica no centro-oeste brasileiro (mel do pantanal).

A maioria das indicações geográficas no país refere-se a alimentos (19, cerca de 43%) ou bebidas (11, cerca de 25%); contudo há também destaque ao artesanato (5); a minerais (5); a matérias primas (2), no caso couro e têxteis; a produtos industrializados (1), no caso sapatos; e a serviços especializados (1), especificamente de tecnologia da informação. À continuidade, no quadro 12, são listadas as indicações geográficas registradas no país (até setembro de 2015):

Nome Geográfico	Produto	Tipo	Registro	UF
Região do Cerrado Mineiro	Café	IP	14/04/05	MG
Vale dos Vinhedos	Vinhos: tinto, branco e espumante.	IP	19/11/02	RS
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	Carne Bovina e seus derivados	IP	12/12/06	RS
Paraty	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada	IP	10/07/07	RJ
Vale do Submédio São Francisco	Uvas de Mesa e Manga	IP	07/07/09	NE
Vale dos Sinos	Couro Acabado	IP	19/05/09	RS
Pinto Bandeira	Vinhos: tinto, brancos e espumantes	IP	13/07/10	RS
Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	Café	IP	31/05/11	MG
Região do Jalapão do Estado de Tocantins	Artesanato em Capim Dourado	IP	30/08/11	TO
Pelotas	Doces finos tradicionais e de confeitaria	IP	30/08/11	RS
Goiabeiras	Panelas de Barro	IP	04/10/11	ES
Serro	Queijo minas artesanal do serro	IP	13/12/11	MG
São João del-Rei	Peças artesanais em estanho	IP	07/02/12	MG
Franca	Calçados	IP	07/02/12	SP
Vale da Uva Goethe	Vinhos de Uva Goethe	IP	14/02/12	SC
Canastra	Queijo Canastra	IP	13/03/12	MG
Pedro II	Opalas preciosas de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	IP	03/04/12	PI
Cachoeira de Itapemirim	Mármore	IP	29/05/12	ES
Linhares	Cacau em amêndoas	IP	31/07/12	ES
Norte Pioneiro do Paraná	Café verde em grão e industrializado [...]	IP	25/05/12	PR
Paraíba	Têxteis em algodão colorido	IP	16/10/12	PB
Região de Salinas	Aguardente de cana tipo cachaça	IP	16/10/12	MG
Porto Digital	Serviços de Tecnologia da Informação	IP	11/12/12	PE
Altos Montes	Vinhos e espumantes	IP	11/12/12	RS
Divina Pastora	Renda de agulha em lacê	IP	26/12/12	SE
São Tiago	Biscoito	IP	05/02/13	MG
Alta Mogiana	Café	IP	17/09/13	SP
Mossoró	Melão	IP	17/09/13	RN
Cariri Paraibano	Renda Renascença	IP	24/09/13	PB
Monte Belo	Vinhos	IP	01/10/13	RS
Piauí	Cajuína	IP	26/08/14	PI

Rio Negro	Peixes Ornamentais	IP	09/09/14	AM
Abaíra	Aguardente de cana tipo cachaça	IP	14/10/14	BA
Pantanal	Mel	IP	10/03/15	MT/MS
Farroupilha	Vinhos e espumante da uva Moscatel	IP	14/07/2015	RS
Litoral Norte Gaúcho	Arroz	DO	24/08/10	RS
Região da Costa Negra	Camarões	DO	16/08/11	CE
Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos [...]	DO	22/05/12	RJ
Região Pedra Madeira Rio de Janeiro	Gnaisse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor [...]	DO	22/05/12	RJ
Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	Gnaisse fitado milonítico de coloração cinza possuindo 3 variedades [...]	DO	22/05/12	RJ
Manguezais de Alagoas	Própolis vermelha e extrato dessa própolis	DO	17/07/12	AL
Vale dos Vinhedos	Vinhos e espumantes	DO	25/09/11	RS
Cerrado Mineiro	Café	DO	31/12/13	MG
Ortigueira	Mel	DO	01/09/15	PR

Quadro 12: Indicações Geográficas Brasileiras Registradas

Fonte: Elaborado com base em INPI (2013b) e Revistas de Propriedade Intelectual publicadas até 16/09/2015.

Cabe ressaltar que entre os produtos e serviços brasileiros com potencial para a obtenção de registro de IG, alguns já possuem pedido depositado e/ou processo em andamento (como por exemplo o açafrão de Mara Rosa (GO), a carne de sol do Extremo Norte Capixaba (ES), os produtos de Jabuticaba de Sabará (MG), entre outros).

3 As Indicações Geográficas e o Turismo

Para que se possa analisar o desenvolvimento do turismo na região detentora da indicação geográfica em foco, faz-se necessário realizar algumas discussões previamente. Sendo assim, essa seção aborda primeiramente o conceito de turismo, em seguida trata da questão do desenvolvimento do turismo no meio rural, seus conceitos e implicações. Por fim são relacionados o turismo, a gastronomia e as indicações geográficas; e são destacadas especificidades inerentes ao queijo artesanal.

3.1 Turismo: Conceitos Fundamentais

O fenômeno turístico pode ser definido segundo diversos enfoques. São exemplos as abordagens jurídicas, econômicas, sociológicas, históricas, entre outras, que resultam em diferentes delineamentos conceituais:

[...] tourism is a scientific object constructed on similar bases by various disciplines, but that produces different imaginations of its content. Tourism as a system, as a practice, as an economic sector or an economic activity, as a gaze, or as an intentionality rely on different, incommensurable definitional referents. This difference between the word (signifier)—‘tourism’—and the meaning (signified)—tourism as practice, tourism as system, tourism as mobility, etc.—constitutes a differentiating element of the episteme (DARBELLAY; STOCK, 2012, p.451).

Apesar das várias definições construídas ao longo do tempo e das densas discussões com relação a busca por uma explicação do fenômeno turístico coerente, consistente e adequadamente descrita (DARBELLAY; STOCK, 2012), opta-se por não pormenorizar a questão epistemológica do turismo ante o escopo proposto na presente tese. Assim, faz-se a opção por destacar a definição atualmente adotada pela Organização Mundial do Turismo e focar as abordagens holísticas, pautadas na perspectiva sistêmicas (VASCONCELOS, 2005).

Segundo a OMT (2014) o turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que envolve o deslocamento de pessoas a locais fora do seu ambiente usual por motivos pessoais ou profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes e podem ser turistas (caso pernoitem no destino) ou excursionistas (visitantes de um dia). Com relação a essa definição oficial, há que se ressaltar que conceito de ambiente usual não é muito preciso, pois uma localidade

próxima pode não ser considerada entorno usual para alguns enquanto outras distantes o são para outros (GOVERS; HECKE; CABUS, 2008).

O turismo é um fenômeno complexo decorrente da interação temporária entre viajantes e destino que os recebem que é feito de uma amalgama de *stakeholders*, parcialmente ou totalmente, direta ou indiretamente envolvidos no turismo. Assim, uma grande diversidade de atores públicos, privados e “híbridos” são envolvidos no provimento de serviços, infraestrutura, informação e produtos turísticos vitais ao sucesso de um destino turístico (ZEE; VANNESTE, 2015). A ideia de um sistema de turismo não é recente posto que as experiências turísticas requerem coordenação e colaboração entre diversos atores públicos e privados inter-relacionados para o alcance de objetivos almejados (MCKERCHER, 1999; MILL; MORRISON, 2009).

Diversos modelos sistêmicos do turismo, desenhados principalmente ao longo dos anos 80, reconhecem a natureza complexa do turismo e o inter-relacionamento entre diferentes componentes, contudo focalizam algumas variáveis selecionadas do destino ou relacionamentos simples entre mercados emissores e destinação turística (MCKERCHER, 1999). A abordagem sistêmica no turismo foi utilizada, conforme a síntese de Scarpino (2009), em modelos teóricos; modelos de planejamento e gestão do processo e modelos de previsão. Dentre os primeiros, a autora aponta modelos teóricos delineados com fim de compreensão do conceito; focados na determinação do espaço e tempo do turismo; na compreensão das motivações e comportamentos dos turistas; e apontamentos dos impactos de maneira geral ou focados nos aspectos econômicos ou socioculturais ou ecológicos. Dentre os modelos teóricos que tentam definir a estrutura do turismo há, entretanto, dificuldade para definir quais os atores pertencem ao setor de turismo propriamente dito e o quão amarrados esses agentes se encontram (GRETZEL et al., 2015).

Um dos primeiros modelos sistêmicos desenvolvidos foi o de Neil Leiper (LEIPER, 1979). O modelo, que até hoje continua muito utilizado, também é denominado de Sistema geográfico do turismo (Figura 5), por considerar o movimento como essencial para o turismo (COOPER; HALL; TRIGO, 2011). No modelo é feita uma análise da sequência das experiências de um turista por meio de três elementos geográficos (região emissora, região de trânsito e destino turístico) e dois não geográficos (o turista e a “indústria de turismo e viagens”). Nele os recursos envolvidos são identificados e a interação dos cinco elementos é influenciada e influencia fatores ambientais externos.

Figura 5: Modelo de Leiper para um sistema turístico
 Fonte: (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012, p.34)

Apesar de simplificado, o sistema de Leiper descreve aspectos de oferta e demanda do turismo, transporte, atrações turísticas, facilidades, serviços, informações e promoção turística (ARIS ANUAR et al., 2012). Além disso, a descrição do autor reconhece a complexidade do turismo ao destacar o turista como operador do seu próprio sistema turístico e utilizar o termo “sistemas turísticos” no plural para destacar o seu funcionamento ao nível do indivíduo (MCKERCHER, 1999). Por fim, vale destacar que os diversos momentos da viagem (antes, durante e depois), e consequentemente atores e bens e serviços com quem o turista tem contato durante esse processo, terão impacto na percepção geral da experiência vivida.

-In the generating region, pre-trip, there is stimulation and recognition of motivation, planning and organization.

-In the transit route there is travel and sometimes, interaction with attractions and use of services and facilities.

-In the destination region there is interaction with primary attractions, incidental attractions, use of services and facilities.

-Post-trip, back in the generating region, there are recollections, and re-adjustment to normal lifestyle (LEIPER, 1979, p.398).

No Brasil o modelo sistêmico mais utilizado é o chamado “SISTUR” que foi desenvolvido por Mário Carlos Beni a partir de sua tese em 1988 (NASCIMENTO, 2012). Beni (2007) também considera o processo desde antes do deslocamento uma vez que conceitua turismo como

[...] um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios (BENI, 2007, p.37).

O autor propõe um diagrama (Figura 6) com o propósito de organizar o estudo e o planejamento da atividade turística. Considera o sistema como aberto e entende que o ambiente (ecológico, econômico, social e cultural) enquanto sistemas maiores estão fora do SISTUR ao mesmo tempo que, como antecedentes e controladores, acham-se dentro do mesmo. Assim, aponta didaticamente, três grandes conjuntos pertinentes ao sistema de turismo: o das relações ambientais; o da organização estrutural (composto por organizações públicas, privadas e agentes do terceiro setor, responsáveis pelas estratégias e ações de desenvolvimento do setor à infraestrutura); e o das ações operacionais ou de produção (o mercado, a demanda, a oferta e os processos de produção, distribuição e consumo em turismo) (BENI, 2007; NASCIMENTO, 2012).

Figura 6: SISTUR de Beni
Fonte: (BENI, 2007, p.50)

Essa estrutura, entretanto, não pode ser considerada estática. Contemporaneamente já se admite a interpretação do turismo, em certo grau, como um sistema complexo, incerto e imprevisível (FARRELL; TWINING-WARD, 2004). Entre as proposituras contemporâneas, as teorias do caos³¹ e da complexidade³² emergem como escolas de pensamento legítimas para descrever o funcionamento complexo do sistemas de turismo que funciona essencialmente como um sistema caótico, dinâmico, não linear e não determinístico (BAGGIO, 2008; MCKERCHER, 1999; SCARPINO, 2009).

McKercher (1999) propôs um modelo do turismo pautado no caos composto por nove elementos exposto na figura 7. Esse tenta sintetizar o sistema turístico em termos do conjunto de relacionamentos complexos existentes dentre e entre esses elementos. São eles:

- O *viajante*, que é o ator essencial no turismo e ponto de partida do modelo. Seu comportamento, atitudes, gostos e alterações dos mesmos são um elemento chave para o funcionamento caótico do sistema;
- Os *vetores de comunicação*, utilizados para conectar o viajante ao destino. Envolvem os esforços públicos e privados de promoção e comunicação direta entre os negócios e os viajantes. Também são considerados os níveis de canais de distribuição existentes;
- As *considerações* ou fatores que influenciam a efetividade da comunicação utilizada como questões espaciais, temporais e financeiras que podem inibir a decisão de ir ao destino;
- O *Destino* ou comunidade turística interna que consiste em todos os negócios envolvidos, total ou parcialmente, com turismo no destino (acomodações, atrações, atividades, acessos e amenidades);
- *Agências de turismo externas* (públicas e privadas) que tentam influenciar o turismo;

³¹ Conforme Bauer (1999), o “caos” pode ser concebido como uma terceira via que surge entre o determinismo total dos sistemas lineares e o indeterminismo do puro acaso. Seria um meio-termo que propõe um diálogo entre ordem e desordem. Mais do que classificar os ambientes como “instáveis” ou “turbulentos”, é necessário compreender que neles só será capaz de sobreviver uma organização também “instável” ou “turbulenta”: uma organização dinâmica, auto-organizante (com ricos padrões de interação e conectividade entre as pessoas, que utiliza a ambiguidade e os conflitos como fonte de aprendizado, criatividade e inovação, ou seja, flexível e adaptativa em sua essência), autopoietica (que considera seus recursos internos como potenciais, se atualiza e aprimora seus estoques de conhecimento) e dissipativa (que consegue produzir caminhos alternativos a partir de eventualidades e por meio da sinergia crítica de seus membros).

³² A complexidade é o estudo das estruturas que dependem apenas parcialmente da natureza dos seus constituintes e cujo comportamento e características globais não pode ser deduzido do conhecimento dos seus fundamentos elementares. A complexidade refere-se à capacidade adaptativa e emergência de novas propriedades nos sistemas decorrentes do crescimento da quantidade e qualidade de conexões entre indivíduos e organizações (BAGGIO, 2008).

- Outras *externalidades ligadas ao turismo*, tais como destinos turísticos alternativos que afetam a capacidade do destino de atrair viajantes;
- *Externalidades não relacionadas ao turismo*, ou forças macroambientais, tais como mudanças políticas, econômicas ou sociais, guerras, desastres naturais, entre outras questões que afetam a capacidade das pessoas de viajarem;
- *Outputs* ou impactos do sistema, tanto desejados quanto indesejados;
- *Ruídos* ou Gatilhos de caos que podem impulsionar o sistema ao limiar do caos gerando a necessidade de alterações. Pode ser o caso de uma inovação ou crise que leva o destino turístico e/ou as ações individuais a se transformar.

Figura 7: Modelo de Turismo baseado na Teoria do Caos
 Fonte: MCKERCHER (1999)

Mckercher (1999) destaca que há uma gama complexa de elementos (incluindo organismos públicos, os negócios de viagens, o setor de transporte, as acomodações, atrações, atividades e facilidades) auto organizadas para satisfazer aos viajantes. Além disso inova ao assumir e destacar que há dinâmicas de poder que influenciam o desenvolvimento do turismo. Tal poder pode ser exercido tanto em níveis políticos quanto comerciais, sendo que o mais poderoso ator tenta influenciar a direção do sistema para os seus próprios benefícios.

Por fim, outras perspectivas recentes preconizam uma visão sistêmica mais abrangente que, para além dos elementos centrais (*core system*), explore as outras conexões e interações nos diversos níveis sistêmicos do sistema turístico (do sistema *core* ao sistema do globo terrestre) (FARRELL; TWINING-WARD, 2004; GREN; HUIJBENS, 2012).

3.2 Turismo e o Meio Rural

A atividade de turismo no espaço rural emergiu no cenário brasileiro a partir na década de 80 e vem se fortalecendo. Isso se deu sobretudo porque, a partir da década de 90, a atividade começou a ser vista por agricultores e órgãos públicos como estratégia para o fortalecimento de propriedades e comunidades rurais por meio de novas funções para esses espaços, antes direcionados unicamente a produção primária (TEIXEIRA; SOUZA; WANDSCHEER, 2012).

Segundo Lima Filho et al. (2007) a pequena propriedade agrícola brasileira tem encontrado dificuldade para produzir uma renda satisfatória para o sustento da família. A alternativa mais discutida, segundo o autor, é a diversificação para atividades não agrícolas (CAZELLA; ROUX, 1999; ELLIS, 2000; LIMA FILHO et al., 2007). Ellis (2000) é uma dos autores que corrobora com essa discussão, pois, em seu estudo, mostra que quanto mais diversificadas as fontes de renda (portfólio de atividades) de uma unidade produtiva, maior a proteção contra potenciais riscos e choques (como perda da safra devido à condições climáticas ou flutuações de preços decorrentes da situação do mercado, etc.). Assim, a diversificação é apontada como estratégica para a redução da vulnerabilidade das comunidades rurais.

O fenômeno turístico aparece nesse contexto de pluriatividade/multifuncionalidade em processo de reinvenção das especificidades do espaço rural na esperança (ou promessa) do surgimento de desdobramentos com resultados promissores (QUEIROZ, 2012). Entre as atividades não agrícolas que podem ser desenvolvidas, e estão emergindo, encontra-se o turismo (LIMA FILHO et al., 2007). Autores apontam que o relacionamento entre o turismo e a

agricultura se manifesta de diversas formas, desde iniciativas empreendedoras de agricultores individuais a grandes iniciativas nacionais e estaduais (LANGWORTHY; HOWARD; MAWSON, 2006); e que há um claro e crescente interesse no turismo rural (e suas variantes)³³ tanto por parte de potenciais turistas, quanto por parte dos empreendedores (LANGWORTHY; HOWARD; MAWSON, 2006; QUEIROZ, 2005).

A característica transdisciplinar e multisetorial do turismo permite a valorização dos aspectos naturais, da cultura e da atividade produtiva das comunidades familiares, e estimula, também, a recuperação e conservação da economia do território (QUEIROZ, 2005), mas ainda assim há questões e desafios que devem ser pensados para que as vantagens da pluriatividade possam de fato ser aproveitadas (SCHNEIDER, 2006).

Conforme comentam Joaquim (2001), Krahll (2009), Moletta e Goidanich (1999) e Rodrigues (2001), entre outros, não há definição consolidada e/ou consensual sobre turismo rural devido ao fato deste abarcar diversas atividades e chegar até a abarcar outros tipos de turismo. No entanto, alguns autores se esforçam para delimitar as diversas tipologias do turismo que ocorrem no meio rural com vistas a diminuir as frequentes confusões entre os termos.

Rodrigues (2001) sugere que o turismo rural seja classificado em dois grupos: Tradicional (de cunho histórico) e contemporâneo. O primeiro, turismo rural tradicional, é dividido em três grupos: de origem agrícola, de origem pecuária e de colonização europeia. Já o segundo inclui os hotéis-fazenda, pousadas rurais, *campings* rurais, etc. Uma outra categorização, relativamente bem difundida, compreende uma diferenciação principal inicial: turismo no meio rural *versus* turismo rural. E, em seguida, a diferenciação de turismo rural e suas submodalidades (destacando-se o agroturismo). Na Figura 8 uma síntese é ilustrada.

Figura 8: Modalidades do Turismo no Espaço Rural e Submodalidades do Turismo Rural
Fonte: Elaborado com base em Graziano da Silva, Vilarinho e Dale (2000) e Roque (2001)

³³ Diversas são as possibilidades e denominações do turismo desenvolvido no meio rural. Alguns autores tem se dedicado a discussões para o seu melhor delineamento como Krahll (2009) e Petroman e Petroman (2010), mas não há ainda definição precisa de cada um dos termos (ex.: turismo rural, agroturismo, entre outros), mas alguns serão discutidos mais adiante, neste referencial teórico.

A definição de turismo no espaço rural é mais abrangente. Nela incluem-se todas as modalidades praticadas no meio não urbano (turismo rural, turismo religioso, turismo de aventura, turismo cultural, turismo esportivo, etc.), pode ocorrer em estabelecimento agropecuário ou em outro empreendimento turístico (CAMPANHOLA; GRAZIANO DA SILVA, 2000; KRAHL, 2009; SCHNEIDER, 2006). Turismo Rural a sua vez, segundo Zimmermann (1996, p.02),

[...] é um segmento do turismo desenvolvido em áreas rurais produtivas, relacionado com os alojamentos na sede da propriedade (adaptada) ou em edificações apropriadas (pousadas) nas quais o turista participa das diferentes atividades agropecuárias desenvolvidas nestes espaços, quer como lazer ou aprendizado. Deve ser incluída nesta modalidade, a oferta de produtos naturais de origem.

Por fim, um outro termo bastante confundido com turismo rural é o agroturismo. Essa modalidade é derivada do turismo rural e caracteriza-se por uma interação mais efetiva do turista com a natureza e as atividades agrícolas (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2000; TULIK, 2002, 2003). Compreende

[...] Atividades internas à propriedade, que geram ocupações complementares às atividades agrícolas, as quais continuam a fazer parte do cotidiano da propriedade, em menor ou maior Intensidade. Devem ser entendidas como parte de um processo de agregação de serviços e bens não materiais existentes nas propriedades rurais (paisagem, ar puro, etc.) a partir do “tempo livre” das famílias agrícolas, com eventuais contratações de mão-de-obra externa (GRAZIANO DA SILVA; VILARINHO; DALE, 2000, p.20).

É importante salientar que há autores que discordam dessa maneira e criticam o uso do termo turismo no meio rural como sinônimo ao turismo no espaço rural, como é o caso de Weissbach (2007). Esse autor segmenta o turismo no espaço rural (TER) em três ramificações: Turismo na Natureza (TN), aquele que depende, fundamentalmente dos elementos naturais para a sua ocorrência (inclui várias segmentações como turismo ecológico, ecoturismo, turismo de aventura, entre outros); Turismo em Áreas Rurais (TAR), realizado em ambiente rural que possui infraestrutura específica para acolher o turista (ex. hotéis-fazenda ou *spas* rurais); e Turismo no Meio Rural (TMR), que se vale dos elementos pré-existentes, mas que podem ser adaptados (por exemplo: fazenda-hotel em que a sede da fazenda recebe reparos para receber os visitantes), tendo estreita relação com a identidade rural local e, assim sendo, o aspecto histórico e cultural é fundamental.

Por fim, vale mencionar o conceito “oficial” adotado pelo Ministério do Turismo Brasileiro: “Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (BRASIL; MINISTÉRIO DO TURISMO, [s.d.], p.49).

Independentemente da forma de segmentar ou delimitar as modalidades do turismo que ocorrem no espaço rural, o turismo rural aparece vinculado à atividade agrícola, sendo que alguns autores consideram que o agroturismo é uma modalidade inserida no turismo rural (KRAHL, 2009; ROQUE, 2001) e outros consideram que turismo rural e agroturismo são modalidades “de mesmo nível” do turismo no meio rural (WEISSBACH, 2007). Há, no entanto, certo consenso de que o agroturismo é mais próximo da atividade agropecuária, o interesse do turista está em conhecer as atividades produtivas rurais (agropecuárias e agroindustriais). Já o Turismo rural não necessariamente busca essa interação, mas sua atratividade reside na consideração da identidade rural local e no caráter tradicional do meio rural (WEISSBACH, 2007). Como o agroturismo busca a interação com a rotina rural, nesta proposta entende-se, à princípio, que ele pode ser considerado submodalidade do turismo rural. Entende-se que a rotina rural é intrínseca a identidade rural local.

Há ainda autores que apontam que a discussão quanto as grandes segmentações mercadológicas talvez já não seja tão profícuo, uma vez que o turista busca vivências cada vez mais únicas e nesse sentido, mais segmentadas do que essas categorias. A proposta, mais radical, envolve ultrapassar os espaços e incluir a vida social e individual, com relações interpessoais relacionadas com a cultura e tradições locais (GASTAL; MOESCH, 2007). De todos os modos, para o fim do presente trabalho, o termo a ser adotado é o de turismo no espaço rural, considerando o termo como mais usual e capaz de abarcar submodalidades relacionadas com a ruralidade e outras não conectadas com as atividades agrícolas conforme a proposta da figura 22.

Segundo Langworthy, Howard e Mawson (2006) o crescente interesse no turismo rural se deve a diversas razões que incluem:

- a) A paisagem rural é um significativo ativo turístico;
- b) O turismo rural tem impactos econômicos substanciais nas economias locais e fornecem uma maneira para melhorar as receitas e potencial viabilidade econômica de pequenas propriedades e comunidades rurais;

- c) Turismo e agricultura são grandes negócios em regiões onde a cooperação parece estar em um nível elevado e a promoção do turismo rural como um segmento separado do turismo pode beneficiar ambas as indústrias;
- d) O turismo rural normalmente adiciona valor ao turismo histórico e ecológico ou baseado na natureza;
- e) Mercados de produtores estão atraindo visitantes regionais dispostos a pagar preços *premium* por produtos locais frescos e de qualidade;
- f) O turismo frequentemente adiciona benefício significativo à agricultura local (diversificação das oportunidades locais, viabilidade melhorada, rendas aumentadas) e as hospedagens podem ser uma renda adicional para os negócios agrícolas;
- g) O turismo rural é uma ferramenta excelente para educar a comunidade quanto à importância da agricultura para a economia e qualidade de vida, especialmente quando os residentes de um país tem crescentemente se mudado do meio rural;
- h) O turismo rural pode melhorar o apelo dos produtos locais e adicionar valor à iniciativas de mercado regionais;
- i) A educação e o entretenimento cada vez mais são vistos como uma dimensão importante da agricultura (nos Estados Unidos e Europa);
- j) Os turistas estão cada vez mais interessados na experiência – querendo ver como alguma coisa é feita, comprar comida do produtor, conhecer o produtor de vinho, por exemplo – e essa tendência, frequentemente iniciada por comunidades urbanas desconectadas da agricultura, está crescentemente sendo explorada por vinícolas, produtores de queijo e outras agroindústrias; e propriedades pequenas e diversificadas são ideais para esse tipo de experiência; entre outras questões.

Os autores também salientam que quando o produtor abre a sua porteira aos visitantes, ele deve lidar com questões de responsabilidade, saúde e segurança públicas, por exemplo. E que será necessário um planejamento e talvez até infraestrutura adicional, além de boas vias de acesso e disponibilidade ininterrupta de energia que nem sempre dependem do próprio produtor. Queiroz (2005) complementa essas ressalvas ao expor que, especificamente para o desenvolvimento do turismo rural na agricultura familiar, ainda precisam ser pensadas as questões: a) adequação das legislações turística, sanitária, fiscal, tributária, cooperativista, ambiental, trabalhista e previdenciária; b) infraestrutura básica pública; c) infraestrutura turística de uso coletivo (sinalização, segurança pública, paisagismo, informação turística); d) assistência técnica e extensão rural; e) pesquisa e capacitação; f) financiamento da produção e

da construção ou adequação de estruturas físicas que permitam a recepção e o atendimento ao turista; e g) intercâmbio, monitoria, avaliação e sistema de informações.

Schneider (2006) também salienta que, apesar de suas potencialidades geradoras de emprego, ocupação e renda, o turismo não deve ser encarado como “a salvação da lavoura”. O autor comenta que, ao se encarar o turismo rural deste modo, três questões são relegadas a segundo plano: a) O turismo é uma atividade seletiva. Ao utilizar a expressão *turismo em comunidades rurais* não significa que todas as famílias e unidades produtivas de uma comunidade estejam sendo incluídas. Além disso, requer investimentos e no caso de envolver unidades de pequena escala, fatalmente precisam ser pensados na perspectiva das cadeias de produção (ex. rotas, caminhos, vias, etc.); b) O turismo rural é uma atividade sujeita à sazonalidade e c) o turismo rural pode trazer efeitos inesperados, nem sempre desejáveis, como aumento da jornada de trabalho e redução da privacidade familiar.

3.3 Turismo e Alimentação

Se anteriormente a área rural era vista como fonte de alimentos, atualmente o espaço passou a acolher pessoas em busca de lazer, tranquilidade e até um outro estilo de vida diferente do urbano (BESSIÈRE, 1998; TONINI, 2013). O contexto da produção agropecuária pode trazer um modo de vida e questões culturais particulares. A cultura local determina diversos valores e costumes, entre os quais pode-se destacar os hábitos alimentares que incluem a escolha de ingredientes, forma de preparo e consumo (FAGLIARI, 2005; TONINI, 2013). A gastronomia no meio rural, em seu conteúdo e como parte da cultura tem sido cada vez mais valorizados.

“Se até então o agricultor produzia os alimentos que faziam parte de suas refeições diárias, com a implantação da atividade turística o alimento possui outra importância, alterada também pelas trocas culturais” (TONINI, 2013, p.224). Da mesma forma que o alimento passa a ter outro valor para o produtor, o mesmo também impacta nas percepções e vivência do turista no local podendo até ser uma motivação (principal ou secundária) para a ida ou retorno a um destino (KIVELA; CROTTS, 2006; MARTINS; AMORIM; SCHLUTER, 2012). Hwang, Westering e Chen (2004) comentam que, como um marco identitário de uma região ou como meio de promover os produtos da fazenda, a gastronomia atende as necessidades de consumidores, produtores e outros atores no turismo rural.

Comer faz parte do cotidiano das pessoas, é uma necessidade fisiológica muitas vezes moldada com o fim de obter maior prazer na degustação de um alimento ou refeição (MARTINS; AMORIM; SCHLUTER, 2012). A comida é parte do ambiente psicológico, psico-sensorial, social e simbólico das pessoas. Nesse sentido pode servir como um símbolo de determinadas virtudes; comunicar algo, na medida em que o compartilhamento ou consumo de alimentos pode ser associado a certa situação e significado; denotar certa classe social ou estilo de vida; e servir de emblema de um patrimônio de determinada área ou comunidade. Apesar de o homem se alimentar dos nutrientes dos alimentos, a sua carga de signos, símbolos, sonhos e imaginários evocados pode ser determinante (BESSIÈRE, 1998).

Já é amplamente aceito que a alimentação é um papel inextricável da experiência turística e que muitas vezes pode atuar como motivação principal para viagens. Segundo Everett e Aitchison (2008) há três aspectos principais mencionados quando se discute a relação entre turismo e alimentação. A primeira, e talvez mais explorada, a coloca como fator de geração de divisas. A segunda entende que a oferta gastronômica pode contribuir para a ampliação da estadia do turista. Por fim, a terceira coloca a alimentação como ferramenta de marketing. Contudo os autores mencionam que o seu papel extrapola a questão econômica e pode ser mais bem explorado. A demanda turística atual é complexa, exigente e bem informada. O turista assume um papel de protagonista nos destinos visitados, interessado em um turismo vivencial, de relações interpessoais e, nesses termos, respeitosos com as culturas e tradições locais (GASTAL; MOESCH, 2007).

A gastronomia de um local é conformada não só pelos elementos que se encontram disponíveis no meio, mas também pela sua história e cultura. A alimentação é capaz de mostrar elementos e técnicas aprendidas ao longo de gerações por uma comunidade. López e Martín (2004) destacam que a gastronomia é apreciada não somente por seu próprio valor intrínseco, mas também por seu caráter simbólico na medida em que atua como identificador de povos e territórios. Assim, passa a ser interessante a este turista e não deve ser menosprezada enquanto fator de atração e promoção de um local, bem como potencial fator de fortalecimento de uma identidade particular (KIVELA; CROTTS, 2006). Esse fortalecimento do caráter particular da oferta gastronômica pode passar pela transmissão de receitas tradicionais, criação de escolas de saberes, conservação de modos tradicionais de produção e/ou estabelecimento de signos de proteção como denominações específicas, de qualidade ou de origem (LÓPEZ; MARTÍN, 2004). Com relação a essa última proposta, López e Martín (2004) sugerem que os folhetos turísticos podem se apoderar dos signos destacando-os aos potenciais turistas.

O turismo gastronômico pode ser definido (de forma ampla) como a visitação de produtores primários ou secundários de alimentos, festivais gastronômicos, restaurantes e localidades específicas [...] é o desejo de vivenciar um tipo particular de comida ou o produto de uma região específica. Seja ele entendido como um tipo de turismo de interesse especial (motivação principal) ou associado com outra forma de segmentação (tal como o turismo rural como se tem mencionado no presente trabalho), pode ter um importante papel nos três pilares da sustentabilidade (econômico, social e ambiental). Isto porque pode contribuir ao incremento de receitas, mas também no fortalecimento da identidade regional, sustentação do patrimônio cultural, e impedindo a “homogeneização alimentar” (EVERETT; AITCHISON, 2008).

Promover um produto gastronômico específico, por meio da conservação das técnicas e habilidades, pode levar a ativação (ou reativação) da história, reapropriação do que já foi perdido ou está em processo e também auxiliar a criar, inovar e aceitar mudanças (BESSIÈRE, 1998). A proposta das indicações geográficas, destaca a produção de certos territórios e corrobora com esta proposta de destaque dos atributos gastronômicos regionais.

Esta valorização por meio de indicações geográficas pode ser apropriada e/ou até fortalecida pelo Turismo. Comenta-se que as indicações geográficas tendem a estimular o turismo uma pelo fato de essas auxiliarem no marketing dos lugares uma vez que faz com que as pessoas tomem conhecimento da existência do local (DOGAN; GOKOVALI, 2012; SUH; MACPHERSON, 2007). Neste caso, reputação do produto pode ser utilizada para fortalecer toda a área em questão (TREGGEE et al., 2007).

Vieira, Watanabe e Brunch (2012) comentam que o reconhecimento de uma IG pode ser visto como uma oportunidade de investimento no âmbito do turismo local relacionado à cultura e tradição específica. Destacam que a aprovação de uma IP de uva (goethe) tem levado os produtores e empresários a desenvolver diversas atividades relacionadas ao mesmo tais como hotelaria (hotéis e pousadas), gastronomia (restaurantes, fabricação de outros produtos típicos), enologia e história da imigração italiana.

Há ainda menção de que a competitividade com relação ao produto registrado pode fazer com que seja necessário o desenvolvimento de diferenciais, entre os quais o desenvolvimento turístico em torno do produto e da sua cultura de origem pode ser uma alternativa (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012). Encontram-se também propostas de criação de uma IG para incentivar novas plantações e manter as existentes de um produto agrícola de origem regional valorizado pelos turistas (RAMOS, 2008).

Independente do fator que levou ao desenvolvimento do turismo relacionado à IG, vários autores reportam que o número de visitantes em determinadas regiões cresceu

expressivamente após o registro de indicação geográfica de um produto. São exemplos: Vale dos Vinhedos; Paraty; Priorat e Boseong (LÓPEZ; MARTÍN, 2004; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO et al., 2012; SUH; MACPHERSON, 2007). Há menção também de que o consumo dos turistas pode fazer com que haja elevação da produção e aumento dos preços (DRUZIAN; NUNES, 2012). A valorização de aspectos tais como tipicidade e autenticidade relacionada ao modo de produção, pode também estimular a disciplina quanto a sua manutenção e estabelecimento de padrões de qualidade (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

O incremento da atividade turística decorrente do reconhecimento da IG não beneficia apenas os produtores do bem registrado, mas também cria oportunidades de renda e emprego para outros setores tais como serviços de hotelaria, lojas de presentes, restaurantes e produção de outros produtos tais como geleias, doces, sucos entre outros (DOGAN; GOKOVALI, 2012; DRUZIAN; NUNES, 2012). Essa sustentação de outras atividades pode estimular a permanência e melhoria da qualidade de vida no meio rural (DOGAN; GOKOVALI, 2012). Reporta-se ainda que a região, uma vez que se articula para estabelecer a IG, ganha relativa independência, assumindo responsabilidade sobre o seu desenvolvimento e ordenamento geográfico, que pode incluir designação de áreas para lazer, construção de equipamentos e facilidades para uso turísticos e também de sua população (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

A aliança entre Turismo e Indicação Geográfica propicia o reconhecimento de culturas tradicionais, a valorização da gastronomia típica, produção sustentável de alimentos, proteção dos manuseios artesanais e culturais. É uma união que, ao mesmo tempo, fortalece o turismo interno no País e gera renda, agregando valor às atividades agrícolas, artesanais e agroindustriais, colaborando com a preservação do patrimônio natural e cultural. Essa é uma fórmula para que o agricultor e a agricultora familiar possam perpetuar as heranças das gerações anteriores e ainda modernizar as instalações, impulsionados por mais essa oportunidade de comercialização dos seus produtos (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012, p.380).

As iniciativas de IGs ligadas ao turismo podem ser organizadas de distintas maneiras, tais como: eventos únicos ou periódicos (festivais gastronômicos; semanas temáticas; feiras; eventos culturais etc); iniciativas permanentes de turismo (estabelecimento de rotas temáticas; projetos de degustação e valorização do momento do consumo dos produtos; abertura dos locais de fabricação à visitação; ofertas de cursos etc.); elaboração e publicação de material promocional (brochuras; livros; web sites; dvds; logotipos; slogans etc.); e iniciativas para alvos específicos (treinamento para restaurantes, *blogueiros*, operadores turísticos e outros

formadores de opinião; participação de competições/eleições de produtos da categoria; encontros e degustação especializados; etc.) (DUBEUF; MORALES; GENIS, 2010).

Além disso, em muitos casos produtos com registro de indicação geográfica tornam-se potenciais souvenirs. Isso ocorre não apenas com o artesanato, mas pode incluir objetos de arte, bens industrializados, artigos alimentícios e audiovisuais, entre outros produtos conforme a definição mais ampla de souvenir: “bens adquiridos pelos turistas como forma de se lembrar do espaço visitado e experienciado” (HORODYSKI; MANOSSO; GÂNDARA, 2012). Preconiza-se que o souvenir gastronômico possua identidade diferenciadora, identificação da origem, embalagem adequada e transporte facilitado para que seja capaz tanto de materializar a experiência da visita e prolongar as sensações vividas pelas pessoas após o retorno de suas viagens turísticas quanto permita compartilhar lembranças com outras pessoas e motivar novas viagens. Carrega, portanto, diversos significados relacionados ao destino visitado para o turista e também servindo à divulgação do destino a outros turistas em potencial (HORODYSKI et al., 2014). Tendo em vista a discussão específica pode-se destacar oportunidades referentes ao uso dos produtos com IG como souvenir gastronômico.

Os produtos com indicação geográfica muitas vezes são àqueles que dão ao destino turístico a sua identidade. Assim indica-se um trabalho de comunicação integrada entre território e seus produtores, pois as informações contidas, no rótulo por exemplo ou em um *merchandising* no ponto de venda, podem ser um fator decisivo para a aquisição do produto, e também podem servir à divulgação da região e identidade cultural do território (HORODYSKI et al., 2014).

Nascimento, Nunes e Bandeira (2012) sugerem que o ideal seria que cada IG tivesse um roteiro turístico próprio com suas características regionais destacadas. Ressalvam porém que o que é de fato importante é que a atividade turística, assim como as demais ações do homem sobre o território, seja planejada para evitar impactos negativos e maximizar os positivos. A atividade turística provoca transformações causando impactos físicos, ambientais, sociais e culturais nos destinos em que ela ocorre que devem ser avaliados. Ainda conforme os autores, os efeitos das IGs não são automáticos. Dependem de fatores internos e externos, tais como a organização regional, a presença de instituições de apoio, políticas públicas voltadas para a promoção das IGs entre outras questões.

Além disso, ainda que sejam apontados muitos pontos favoráveis ao uso da gastronomia como atrativo turístico, Cohen e Avieli (2004) ressaltam que o uso turístico da culinária local depende também da produção de uma comida nutritiva, higiênica, acessível e culturalmente aceitável. Estes fatores tornam a oferta de um ou vários produtos um pouco mais delicada e

passam por questões de familiaridade, estranhamento, e influências culturais e biológicas que devem ser consideradas de acordo com cada proposta territorial.

O queijo não é um produto estranho para a maioria das culturas talvez porque seu consumo remonte às civilizações antigas (CASCUDO, 1983; PIRES, 2013). Contudo questões fitossanitárias possuem grande impacto. Assim sendo, o queijo possui algumas particularidades que cabem ser descritas para o melhor entendimento do sistema local em estudo.

3.4 Especificidade e Desafios do Queijo

Segundo a Portaria nº 146, de 1996, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que aprova os regulamentos Técnicos de identidade e qualidade dos produtos lácteos no Brasil, o queijo apresenta a seguinte definição:

Entende-se por queijo o produto fresco ou maturado que se obtém por separação parcial do soro do leite ou leite reconstituído (integral, parcial ou totalmente desnatado), ou de soros lácteos, coagulados pela ação física do calho, de enzimas específicas, de bactéria específica, de ácido orgânicos, isolados ou combinados, todos de qualidade apta para uso alimentar, com ou sem agregação de substâncias alimentícias e/ou especiarias e/ou condimentos, aditivos especificamente indicados, substâncias aromatizantes e matérias corantes (MAPA, 1996).

O queijo é um dos alimentos mais antigos do qual se tem registro (CASCUDO, 1983; PIRES, 2013; SEBRAE; ESPM, 2008). Sua origem é remetida à pré-história (período neolítico – por volta de 10.000 a.C) quando um estado superior de domesticação dos animais permitiu ao homem o aproveitamento dos seus subprodutos (CASCUDO, 1983; DPI/IPHAN, 2014; PIRES, 2013). Não se sabe ao certo a origem do queijo, mas há evidências em diversos locais de que inicialmente o queijo era resultante da coagulação do leite de cabras e ovelhas que “[...] gerou um alimento simples e nutritivo [...]” (DPI/IPHAN, 2014, p.24). Somente séculos depois a domesticação do gado bovino possibilitou a produção do queijo do leite de vaca. Nesse caso há documentos que destacam os egípcios como primeiros povos a realizar tal produção e consumo (DPI/IPHAN, 2014; PIRES, 2013).

Há registros de conhecimento e consumo de queijos entre povos antigos da Índia e entre sumérios do sul da Mesopotâmia. A esses últimos se insinua a entrada da prática queijeira na Europa pelas portas gregas. Essa civilização (grega) criou lendas e mitos que atribuíam origem divina ao queijo (assim como a outros produtos do trabalho do homem), produziu variedades do produto e, reconhecendo suas qualidades energéticas e nutricionais, introduziu o queijo nas

dietas de soldados e atletas, além de servi-lo em festins e em oferendas aos deuses (PIRES, 2013).

Foram os romanos, entretanto, os responsáveis pela disseminação da produção e consumo do queijo durante a construção do seu império (DPI/IPHAN, 2014). O queijo fazia parte da alimentação romana como um todo, da mesa do “[...] nobre e popular, provavelmente durante toda a Antiguidade, compreendendo os períodos da Realeza e da República e todo o Império” (PIRES, 2013, p.19). É de Roma que provêm registros que auxiliam na compreensão da cultura do queijo como sugerem de vocábulos “queijo” e “coalho”, do latim *caesus* e *coagulum* (DPI/IPHAN, 2014; PIRES, 2013).

As técnicas de elaboração do produto sofreram algumas distinções ao longo do tempo e de acordo com as condições (ambientais, tecnológicas, e culturais) encontradas nos locais de produção. Cabe destacar nesse sentido o incremento tecnológico decorrente das descobertas do francês Louis Pasteur quanto à fermentação e pasteurização na segunda metade do século XIX que permitiu a prática de produção de queijo de leite pasteurizado em contraponto ao uso do leite cru (PIRES, 2013). A adição de outros elementos tais como ervas aromáticas, sementes, especiarias, bolores azuis entre outros também possibilitaram o aparecimento de “novos sabores” (SEBRAE; ESPM, 2008).

Mesmo o leite possuindo sabor bastante semelhante, independente da origem animal, o sabor do queijo, sua textura e aromas possuem grande diversificação, variando de tipos de queijo por regiões (HARBUTT, 2010). Atualmente estudos sobre a produção queijeira mundial classificam “dezoito classes de queijo, de acordo com a técnica produtiva, que agregam quatrocentos tipos do produto, em oitocentas denominações distintas” (DPI/IPHAN, 2014, p.25). Há outras matrizes de classificação que englobam cerca de mil espécies de queijo combinando variáveis como “tratamento da massa”, “características de cura” e “consistência” (PIRES, 2013).

A produção de queijos pode se dar de modo industrial ou artesanal. A fabricação industrial do queijo no Brasil é relativamente recente, remontando ao início do século XX. Os processos artesanais, ainda que rudimentares até o final do século XVIII, estão presentes no país desde à época colonial (PIRES, 2013). Quando se trata do produto artesanal no Brasil, e também em alguns outros países latino-americanos, destaca-se que sua produção e consumo são intrinsecamente ligados à história e à forma como o espaço foi apropriado e adequado às necessidades de produção e sobrevivência da população (MENESES, 2006; MENEZES, 2011).

Os colonizadores portugueses introduziram no Brasil o gado bovino e trouxeram consigo a receita do queijo português (tido como ponto de partida que foi adaptado à realidade

local com e gerou alguns dos tradicionais queijos brasileiros, entre os quais se inclui o minas artesanal) (DPI/IPHAN, 2014; LIMA; DOULA, 2012; PIRES, 2013). Com a expansão da pecuária no país (principalmente no Nordeste e no Sudeste, sob a influência das jazidas de minério localizadas na parte central) também se dissemina a produção artesanal do queijo, especialmente para uso interno. O processo é adotado para absorver o excedente da produção do leite, principalmente em regiões de difícil escoamento de gêneros perecíveis (PIRES, 2013).

Especificamente em Minas Gerais, a produção está associada à ocupação do território devido às descobertas do ouro e dos diamantes, no decorrer dos séculos XVII e XVIII. Já em meados do século XVIII, com a formação da bacia leiteira, surge o queijo artesanal com características hoje identificadas no chamado “queijo Minas”. (DPI/IPHAN, 2014; PIRES, 2013). As regiões de mineração coexistiam com uma produção rural diversificada desde o início da ocupação do território do estado. “A produção do queijo era inerente a um sistema de abastecimento alimentar com economia diversificada, onde agropecuária, mineração, artesanato e a prestação de vários serviços constituíam atividades e fontes de renda independentes” (DPI/IPHAN, 2014, p.27). Com o declínio da atividade mineradora, a atividade queijeira ganha expressão econômica autônoma e passa a substituir atividades decadentes e a competir nas economias regionais (PIRES, 2013, p.38). Assim sendo, no sistema alimentar de Minas Gerais, o queijo pode ser considerado um relevante elemento para a economia e a cultura agropastoril dos tempos coloniais até a contemporaneidade.

O dossiê o IPHAN sobre o queijo Minas, destaca que no estado o queijo compõe a culinária bem como é tido como um elemento que favorece a sociabilidade:

Mineiro, quando senta à mesa para tratar de negócios, celebrar amigos, ou conversar fiado com alguém, gosta de fazê-lo em torno de um queijo, que vai sendo consumido enquanto se “joga conversa fora”. Quanto mais a conversa dura, menos queijo vai ficando na tábua, menos questões deixam-se para resolver. Se a mesa está na cozinha da casa melhor, pois a cozinha para a cultura de Minas convida à intimidade, à conversa franca.

A culinária que nasce a partir do queijo artesanal é tão complexa e rica quanto o próprio modo de fazê-lo. Do cotidiano da fazenda ao ambiente domiciliar do consumidor urbano, o queijo frequenta a cozinha e a mesa dos mineiros desde a farofa de rala (feita com o subproduto da grosagem e muitos ovos, como convém à cozinha influenciada pelos portugueses) até o pão de queijo, passando pelas broas de fubá com queijo, cuscuz de mandioca com queijo e não deixando de lado algumas bebidas energéticas como a jacuba (café ralo e fraco ou água doce, com pedacinhos de queijo e farinha de milho), (DPI/IPHAN, 2014, p.45-46)

Em Minas Gerais, foram identificadas algumas regiões queijeiras tradicionais: Serro; Serra da Canastra e Serra do Salitre/Alto Parnaíba/Cerrado (IPHAN, 2008). Nessas regiões o modo artesanal de fazer o queijo de Minas segue um processo semelhante que utiliza o fermento

natural (pingo) recolhido no processo de produção do queijo de leite cru composto pelas seguintes etapas: 1) Ordenha; 2) Adição do coalho; 3) Adição de Pingo; 4) Tempo de Coagulação; 5) Corte da massa e mexedora; 6) Dessoragem, prensagem manual e informação; 7) Viragem e salga; 8) Segunda salga, maturação e acabamento.

Há, contudo, pequenas diferenças entre as regiões relativas ao ambiente e à tradição. No Serro, por exemplo, fazer queijo é uma atividade predominantemente masculina, enquanto nas outras regiões a mulher participa mais ativamente na produção. Há também diferenças na prensagem (com as mãos no Serro e com uso de pano nas demais), no tempo de maturação (14 dias para o Serro e 21 para o Canastra), no acabamento (com ralação ou grosagem no Serro e sem grosagem com lixas nas demais) e nas preferências de consumo (apreciado mais “verde” no Serro) (DPI/IPHAN, 2014).

Há no estado outras regiões queijeiras tais como a Serra da Mantiqueira (queijo d’Alagoa), Campo das Vertentes e Araxá. O mapeamento mais recente da EMATER-MG (2015) reconhece dez regiões produtoras de queijo conforme pode-se observar no mapa 1 que segue.

Mapa 1: Regiões produtoras de queijo no estado de Minas Gerais
Fonte: EMATER-MG (2015)

Em outros estados existem também alguns queijos produzidos e consumidos de maneira contumaz como o serrano e o colonial na região sul; os queijos coalho e manteiga no nordeste; o queijo do Marajó no norte; entre vários outros (MENEZES, 2011; ORENSTEIN, 2013; SANTOS, 2014). Cada um desses queijos possui características e forma de produção particulares. Algumas das quais acarretam em complicadores logísticos e até legais.

Aos queijos artesanais, feitos de leite cru, muitas vezes são impostas barreiras higiênico-sanitárias que dificultam e até impedem a sua produção. “Isso acontece principalmente na Irlanda, no Reino Unido, nos Estados Unidos da América, na Austrália, e no Brasil, que aplica à produção de queijos artesanais uma legislação criada para laticínios industriais” (DPI/IPHAN, 2014, p.26). No Brasil normas federais e estaduais regulamentam a produção do queijo. O arcabouço normativo foi e continua sendo alvo de grande discussão no que tange a produção dos queijos de leite cru. A legislação já foi apontada como uma das principais razões para uma potencial descontinuidade da tradição, restrição da comercialização e para a inviabilidade econômica das famílias produtoras (CRAVO; COTRIM, 2011; LIMA; DOULA, 2012). Além de discussões acadêmicas, suscitou debates acalorados entre governo, fiscais e produtores que instigaram até documentários como “O Mineiro e o Queijo” de Helvécio Ratton.

Tendo em vista o escopo do presente trabalho abaixo são citadas as principais normas componentes do arcabouço normativo federal e do estado de Minas Gerais. O quadro 13 destaca a evolução da norma federal, pois foram algumas dessas mudanças que suscitaram maiores discussões e impuseram maiores restrições e desafios aos produtores do queijo Minas Artesanal. Já o quadro 14 destaca a normativa estadual vigente em Minas Gerais. Nos quadros além de listar as normativas são tecidos breves comentários com relação aos pontos chave de cada uma delas. Vale destacar que a compilação não pretendeu esmiuçar as normas, mas sim destacar as suas principais questões e pequenos avanços (e retrocessos) ao longo do tempo.

Foram destacadas no quadro síntese da normativa federal algumas questões que são alvo de críticas e demandas dos produtores. Percebe-se que duas questões aparecem mais frequentemente como fatores impeditivos: a) a infraestrutura mínima que deve haver em uma queijaria e nos entrepostos de maturação; e b) o período de maturação³⁴ necessário para que a comercialização possa ser realizada legalmente. Com relação ao primeiro ponto há que se

³⁴ O processo de maturação é relevante à questão da segurança alimentar do queijo de leite cru na medida em que nesse processo há uma diminuição da carga microbiana devido à diminuição do volume de água do queijo. Durante esse processo, entretanto, algumas características do produto também se alteram ao longo do tempo, como, por exemplo, intensificação do sal, mudança de textura, coloração, acidez, entre outras. O local onde o processo é realizado também pode influenciar no produto final. Pode haver, por exemplo, bolores e/ou bactérias específicos no ambiente que podem ser interessantes ou contaminar de maneira indesejada o queijo em elaboração.

salientar que durante o processo de adequação das queijarias tradicionais às normas uma das questões que se perdeu foi a possibilidade da produção do queijo em formas de madeira sobre bancadas do mesmo material (SANTOS; MENASCHE, 2011). Ademais foram estabelecidas normas infra estruturais que englobam a separação dos ambientes de ordenha e elaboração do queijo; isolamento da queijaria; instalações hidráulico-sanitárias; armazenamento, entre outras.

Normas Federais	
Lei 1283/1950	Instituiu a obrigatoriedade da inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal. Com relação ao queijo determina que haverá fiscalização nas usinas de beneficiamento de leite, nos entrepostos, nas propriedades rurais e nos comerciantes. Critica-se o tratamento igual dado para a indústria e o pequeno produtor
Decreto 30.691/1952	Aprovou o Regulamento de Inspeção Sanitária de Produtores de Origem Animal (RISPOA) que possui cunho técnico-sanitárias. Entre suas principais questões: <ul style="list-style-type: none"> • Conceitua queijaria como estabelecimento situado em fazenda leiteira destinado à fabricação de queijo minas (artigo 26). • Impõe algumas condições para o funcionamento das queijarias entre as quais destaca-se que “só podem funcionar quando filiações a entrepostos de leite e derivados registrados, nos quais será complementado o preparo do produto com sua maturação, embalagem e rotulagem seu funcionamento só é permitido, para a manipulação de leite da própria fazenda e quando não possa ser enviado para postos de refrigeração” (BRASIL, 1952). • Prevê as variedades do queijo Minas, mas incorre no equívoco da inclusão do subtipo “queijo de coalho (tipo Nordeste: brasileiro)”. • Prevê um tempo de maturação inferior a leis posteriores, questão chave que gerou e gera ainda muitos debates. No artigo 928 apontava um período de maturação mínimo de 8 dias para o queijo de leite cru, já que o mesmo se enquadraria nas demais variedades do referido artigo: “O queijo Minas frescal, de leite, pasteurizado e de massa prensada. só pode ser enviado aos atacadistas a partir do terceiro dia de fabricação, desde que em embalagem especial; as demais variedades só podem ser expedidas para o consumo após oito dias” (BRASIL, 1952).
Decreto 1.255/1962	Modifica o decreto de 52. Com relação ao queijo de leite cru amplia para 10 dias o período mínimo de maturação com a nova redação do artigo 928: “§ 6º O queijo Minas frescal, de leite pasteurizado, só pode ser enviado aos atacadistas a partir do terceiro dia de fabricação, desde que em embalagem especial; as demais variedades só podem ser expedidas após 10 (dez) dias de fabricadas” (BRASIL, 1962).
Lei 7889/1989	Alterou a lei de 1950 no artigo 4º que se refere à competência para realizar a fiscalização. Determina que o responsável é o Ministério da Agricultura no caso de comércio interestadual ou internacional; Secretarias de Agricultura dos Estados no caso de comércio intermunicipal; e Secretarias ou Departamentos de Agricultura Municipais, no caso de comércio local. A burocratização e o esvaziamento do poder fiscalizador do Estado (e desconsideração, portanto, da realidade tradicional) é tida como principal ponto crítico dessa lei.
Portaria 146/1996	Aprovou Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade dos Produtos Lácteos. Traz no final do anexo referente aos queijos a obrigatoriedade de os queijos de leite cru passarem por maturação não inferior a 60 dias . O prazo demasiado longo pode trazer características diferentes das tradicionais (como maior dureza, acidez e amargor) que poderiam influenciar na comercialização. Além disso, a questão da estocagem torna-se um desafio.
Resolução 07/2000 (SDA/ MAPA)	Trata o queijo Minas de leite cru como excepcional e reforça que só poderá ser comercializado após 60 dias de cura em entreposto de laticínios registrado no SIF (Serviço de Inspeção Federal). Assim além do tempo imposto se impõe também a necessidade dos entrepostos.
Decreto 7216/2010	Possibilita que, além da União, Estados e Municípios, outras entidades possam atuar na fiscalização desde que sejam reconhecidas pelo MAPA. Além disso, permite aos Estados e Municípios editar normas específicas com relação às instalações, equipamentos e práticas em estabelecimentos agroindustriais de pequeno porte.

Instrução Normativa 57/2011	Considerada um avanço parcial em prol dos produtores do queijo artesanal, pois permite a maturação por um período inferior a 60 dias quando estudos técnico-científicos comprovarem que tal redução de tempo não compromete a qualidade e a inocuidade do produto. Além disso, favorece regiões com indicação geográfica na medida em que coloca que destaca no Art. 2º “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 certificada ou tradicionalmente reconhecida e em propriedade certificada oficialmente como livre de tuberculose e brucelose, sem prejuízo das demais obrigações dispostas em legislação específica” (BRASIL, 2011b). O avanço é considerado parcial pois os estudos técnico-científicos devem ser efetuados por comitê técnico-científico designando pelo MAPA o que torna os produtores restritos aos laboratórios credenciados (2 em Minas Gerais) e restringe a produção às regiões com IG ou tradicionalmente reconhecidas (deixando as demais regiões do próprio estado e do país ilegais caso produzam queijos com maturação inferior aos 60 dias).
Instrução Normativa 30/2013 ³⁵	Revoga a Instrução 57/2011, mantendo o período inferior aos 60 dias para queijos de leite cru provenientes de queijarias situadas em região de indicação geográfica ou tradicionalmente reconhecidas. Atribui a definição do prazo (que não compromete a qualidade e a inocuidade) à avaliação dos estudos pelo órgão estadual e/ou municipal de inspeção industrial e sanitária reconhecidos pelos Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal – Sisbi/POA.
Instrução Normativa 16/2015	Estabelece normas específicas de inspeção e a fiscalização sanitária de produtos de origem animal, referente às agroindústrias de pequeno porte ³⁶ . Representa um avanço na medida em que faz uma diferenciação na fiscalização dos estabelecimentos de pequeno porte retirando-os do RISPOA geral que se aplica nas grandes plantas fabris. Grande parte dos produtores de queijo artesanal tem pequeno porte e poderia ser enquadrado como microempreendedor rural. Havendo esse enquadramento a fiscalização será impactada por ato complementar referente ao processamento de leite ou seus derivados dos estabelecimentos agroindustriais de pequeno porte cuja publicação está prevista em parágrafo único final da instrução normativa para sessenta dias após a publicação da IN.

Quadro 13: Evolução da Normativa Federal com relação aos Queijos de Leite Cru

Fonte: Elaborado com base em BRASIL (1950, 1952, 1962, 1989, 2011b, 2013b, 2015); Ferreira (2013); IMA (2015a); Lima e Doula (2012) (Grifo Nosso).

Com relação ao segundo ponto-chave, não fica claro nas normas federais a razão de determinados períodos de maturação terem sido incorporados à lei. Ferreira (2013) reporta à excessiva cautela do legislador o salto dos iniciais oito dias de maturação da lei de 1952 aos sessenta da legislação dos anos 90. A questão suscitou tamanho descontentamento e desalinhamento com as possibilidades dos produtores que já no início dos anos 2000 o governo de Minas Gerais estabeleceu em suas normas a possibilidade de maturação por um período menor (como aponta-se no quadro 14) enquanto no âmbito federal somente quase dez anos depois essa possibilidade foi prevista. Nesse intervalo houve o reconhecimento do modo

³⁵ Cabe destacar que no site do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA, 2015a) não encontra-se listada essa normativa. Reportando-se à normativa de 2011 como a vigente.

³⁶ “§ 2o Entende-se por estabelecimento agroindustrial de pequeno porte de produtos de origem animal o estabelecimento de agricultores familiares ou de produtor rural, de forma individual ou coletiva, com área útil construída de até 250m² (duzentos e cinquenta metros quadrados), dispondo de instalações para: I - abate ou industrialização de animais produtores de carnes; II - processamento de pescado ou seus derivados; III - **processamento de leite ou seus derivados**; IV - processamento de ovos ou seus derivados; e V - processamento de produtos das abelhas ou seus derivados (BRASIL, 2015).”

artesanal de fazer o queijo de Minas como patrimônio imaterial brasileiro (em 2008) que acrescenta contradições a esse cenário, pois

Se por um lado o produtor tem conhecimento de que o seu produto é um patrimônio nacional, o que, teoricamente, lhe garantiria alguns benefícios em função desse estatuto, por outro lado há outra legislação que não o contempla e nem reconhece suas especificidades enquanto produtor rural artesanal, exigindo-lhe comportamentos e mentalidades industriais. O produtor se vê diante de normas inadequadas à sua realidade, portanto inatingíveis em termos práticos, o que resulta no difícil dilema entre agir fora da lei ou restringir a produção a um mercado majoritariamente local (LIMA; DOULA, 2012, p.192).

Tal fato fez com que durante todo esse período, o queijo artesanal mineiro com menor tempo de maturação fosse ilegal fora do estado. Isso, segundo Melo e Silva (2014) limita o consumo do produto nos grandes centros consumidores, pois os supermercados e o varejo legalizado não se arriscam a comprar o queijo “informal”. A normativa de 2013 tornou a legalidade mais factível, mas a imposição da implantação dos centros de maturação (entrepósitos) ainda se faz desafiadora devido à questões culturais, bem como características de cada região e produto (MELO; SILVA, 2014). A mais recente instrução normativa, nº 16 de junho de 2015 (BRASIL, 2015), separa o pequeno produtor do grande e prometia regras específicas para a fiscalização da agroindústria de pequeno porte da cadeia produtiva do leite para o final de agosto de 2015. Não se sabe ainda quais serão as normas, mas certamente devem ser influenciadas pelos debates que tem ocorrido em todo território brasileiro e, sobremaneira, no estado de Minas Gerais que serão descritos brevemente adiante nessa seção.

No âmbito do estado de Minas Gerais as leis que versam especificamente sobre o Queijo Minas Artesanal foram criadas inicialmente com o fim primeiro de tirar os queijos de leite cru da “clandestinidade” (DPI/IPHAN, 2014). Ademais o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), responsável pela execução das políticas públicas de defesa sanitária (animal e vegetal) do estado, além da inspeção de produtos de origem animal, certificação de produtos agropecuários, entre outras funções (IMA, [s.d.]), estabelece algumas portarias que são listadas no quadro 14 adiante.

A legislação federal e mineira cumpre seu papel primordial, de orientar e cobrar que os produtores ofereçam um produto apto ao consumo, entretanto falhas na adoção das boas práticas de fabricação (BPF), durante o processamento, armazenamento, transporte ou comercialização ainda ocorrem. As principais razões apontadas para essa falta de qualidade dos queijos referem-se ao uso de leite contaminado; ao fato de o gado brasileiro não estar livre de doenças infectocontagiosas; e práticas ou utensílios questionáveis (CRAVO; COTRIM, 2011). As

portarias do IMA e outros manuais disponibilizados pela organização, em especial, fornecem instruções detalhadas aos queijeiros.

Normas do Estado de Minas Gerais.	
Lei 14.185/2002	Dispõe sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal. Avançou no sentido de proteger a tradição queijeira do estado mantendo o mesmo grau de exigência com relação aos níveis microbiológicos, mas inovando ao reduzir o período de maturação mínimo de 60 dias (da legislação federal vigente na época) para 21 dias (no caso dos queijos da Canastra, Araxá e Cerrado) e 14 dias (queijo do Serro) com base em pesquisas científicas.
Lei 19.492/2002	Dispõe sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal e dá outras providências.
Decreto 42.645/2002	Aprova o regulamento da Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção de Queijo Minas Artesanal.
Portaria 517/2002	Estabelece normas de defesa sanitária para rebanhos fornecedores de leite para produção de queijo minas artesanal.
Portaria 518/2002	Dispõe sobre requisitos básicos das instalações, materiais e equipamentos para a fabricação do queijo minas artesanal.
Portaria 523/2002	Dispõe sobre as condições higiênico-sanitárias e boas práticas na manipulação e fabricação do queijo minas artesanal.
Decreto 44163/2005	Institui o Minas Leite - programa estadual da cadeia produtiva do leite e dá outras providências. Com relação ao queijo minas artesanal menciona apenas o objetivo de promover o cadastramento e a certificação do queijo minas artesanal.
Portaria 18/2006	Baixa o regulamento técnico de produção do queijo minas artesanal e dá outras providências. Estabeleceu nos anexos: regulamento técnico de auditoria de conformidade com critérios classificados como obrigatórios, recomendados, proibidos ou permitidos com restrição; normas para o funcionamento de centros de distribuição; procedimentos para coleta de amostra; regras de rotulagem; entre outros documentos-guia.
Decreto 44.864/2008	Altera o regulamento da Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção de Queijo Minas Artesanal
Lei 19492/2011	Altera dispositivos da lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção do queijo minas artesanal e dá outras providências.
Lei 20549/2012	Dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais.

Quadro 14: Arcabouço normativo referente ao queijo Minas Artesanal do estado de MG

Fonte: Elaborado com base em IMA (2002a, 2002b, 2006, 2015a) e MINAS GERAIS (2002a, 2002b, 2005, 2008, 2011, 2012).

Apesar de apontarem “boas práticas de produção”, as portarias do IMA são consideradas rigorosas (LIMA; DOULA, 2012). Há nelas um grau de especificidade que impõe desde requisitos à matéria-prima (com listagem da vacinação necessária aos animais leiteiros e demais controles a serem realizados na propriedade)³⁷, passando pelo procedimento (como de higienização e vestuário dos envolvidos), até quais as áreas o material de acabamento das instalações da queijaria. O IMA também estabelece por meio de portarias e identificação de certas microrregiões como produtoras de queijos específicos (até o momento: Serro, Araxá, Alto Parnaíba, Canastra, Campo das Vertentes, e Triângulo Mineiro).

³⁷ É importante observar que a obrigatoriedade da produção do leite na propriedade também existe na legislação estadual.

A discussão com relação à produção e comercialização dos queijos de leite cru são ainda intensas. Alega-se que as leis tratam com mesmo rigor a grande indústria e os pequenos produtores com conhecimentos ancestrais o que inviabilizaria a produção tradicional em pequena escala. Houve um grupo de trabalho do MAPA dedicado aos queijos, dentro da Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Leite e Derivados, de 2012 a 2014, cujo relatório final de encerramento apontou entre as principais conclusões a necessidade de criação de um marco legal para os produtos artesanais do Brasil. Há ainda discussões no âmbito do movimento *Slow Food*, das associações de produtores, e até em grupos de redes sociais (como o grupo “Queijo Artesanal de Leite Cru” do *facebook* que possui mais de 850 membros – incluindo produtores, comerciantes e consumidores - ou o grupo “#salveoqueijoartesanal” do *whatsapp* que possui mais de 70 membros e é *spin off* do primeiro³⁸).

A demanda por um marco regulatório próprio e específico ao queijo artesanal já começa a ser materializada. A Associação dos Produtores do Queijo Canastra, em parceria com outras entidades, redigiu uma “Proposta de Marco Legal para os Queijos Artesanais Brasileiros” (APROCAN, 2015) e o submeteu a debates no Encontro Nacional de Queijos Artesanais realizado no início de junho de 2015 Minas Gerais com a presença de representantes do MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), do IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária), de pesquisadores, produtores, entre outros.

O novo regulamento proposto não exige o produtor de queijo artesanal das boas práticas de fabricação e do controle da sanidade animal, mas propõe “uma solução customizada e verdadeiramente federativa” à questão da legalidade do queijo artesanal. Ainda não se pode verificar resultados concretos e é importante destacar que ainda se trata de uma proposta inicial que pode ou não ser acatada pelo poder público e que, mesmo que acatada, pode sofrer diversas alterações. Desse modo não se faz prudente discutir o seu conteúdo de forma mais aprofundada.

Há que se ressaltar existem interesses diversos envolvidos entre os quais destaca-se o dos grandes laticínios, dos comerciantes, e dos produtores. Muito provavelmente é um dos produtos agropecuários que mais gera impasses, pois o queijo artesanal possui características e tradições singulares que precisam ser levadas em consideração para evitar que haja uma contradição legal entre as políticas de preservação e valorização do patrimônio e a de sanidade agropecuária.

³⁸ A verificação da quantidade de membros dos grupos foi feita em março de 2015.

4 Aspectos Metodológicos

O trabalho se propôs a analisar as indicações geográficas e o seu potencial turístico como instrumentos de fomento ao desenvolvimento territorial. Especificamente busca-se compreender o sistema territorial conformado pela implementação de uma indicação geográfica, verificando as instituições existentes, suas relações e causalidades. O presente capítulo dedica-se a explicar e justificar as escolhas metodológicas definidas para a consecução dos objetivos propostos. Assim sendo, se inicia com a descrição da tipologia da pesquisa; em seguida se expõe a abordagem teórico-metodológica e os instrumentos de coleta e análise de dados decorrentes desta; por fim, o caso escolhido para análise é descrito brevemente.

4.1 Tipologia da Pesquisa

Tendo em vista os objetivos propostos, a pesquisa pode ser caracterizada tanto como exploratória quanto como descritiva. Descritiva por fazer uma descrição das instituições e processos existentes na realidade estudada. Exploratória por verificar a percepção de alguns dos atores e sua articulação. Conforme Gil (2002), as pesquisas exploratórias colaboram para descrições precisas, aclaram e ajudam a modificar conceitos e ideias, facilitando verificação de relações entre os elementos estudados, por meio do estudo do material bibliográfico e documental a que o pesquisador tem acesso. Já as pesquisas descritivas buscam descrever uma realidade, especificando propriedades, características e traços importantes de uma questão estudada sem nela interferir (APPOLINARIO, 2012; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Opta-se pelo uso do método de estudo de caso, pois, entre as diferentes aplicações do estudo de caso está “explicar supostos vínculos causais em intervenções da vida real que são complexos demais para as estratégias experimentais ou aquelas utilizadas em levantamentos” (YIN, 2001, p.34). Além disso, o autor aponta que esse método é adequado para responder a perguntas do tipo “como” e “por que”, principalmente quando o pesquisador não possui controle sobre as diversas variáveis e acontecimentos inerentes a realidade estudada. O foco se encontra em fenômenos contemporâneos inscritos em algum contexto da vida real.

A proposta vale-se da abordagem quali-quantitativa. Preponderantemente qualitativa por entender que o olhar mais abrangente decorrente desse tipo de abordagem pode permitir

uma identificação, descrição e análise das relações de forma mais completa e próxima da realidade (FEROLLA, 2013). Será norteadada pelo enfoque sistêmico uma vez que se entende que o desenvolvimento regional é uma questão complexa resultante de relações entre diversos atores, processos e ambiente. Assim sendo, tal abordagem e sua instrumentalização será um pouco mais detalhada nas seções que seguem.

4.2 Abordagem teórico-metodológica

A prática de “*policy analysis*” de pautar os estudos em variáveis dependentes e independentes a serem testadas com vistas a redução da complexidade, pode se mostrar “embaraçosa e inadequada” a boa parte dos casos empíricos (FREY, 2000, p.217). Isso se dá principalmente pelo fato de o Estado ser invariavelmente confrontado por demandas sociais complexas, relações ambíguas e interesses conflitantes que exigem, consequentemente soluções completas e articuladas entre as diversas instituições que as endereçam (FEROLLA, 2013). “Sistemas” representam uma maneira útil de estudar a atividade humana auxiliando a entender como os processos acontecem e como podem responder a mudanças no ambiente (KIRK, 1995). Assim sendo, a proposta desse trabalho opta por uma abordagem sistêmica de pesquisa propondo-se a lançar luz sobre o “conjunto de elementos em interação” (BERTALANFFY, 1977) que se organiza em torno das indicações geográficas.

Segundo a proposta da Teoria Geral de Sistemas, esses são formados por unidades independentes interagentes organizadas com vistas a alcançar um objetivo comum. Em geral, para se tornar mais clara essa definição, se propõe o uso de três elementos fundamentais: subsistemas (elementos que são parte do todo, mas que existem e possuem identidade própria por si mesmo); relações (que fazem com que o todo, seja maior do que a soma das partes); e propósito (CAPRA, 2008; DONAIRES, 2006). Sendo o sistema maior do que a soma de seus elementos, a proposta da “Teoria dos Sistemas” se preocupa em entender a organização (relações transformadoras e auto-organizantes) que torna isso possível (TERRA; PASSADOR, 2015). Muitas vezes o sistema é ilustrado como um processo de transformação dotado de entradas, operações do processo e saídas ou ainda é matematicamente delineado (CAPRA, 2008).

O conhecimento sistêmico recebeu contribuições de diversas áreas ao longo do tempo tendo a biologia grande destaque nesse contexto. Contudo, da cibernética advém a noção de ciclo e complexidade particularmente relevante ao presente trabalho (ASHBY, 1956; CAPRA,

2008; COTA JÚNIOR, 2008; TERRA; PASSADOR, 2015). A ideia de ciclo decorre dos laços de realimentação que seriam responsáveis pela manutenção da autorregulação, do equilíbrio dinâmico inerente ao sistema (ASHBY, 1956). Os fenômenos são vistos como interligados entre si, por transferência de energia e relações de causa e efeito, a imagem resultante é a de cadeias de causalidade complexamente ramificadas e com mecanismos de realimentação (*feedbacks*) (ASHBY, 1956; BATESON, 1967).

O enfoque sistêmico possui duas linhas de pensamento principais atualmente: a “*hard*” e a “*soft*”. A primeira, mais antiga, se baseia na engenharia de sistemas e entende o mundo como sistêmico. Nessa perspectiva essa palavra (sistema) é utilizada apenas para rotular algo que se acredita existir no mundo. Já na proposta “*soft*”, é o processo de indagação sistêmico. O mundo é entendido como muito complexo, mas que pode ser organizado como um sistema de aprendizagem. “Sistema” passa a designar o processo como se lida com o mundo. Enquanto a abordagem “*hard*” pode ser apropriada para questões técnicas bem definidas, a “*soft*” é mais apropriada nos casos de situações complexas, confusas envolvendo pessoas e sua cultura (CHECKLAND; WINTER, 2006; CHECKLAND, 2000; COTA JÚNIOR; FREITAS; CHENG, 2007; COTA JÚNIOR, 2008; KIRK, 1995).

A presente proposta abordou um cenário permeado de questões sociais, culturais, históricas e relações que permitiram o planejamento e implementação de uma indicação geográfica, bem como o seu uso e desenvolvimento. Assim sendo, foi utilizada uma abordagem sistêmica “*soft*”, por meio de uma série de fontes de dados que serão descritas com maior detalhamento à continuidade.

4.3 Coleta e Análise de Dados

Há diversas possibilidades metodológicas no âmbito sistêmico. Entre essas pode-se citar: Pesquisa Ação; Metodologia Cibernética; Sistemas Indagadores; Planejamento Interativo; SAST (*Strategic Assumption Surfacing and Testing*); SODA (*Strategic Options Development and Analysis*); CHSP (*Critical Heuristic of Social Planning*); CST (*Critical Systems Thinking*); Administração Evolutiva; SSM (*Soft Systems Methodology*); e VSM (*Viable System Model*) (MARTINELLI; VENTURA, 2006).

Diante das características da proposta optou-se pela *Soft Systems Methodology* (SSM) proposta por Peter Checkland nos anos 70 e aperfeiçoada ao longo dos anos subsequentes (CHECKLAND, 2000). A SSM não se refere a uma técnica de pesquisa rigidamente

estruturada. Antes de tudo, trata-se de uma metodologia, princípios e pressupostos norteadores (baseados no pensamento sistêmico) que se fazem adequados diante de uma situação complexa pouco ou nada estruturada. Isso é, principalmente quando a realidade pesquisada envolve questões psicológicas, sociais e culturais (CHECKLAND; WINTER, 2006; CHECKLAND, 2000; CHECKLAND et al., 2000).

A SSM possibilita a compreensão e facilita a intervenção por meio do mapeamento da situação a partir de uma perspectiva empírica e outra teórica e do confronto de ambas (FEROLLA, 2013). O foco foi descritivo-reflexivo e o objetivo maior é possibilitar um melhor entendimento da realidade apresentada como problema. Essa abordagem da SSM é prevalente na grande complexidade que caracteriza o setor público e questões do interesse público (CHECKLAND, 2000). Além disso, mesmo que o foco, nesse caso, seja na apreensão da situação, é possível chegar, por meio de tal aprendizado, à recomendar ações e mudanças para a situação (CHECKLAND, 2000).

A SSM tem como mérito a proposta de auxiliar a formular e resolver problemas complexos, com vários *stakeholders* e consequentemente visões de mundo envolvidos. Busca verificar quais as características essenciais do sistema, como se encontram e quais as potenciais mudanças sistêmicas culturalmente desejáveis (GONÇALVES, 2006; PAULA; CAVALCANTI, 2006).

A primeira proposta da SSM englobava sete passos e era mais rígida na sua execução linear. Essa estrutura norteou uma série de pesquisas³⁹, porém limitava (muitas vezes por erros de interpretação) a apreensão da complexidade a que se propunha. Contudo, Checkland (2000) reviu a proposta e a modificou propondo um ciclo de investigação e descoberta/aprendizagem adaptável. O ciclo pode ser sintetizado em atividades principais:

- 1) *Identificação/Mapeamento do problema*, com as suas questões culturais e políticas. Nessa etapa o autor sugere a criação de “figuras ricas”⁴⁰, ilustrações por meio das quais pode-se obter uma compreensão holística (construída sob uma visão de mundo

³⁹ Checkland (2000) menciona mais de 100 artigos e pelo menos 4 capítulos de livros. Acredita-se que esse número seja ainda superior, pois poderiam haver trabalhos não conhecidos pelo autor na época.

⁴⁰ O termo “figura rica” é o termo utilizado para designar as representações gráficas livres realizadas com o fim de se expor os entendimentos individuais com relação a situação-problema. Nesse processo é possível que haja a formação de ideias, além disso a visualização de relações e conflitos pode ser facilitada. O exercício é sugerido tanto ao pesquisador quanto aos envolvidos na situação investigada. Não há regras rígidas para essa etapa, pois é necessário que os construtores tenham liberdade para destacar os aspectos que considerarem mais relevantes. O autor menciona que a figura rica pode ser utilizada até para auxiliar na identificação da situação a ser pesquisada. Contudo propõe-se que o mapeamento contemple os atores envolvidos no cenário e as relações estabelecidas entre eles.

particular) das relações e atores dentro do sistema. Para essa modelagem, a ferramenta CATWOE⁴¹ pode servir de auxílio.

- 2) *Construção de Modelos com Intencionalidades*⁴². Sugere-se a elaboração de modelos conceituais que abarquem as atividades-chave do sistema e suas interconexões baseadas em situações desejáveis com base na realidade e na teoria.
- 3) *Questionamento Instrumental*. Se refere ao momento de debate da situação. Envolve a seleção de modelos do sistema que possam ser comparados, relacionados e discutidos, visando a melhoria da realidade em si. Requer a comparação dos modelos conceituais e práticos. Qualquer proposta nessa etapa deve se valer de argumento culturalmente viável e desejável a realidade particular;
- 4) *Propostas de Ação ou Melhorias*. Segundo o autor, há dois focos principais nas pesquisas que se valem da SSM: uma é baseada na ação a ser melhorada e outra no entendimento da situação. A compreensão da situação complexa pode levar à interferência na realidade, mas isso nem sempre ocorre.

Foi esse ciclo o utilizado como pano de fundo para o uso das diversas ferramentas de pesquisa durante o estudo de caso. A proposta pode ser adaptada a cada situação, podendo haver alterações na ordem de execução das etapas ou até mesmo a opção por executar apenas parte dessas (CHECKLAND, 2000). Na figura 9, o ciclo proposto pelo autor é ilustrado.

Figura 9: O ciclo da *Soft System Methodology*

Fonte: Tradução de Checkland (2000, p.S16)

⁴¹ CATWOE é um termo mnemônico que se refere a um instrumento que busca assegurar que os elementos essenciais estejam contidos na modelagem da situação problema. A proposta é mais bem explicada mais adiante, ainda na presente seção.

⁴² Segundo a proposta do autor, os sistemas só têm sentido se analisados diante de objetividades declaradas, conforme comentado anteriormente. A proposta então é a de se formular “*relevant purposeful activity models*” (CHECKLAND; WINTER, 2006; CHECKLAND et al., 2000).

O ciclo proposto pressupõe o entendimento do mundo como uma complexidade de relações a serem explorados por meio de modelos de atividades propositas baseadas em visões de mundo explicitas (CHECKLAND, 2000). Qualquer proposta para o sistema deve, portanto, considerar as várias versões da situação que podem envolver a existência de interesses conflitantes. Além disso, o processo de questionamento e aprendizagem do SSM pode ser executado e reexecutado inúmeras vezes uma vez que a sua evolução é constante.

Foram utilizadas várias técnicas para a coleta dos dados, pois “o poder diferenciador do estudo de caso é sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências” (YIN, 2001, p.27). Optou-se especificamente pelo conjunto: revisão teórica; revisão integrativa; observação direta, análise documental, entrevista em profundidade; e aplicação de questionários. Alguns instrumentos foram utilizados para mais de um propósito. À continuidade são explicitadas as várias etapas de coleta de dados e suas finalidades.

4.3.1 Revisão Bibliográfica

A revisão teórica que baliza o presente estudo foi realizada de duas maneiras. A primeira, não sistematizada, contemplou livros, artigos, teses e dissertações escolhidos conforme a acessibilidade ao material, indicações e menções em trabalhos previamente acessados. Essa etapa serviu para fornecer uma compreensão geral com relação às Políticas Públicas e à Propriedade Intelectual, mais especificamente às indicações geográficas como instrumento para diversos fins entre os quais inclui-se o desenvolvimento territorial. Além disso, buscou aclarar a que se refere o Turismo e as potenciais interfaces das IGs com o mesmo.

Para a consecução do primeiro objetivo específico também se delineou uma revisão teórica de forma sistematizada e integrativa visando analisar as funções e impactos das indicações geográficas descritas nos estudos brasileiros. Uma vez que a legislação do país apresenta algumas diferenças com relação à de outros países além de haver um ambiente particular. A revisão integrativa, além de traçar uma análise sobre o conhecimento já produzido, permite a geração de novos conhecimentos por meio da integração dos conceitos, opiniões e ideias sistematicamente e criticamente analisados (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011; MENDES; SILVEIRA; GALVÃO, 2008). A revisão integrativa foi realizada com base nos documentos expostos da base de dados “Periódicos CAPES” e contemplou um total de 26 Artigos. No Apêndice B se expõe os termos utilizados nas buscas e os resultados decorrentes

de cada termo, bem como são listados os trabalhos analisados. A categorização disposta na síntese final foi definida a posteriori com base na leitura dos textos.

Ambas as revisões teóricas realizadas serviram para balizar a elaboração de alguns instrumentos de coleta de dados (roteiro de entrevistas e questionários), bem como foram utilizadas na síntese dos resultados em categorias analíticas. A seguir comenta-se como foram realizadas as entrevistas e observações, etapas desenvolvidas logo depois da revisão.

4.3.2 Entrevistas

Uma vez realizada a revisão teórica, procedeu-se a ida ao campo de pesquisa. Foram realizadas duas visitas na região nas quais diversos atores locais foram entrevistados, conforme descrito adiante. Além das entrevistas no local de pesquisa, percebeu-se diante dessas que era importante contemplar elos pertencentes ao sistema, mas localizados fora de seu território. Assim, foram realizadas entrevistas pessoais também nas cidades de Belo Horizonte e São Paulo, junto a donos de lojas especializadas em queijos brasileiros; e na cidade de Diamantina, junto a pesquisador que trabalha com o queijo do Serro e conhece a realidade da região.

A primeira visita à região foi realizada entre os dias 24 e 28 outubro de 2014. Na ocasião foram realizadas entrevistas não estruturadas com alguns tópicos norteadores para reconhecimento da realidade local. Buscou-se verificar o conhecimento sobre indicações geográficas; como foi o processo de reconhecimento e o seu uso atual, bem como os envolvidos e o tipo de envolvimento nesse processo; e ações ou intenções com relação ao Turismo. A abordagem dessa visita contemplou a perspectiva dos produtores e da associação detentora do registro da indicação geográfica, pois por ser um período de ponto facultativo não houve disponibilidade de representantes do poder público que foram contatados (Secretário de Turismo e Cultura e EMATER). Foram entrevistados o presidente da APAQS e dois produtores de queijo, sendo um considerado modelo em termos de certificações e que busca o uso do registro existente e outro não certificado e sem muito interesse no uso do registro ou aumento da produção.

A segunda visita à região foi realizada em abril de 2015, no período de 15 a 19. Nessa ocasião foi feita nova entrevista com o presidente da APAQS; e entrevistas: com o presidente da COOPERSERRO; com o Secretário de Turismo e Cultura; com dois técnicos da EMATER Serro; um produtor do município do Serro; e 2 produtores do município de Materlândia.

As entrevistas com os produtores e a primeira entrevista com o presidente da APAQS foram realizadas de forma não estruturadas para permitir a customização a cada participante, transmitindo empatia, favorecendo o entendimento das perguntas e possibilitando uma liberdade na resposta que poderia refletir em maior riqueza de dados (COOPER; SCHINDLER, 2003). Ainda assim, havia um roteiro temático aberto e flexível (Apêndice C). Os contatos dos produtores foram passados pelo presidente da APAQS e pelos técnicos da EMATER. Em todos os casos houve contato telefônico por parte do apresentador informando com relação a visita da pesquisadora. Todas as conversas com os produtores ocorreram nas propriedades, com a apresentação da infraestrutura e, em alguns casos durante o processo de produção do queijo. Todas as visitas levaram pelo menos uma hora, sendo que em um dos casos passou-se uma manhã toda na propriedade e em outro houve pernoite e se passou o dia inteiro vendo as diversas etapas do processo.

Foram visitadas 6 propriedades rurais, pois a propriedade do Sr. Jorge Simões (presidente da APAQS) também foi visitada. Cabe mencionar que as seis propriedades possuem características bem distintas com relação à produção de queijo e o posicionamento de seus proprietários ante à exigência de cadastramento no IMA e quanto ao registro de indicação de procedência. As suas opiniões são expostas com o uso de legenda⁴³ para preservá-los, entretanto cabe uma breve caracterização para melhor compreensão do contexto das falas eventualmente expostas (quadro 15).

Pseudônimo	Público-alvo da Produção	Cadastro no IMA	Conhece o termo IG	Atitude com relação à IG
Produtor A	Consumo próprio	Sim	Sim	Favorável
Produtor B	Consumo próprio	Não	Não	Desfavorável
Produtor C	Venda Regional	Não	Sim	Desfavorável
Produtor D	Venda à Queijeiro	Sim	Não	Indiferente
Produtor E	Venda Nacional	Sim	Sim	Favorável
Produtor F	Venda Nacional	Em andamento	Sim	Favorável

Quadro 15: Caracterização dos Produtores Entrevistados

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

As entrevistas realizadas na segunda visita com o presidente da APAQS e COOPERSERRO; Secretário de Turismo e Cultura do município do Serro – MG e Técnicos da EMATER foram norteadas por roteiro semiestruturado dispostos no apêndice D (D.1 a D.3).

⁴³ Cabe destacar que nenhum dos entrevistados solicitou anonimato, assim opta-se pela valorização dos sujeitos com a sua nominação no quadro 16. Nas descrições das suas menções, contudo, optou-se pelo o uso de legendas para os produtores devido ao fato destes serem os atores mais diretamente envolvidos e cujas opiniões poderiam gerar conflitos não desejáveis dentro do sistema. Ademais uma breve descrição (como seria necessário ao trabalho) já possibilitaria a identificação dos demais respondentes.

Esse roteiro de entrevista buscou compreender quais as instituições existentes no sistema e suas relações; a existência de mudanças positivas e/ou negativas decorrentes do processo de registro da indicação de procedência; e as relações do produto registrado com o turismo.

Por fim, após a segunda visita, foram realizadas entrevistas com um membro da comunidade acadêmica (em Diamantina) e três proprietários de lojas especializadas em produtos artesanais, em específico o queijo (sendo uma em Belo Horizonte e duas em São Paulo). Essas entrevistas foram norteadas pelos roteiros dispostos no Apêndice D (D.4 e D.5).

A listagem completa dos entrevistados é exposta abaixo, no quadro 16:

Entrevistado	Instituição/Função
Jorge Brandão Simões	Presidente APAQS
Carlos Silveira Drumont	Presidente da COOPERSERRO
Eduardo Melo	Produtor de Queijo
Adilson Cirino Carvalho (Chokitu)	Produtor de Queijo
Pedro Farnesi Neto	Secretário de Turismo e Cultura do Serro
Manoel Jair Pimenta Júnior	Técnico da EMATER Serro
Margarida Carvalhaes Barroso	Técnica da EMATER Serro
Tulio Madureira	Produtor de Queijo
José Leócadio de Souza	Produtor de Queijo
Campos	Produtor de Queijo
Cleube Boari	Professor UFVJM
Laura Cota	Proprietária Loja DeLá (Belo Horizonte)
Bruno Cabral	Proprietário Loja Mestre Queijeiro (São Paulo)
Fernando Oliveira	Proprietário Loja A Queijaria (São Paulo)

Quadro 16: Lista de entrevistados

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Concomitante às entrevistas realizadas foi realizada observação direta que buscou averiguar as nuances da realidade estudada e confirmações das falas dos sujeitos de pesquisa. A continuidade descreve-se a utilização desse instrumento.

4.3.3 Observação Direta

A observação foi utilizada em 3 momentos centrais de maneira direta, não participante e não estruturada, mas registrada em diário de campo⁴⁴. A observação in lócus na região do Serro ocorreu durante as duas visitas realizadas (outubro de 2014 e abril de 2015). As observações relatadas vão além do momento de conversação e incluem observações realizadas

⁴⁴ Devido à extensão dos mesmos juntamente aos relatos das conversas, ainda que trechos relevantes estejam expostos no trabalho, esses documentos, na íntegra, estão arquivados.

durante as visitas as propriedades e a alguns estabelecimentos comerciais que possuem relação com a cadeia produtiva do queijo e/ou o desenvolvimento do turismo (loja de souvenir; armazém; e restaurante).

A observação em eventos relacionados com IGs deu-se no I Seminário Nacional de Indicações Geográficas, ocorrido em Caxias do Sul – RS em 2013; no III Simpósio Internacional de Indicações Geográficas (SIIG), ocorrido em Ilhéus – BA em 2014; e no Horti Fruti & Foods Brasil Show em 2015, realizado em Curitiba - PR. Também se participou de uma reunião do MAPA em 2014 sobre queijos artesanais com técnicos e consultores da instituição a qual ocorreu em Ilhéus à véspera do início do SIIG. Durante os eventos participou-se de todas as palestras com efetivação de anotações e gravações. Entende-se que durante esses eventos alguns palestrantes atuaram como porta-voz de suas instituições e elencaram algumas questões de relacionamento e operacionalização das IGs relevantes à discussão do presente trabalho. Além disso, a participação na reunião permitiu o estabelecimento de alguns contatos além da confirmação de características e aspectos delicados inerentes ao queijo artesanal.

Durante as observações não foi verificada expressiva atividade turística. Além disso, decorrente das entrevistas, pode-se perceber que a atividade turística não pode, até o momento, ser relacionada com a obtenção do registro de indicação de procedência. Assim sendo, optou-se pela elaboração de questionários com foco nesse aspecto, conforme descrito adiante.

4.3.4 Questionários

Foram desenvolvidos dois questionários focados no terceiro objetivo específico do trabalho. Um foi voltado a operadores de turismo (apêndice G) que trabalham ou já trabalharam com o destino focalizando o queijo do serro. Este foi enviada por e-mail às duas empresas encontradas por meio de buscas no *google* (uma que não comercializa mais o destino e outra que comercializa), obtendo-se um retorno por parte de uma empresa que não trabalha mais com o destino.

O outro foi direcionado aos turistas (apêndice H) e foi construído na plataforma virtual de pesquisas *survey monkey* e divulgado por meio da rede social *facebook*. Para obter um maior alcance de sujeitos qualificados (pessoas que visitaram a região) foi solicitado apoio para divulgação nas páginas oficiais de todos os municípios incluídos na região demarcada entendendo que atualmente as redes sociais podem ser consideradas um meio de pesquisa de

informação para tomada de decisão por parte dos turistas (o retorno positivo ou negativo da divulgação, bem como o número de seguidores de cada página está descrito também no apêndice H). Foram obtidas 129 respostas, sendo 103 consideradas válidas. Vinte e seis foram descartados na análise por não terem preenchido as respostas obrigatórias (Telas 02 a 07).

Os questionários possuíam uma parte inicial relacionada ao perfil do respondente, além de abordar o consumo turístico e atitudes dos turistas relacionado ao queijo do Serro. Foram construídos com base nos conceitos básicos de turismo, de souvenir gastronômico, e de indicações geográficas.

Além dos questionários, foi proposto um fórum virtual com expertise centrado também no terceiro objetivo específico. A proposta do fórum é descrita na seção que segue.

4.3.5 Fórum Virtual

Um fórum virtual composto por uma pergunta aberta (Apêndice F) foi aberto à participação dos participantes da 4ª Edição do curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio – Módulo II: Indicação Geográfica no mês de novembro de 2014 ficando aberto por um mês. Esse curso foi promovido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Iniciado em setembro de 2014, teve a duração de 10 semanas e a pesquisadora era um dos seus alunos.

Tendo em vista que os alunos do curso foram selecionados segundo o critério de serem “Profissionais e gestores representantes de entidades públicas e privadas envolvidas no apoio, acompanhamento e desenvolvimento do setor produtivo, em particular aquelas com atuação atual ou potencial em Indicações Geográficas” (MAPA, 2014), a sua opinião com relação as relações potenciais e existentes entre IGs e Turismo poderia servir para lançar luz sob questões a serem observadas em campo. O efetivo retorno foi relativamente pequeno. Em um universo de 250 membros, houve o retorno de 7 respostas (2,8%).

Não centrada apenas no terceiro objetivo como o presente instrumento e o anteriormente descrito, foi realizada análise documental. O uso desse instrumento é detalhado adiante.

4.3.6 Análise Documental

A análise documental contemplou diversos documentos e bases de dados disponibilizadas ao longo da pesquisa. Foram utilizadas: a legislação referente a indicações geográficas; documentos disponibilizados publicamente pelo INPI referentes ao registro da indicação geográfica em estudo; o material das palestras disponibilizado nos eventos; material do curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio; a caracterização e regulamento de uso da indicação de procedência registrada; sites institucionais; e o banco de dados de um *survey* realizado pelo SEBRAE⁴⁵. À continuidade o uso desses instrumentos é descrito:

- A legislação referente a indicações geográficas, e propriedade intelectual de maneira mais ampla, foi compilada de forma a fornecer ao leitor uma base com relação ao desenvolvimento desse instrumento e suas tipologias no país. Os documentos foram obtidos nos repositórios do INPI; da OMPI; e do MAPA;
- Documentos do INPI, de registro de indicação geográfica e edições da Revista de Propriedade Industrial (RPI), foram utilizados para delinear o panorama atual das indicações geográficas brasileiras até setembro de 2015. Foram observados os aspectos: localização, tipo de produto, tipo de registro e época do registro. Esses dados foram compilados por meio de estatística descritiva e discutidos nos capítulos anteriores;
- Material de palestras e cursos foram utilizados para confirmação dos papéis institucionais descritos nos sites institucionais consultados para a verificação dos constituintes do sistema;
- A apresentação geral, bem como os meta-dados do *survey* realizado pelo SEBRAE/APAQS foram disponibilizados pela APAQS à pesquisadora. Os dados utilizados na tese advêm dos meta-dados que foram tratados no Microsoft Excel e sintetizados com estatística descritiva. Foram utilizadas apenas as questões relacionadas a identificação geral, indicação geográfica e turismo e são expostas de

⁴⁵ Entre os anos de 2013 e 2014 um diagnóstico foi realizado pelo SEBRAE, em parceria com a APAQS e prefeituras municipais dos 11 municípios. Esse diagnóstico buscou “identificar, cadastrar e georeferenciar todos os produtores de Queijo Minas Artesanal (QMA) da Região do Serro, que estavam comercializando queijo no período da realização da pesquisa de campo (julho/13 a abril/14)” com vistas a obter dados que pudessem embasar o planejamento e execução de ações para o desenvolvimento regional. Um questionário composto por 158 questões foi aplicado (anexo A). Esse possuía questões relacionadas a: a) Cadastro Georeferenciado; b) Identificação Geral; c) Aspectos da produção do leite; d) Destino da Produção; e) Produção Diária de Queijo; f) Indicação Geográfica; g) Caracterização Ambiental Básica; h) Agroturismo/Turismo Rural; i) Aspectos Socioeconômicos – Renda e Acesso ao Crédito; j) Gestão da Propriedade e mão de obra utilizada; k) Condições Gerais.

modo compilado e preservando o sigilo dos dados individualizados conforme a proposta do referido diagnóstico;

- Sites oficiais do município também foram objeto de análise com relação ao Turismo (buscou-se o site da Prefeitura ou da Secretaria de Turismo dos 11 municípios). Por meio de análise de conteúdo textual e visual, foi observada a existência de menções ao registro de indicação geográfica existente; ao produto detentor da IP; à atividades relacionadas com o produto; bem como questões relacionadas a comunidade turística.

Vários dos documentos serviram a mais de um dos objetivos específicos estabelecidos no trabalho. Para propiciar uma maior clareza com relação à finalidade de utilização de cada um dos instrumentos adiante apresenta-se uma síntese.

4.3.7 Síntese da Coleta de Dados

A tese foi realizada por meio de diversos instrumentos de coleta e análise de dados e foi realizado um esforço de cruzamento dos dados obtidas dessas diversas fontes para a apresentação dos resultados. O quadro 17 sintetiza as ferramentas utilizadas conforme os objetivos propostos no trabalho e o motivo dessas escolhas.

OBJETIVO GERAL		
Analisar o sistema territorial conformado pela implementação de uma indicação geográfica.		
OBJETIVO ESPECÍFICO	FERRAMENTAL DE COLETA	DESCRIÇÃO / RAZÃO DE USO
I. Delinear o sistema territorial decorrente de uma indicação geográfica, suas instituições, relações e causalidades;	Revisão Teórica: Não Sistematizada - Livros, Artigos, Teses e Dissertações (Critérios: Acesso; Indicações; Referência em Trabalhos Acessados)	<ul style="list-style-type: none"> • Compreensão geral com relação às Políticas Públicas e à Propriedade Intelectual, mais especificamente às indicações geográficas como instrumento para diversos fins; • Construção de Quadro Conceitual.
	Revisão Integrativa: 26 Artigos (Periódicos CAPES) (Apêndice B)	<ul style="list-style-type: none"> • Compreender quais são os fins às quais se prestam (ou ao menos que se buscam) as indicações geográficas no contexto brasileiro. Ou seja, quais as causas e consequências que incentivam a criação de um sistema em torno desse signo em específico; • Construção de Quadro Conceitual.
	Observação in Lócus: Realização de duas viagens à região do Serro (outubro de 2014 e abril de 2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Perceber instituições e relações dentro do território em análise; • Compreender particularidades do caso que podem influenciar no desenho e

		funcionamento do sistema como um todo.
	Entrevistas Abertas norteada por roteiro de assuntos (Apêndice C)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação da Situação Real para contraposição com o conceitual.
	Observação em Eventos relacionados à IGs.	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação dos Membros componentes do sistema, suas funções e relações dentro do sistema; • Verificação da Situação Real para contraposição com o conceitual.
	Análise Documental: Sites institucionais; Materiais relacionados à IGs elaborados pelos atores	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação dos Membros componentes do sistema, suas funções e relações dentro do sistema; • Verificação da Situação Real para contraposição com o conceitual.
	Entrevista Aberta com roteiro de perguntas fixo (Apêndice D)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação da Situação Real para contraposição com o conceitual; • Confirmação de dados secundários e de dados primários de outras fontes.
II. Verificar se as indicações geográficas funcionam como mecanismo de estímulo a formação de redes interinstitucionais e como estas se articulam (na criação, promoção e manutenção de uma política de desenvolvimento vinculada à IG)	Revisão Teórica	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação dos atributos componentes do Desenvolvimento para estabelecimento das categorias de análise de conteúdo
	Entrevista Abertas norteada por roteiro de assuntos. Total: 7 (APAQS; Produtores). (Apêndice C)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação da Existência de Ações Conjuntas antes, durante e depois do registro da IP.
	Entrevista Abertas com roteiro de perguntas fixo. Total: 9 (APAQS; COOPERSEURO; EMATER; IES; SETUR; e Empreendedores) (Apêndice D)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação do vínculo com as organizações inicialmente listados
III. Verificar as principais influências das indicações geográficas no turismo e vice-versa, bem como sua relação com o desenvolvimento no âmbito de uma região produtora de queijo.	Revisão Teórica	<ul style="list-style-type: none"> • Entendimento do que se trata o Turismo e das potenciais influências das IGs no desenvolvimento do mesmo segundo a literatura existente
	Entrevista Abertas com roteiro de perguntas fixo. Total: 9 (APAQS; COOPERSEURO; EMATER; IES; SETUR e Empreendedores) (Apêndice D)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar interesses e opiniões com relação ao turismo e IGs e, em específico, à IP do Serro.
	Análise Documental: Sites das Prefeituras e Secretarias/Setor de Turismo (Apêndice E)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação se a imagem projetada dos municípios englobados na região detentora da indicação de procedência contempla o queijo serro e se faz menção à existência de uma indicação geográfica registrada referente ao mesmo.
	Fórum Online com Participantes da 4ª Edição do Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio – Módulo II: Indicação Geográfica (Apêndice F)	<ul style="list-style-type: none"> • Lançar luz sob questões a serem observadas em campo e fornecer insumos para tecer apontamentos à guisa de sugestão para o caso específico.
	Questionário a operadoras de turismo (Apêndice G)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar percepções com relação a demanda existente e potencial.

	Questionário aplicado aos Turistas (Apêndice H)	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação do conhecimento e interesse do turista com relação a IP, além do seu perfil e motivações de viagem.
--	---	---

Quadro 17: Especificação dos instrumentos de coleta de dados por objetivo da pesquisa

O uso dos dados coletados dependeu de tratamento e análise adequados às suas características. Adiante se expõe a forma de análise conjunta dos dados das diversas fontes.

4.3.8 Análise dos Dados

Buscou-se entrar em contato com o máximo de atores do sistema possíveis tendo em vista as restrições financeiras e de tempo durante o processo de realização da pesquisa⁴⁶. Entende-se que se abarcou boa parte dos envolvidos ao se abordar atores locais até representantes de entidades federais. Levou-se em consideração que cada ponto de vista dá origem a um modelo de sistema relevante (CHECKLAND, 2000).

A partir dos dados coletados se utilizou a ferramenta CATWOE para assegurar que há clareza suficiente sob a atividade em análise para a modelagem (CHECKLAND, 2000). CATWOE é um termo mnemônico que designa elementos essenciais para modelagem da situação problema (CHECKLAND; TSOUVALIS, 1997; CHECKLAND, 2000).

O “C” se refere a “*Customers*” (Clientes) e se referem às vítimas ou beneficiários do “T”; “A” decorre de “*Actors*” (Atores), e são aqueles que fazem “T”; “T” trata-se de “*Transformation Process*” (Processo de Transformação), a conversão dos *inputs* em *outputs*; “W” se refere a “*Weltanschauung*”, a visão de mundo que tornam esse “T” significativo no contexto; “O” a “*Owner(s)*” (Dono(s)), aqueles que podem parar “T”; e “E” a “*Environmental Constrains*” (Restrições Ambientais), elementos de fora do sistema que podem impedir ou prejudicar o sistema principal (CHECKLAND; TSOUVALIS, 1997).

A proposta da SSM se alterou ao longo do tempo de acordo com as reflexões de seu próprio proponentes, entretanto o mesmo não ocorreu com a CATWOE. Ferolla (2013), a partir de críticas e estudos de outros autores, propôs e aplicou a ferramenta de um modo “enriquecido”. Essa versão da ferramenta, exposta no quadro 18, foi também a adotada na presente pesquisa. Entende-se que esse enriquecimento torna a ferramenta não só mais clara,

⁴⁶ Todos os gastos (com estadia, alimentação, transporte, entre outros) durante as viagens realizadas à região do Serro, à Caxias do Sul, à Ilhéus e à São Paulo foram todos custeados com recursos próprios da pesquisadora.

como também mais completa. Além disso, a proposta é de abordagem hermenêutica⁴⁷, carregando o aspecto de aprendizado preconizado pela própria SSM (FEROLLA, 2013).

A análise dos resultados deu-se com uso preponderante da análise de conteúdo, por se tratar de um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados (BARDIN, 1977). De acordo com Cooper e Schindler (2003, p.347), a análise de conteúdo segue “um processo sistemático, começando com a seleção de um esquema de unificação. As unidades podem ser sintáticas, referenciais, proposicionais ou temáticas”. As categorias devem ser submetidas à análise de expertises, deve-se efetuar o levantamento de frequências e o ordenamento da importância das categorias. De acordo com os autores essa metodologia inclui ainda: seleção de um plano de amostragem, desenvolvimento de instruções de registro e codificação, redução de dados, inferências sobre o contexto e análise estatística.

	Proposta Original de Checkland	Complemento proposto com base em Bergvall-Kareborn, Mirijamdotter e Basden (2004)	Complemento proposto com base em Basden e Wood-Harper (2006)
C	Clientes (aqueles beneficiados pela T)	Todos os afetados, direta ou indiretamente, positiva ou negativamente	Mudança de foco do indivíduo para repercussões diversas. Nem muito restrito, nem muito amplo: foco em quem pode fazer algo a respeito
A	Atores (aqueles que realizam o T)	Ampliação do escopo; Além da identificação dos autores, explicitar suas competências específicas	Detalhar cada aspecto das competências identificadas; Pensar nas competências já existentes e nas que faltam
T	Transformação (<i>inputs</i> sendo transformados em <i>outputs</i>)	Troca do termo “Transformação” pelo termo “Processo”; Foco nas interações	Não restringir-se à atividade de transformação central, considerar também os processos auxiliares
W	Visão de Mundo (o que traz significado e importância para T)	Função qualificadora (dimensões espacial, física, biológica, lógica, histórica, social, econômica, jurídica, ética)	Definição de um único W, multifacetado
O	Dono (quem pode parar o funcionamento do sistema)	Tomadores de decisão (aqueles com autoridade, poder, responsabilidade e interesse pelo sistema e por sua performance)	Não pensar em quem pode parar o sistema, mas quem tem interesse e poder para tanto; Dependência (de quais aspectos e atores o sistema depende para funcionar); Perspectiva legal
E	Restrições ambientais (elementos dos sistemas maiores que podem impedir ou prejudicar as atividades do sistema principal)	Específicas e Claras; Distinguir entre determinativas e normativas; Considerar restrições externas e internas	Identificar o que restringe e o que permite o funcionamento do sistema; Definir barreiras entre o sistema e os aspectos externos; Diferenciar os aspectos legais dos institucionais.

Quadro 18: Ferramenta CATWOE enriquecida

Fonte: Adaptado de Ferolla (2013, p.95).

⁴⁷ Forma de interpretação que propõe uma reflexão exaustiva, constante e contínua (MEDEIROS; PASSADOR; BECHELENI, 2010).

O estudo utilizou o *software* N-Vivo⁴⁸ (versão 10) como ferramenta auxiliar a análise de conteúdo. Neste *software* os dados coletados foram organizados sob a forma de 17 documentos primários/fontes agrupados em uma unidade hermenêutica de trabalho. O ferramental foi útil ao registro e julgamento da codificação tomando o texto, os “códigos-etiqueta” ou “nós” e as unidades de texto (trechos selecionados) sem perder a ligação entre o texto original e os códigos (BAUER, 2002). Nessa ferramenta os procedimentos de análise do pesquisador são norteados pelos princípios: visualização, integração, casualidade e exploração. Além disso, o uso desse tipo de *software* de apoio à pesquisa qualitativa traz os benefícios de consistência, velocidade⁴⁹, flexibilidade e, principalmente, contribui para a transparência do processo de análise (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006).

Utilizou-se categorias/códigos de análise criadas a priori: para observação da existência de desenvolvimento territorial sustentável, desenvolvida com base na revisão bibliográfica, mais especificamente descritas na figura 2; para a compreensão de causas e consequências do sistema, desenvolvido com base na análise integrativa; e, para delineamento definição dos membros do sistema, com base nas categorias da ferramenta de CATWOE enriquecida supramencionada (quadro 17). Também foram utilizadas categorias/códigos de análise criadas a posteriori (permitindo uma categorização das restrições ambientais e descrição dos atores). A opção deu-se para considerar o foco do trabalho, mas aproveitar a vantagem de um sistema categórico não apriorístico que “[...] diz respeito à grande quantidade de dados novos e diversificados que podem surgir” (FRANCO, 2012). O referencial de codificação com as “etiquetas” utilizadas encontra-se disposto no apêndice I.

Os dados de cunho quantitativo foram analisados por meio de estatística descritiva desenvolvida por meio do *software* Microsoft Excel. Na maioria dos casos foram construídos gráficos ou expostos percentuais com vistas a caracterizar as questões em discussão.

Na seção que segue, o caso escolhido para estudo na presente pesquisa e os motivos dessa escolha são brevemente descritos. Trata-se da região do Serro em Minas Gerais, que possui a mais antiga das indicações de procedência de queijo registrada no Brasil.

⁴⁸ O N-Vivo é um programa enquadrado entre os chamados *CAQDAS* (*Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software*). Destaca-se que esse tipo de programa não executa a análise em si, mas apoia a mesma ao facilitar as tarefas mecânicas do processo de análise qualitativo. O elemento humano é fundamental para compreensão do sentido do texto, pois o programa apenas gerencia o processamento mecânico de maneira a possibilitar que o pesquisador dedique-se ao processo interpretativo e de descoberta (KELLE, 2002).

⁴⁹ Faz-se relevante salientar que o autor coloca que o processo se torna mais veloz e eficiente somente depois de decorrido o “custo do aprendizado” em que os “usuários iniciais devem dedicar grande parte de seu tempo e energia para aprender os recursos do programa” (BANDEIRA-DE-MELLO, 2006, p.437)

4.4 Caso Selecionado

Entre as diversas indicações geográficas registradas até o presente momento (setembro de 2015) no Brasil existem apenas duas que se referem a queijos: Serro e Canastra. Ambas as indicações são do tipo indicação de procedência. A primeira das duas engloba o território escolhido para o estudo. A indicação de procedência “Serro” foi obtida em 13/12/2011, sendo o primeiro registro para esse tipo de produto. A instituição responsável pelo pedido foi a Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro (APAQS) e sua demarcação envolve 10 municípios mineiros, segundo o registro no INPI, a saber: Alvorada de Minas, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio do Itambé, Serra Azul de Minas e Serro.

A escolha desse produto (queijo) e do registro em específico (IP do queijo serro) foi embasada pelas seguintes razões:

- O queijo do Serro foi o primeiro a receber o título de patrimônio imaterial de Minas pelo Instituto Estadual de Patrimônio histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA-MG) em 2002 (primeira declaração desse tipo realizada no país);
- Em 2008, o modo artesanal de fazer o queijo minas foi declarado Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Ainda que a cidade do Serro seja apenas uma das onze consideradas produtoras do queijo, sua centralidade é destacada no nome geográfico do queijo, assim sendo alguns fatores exclusivos a esse município também foram considerados na escolha desse caso:

- A cidade do Serro foi também a primeira cidade inscrita pelo IPHAN na lista do patrimônio histórico brasileiro, em 1938;
- A cidade do Serro, antigamente conhecida como “Vila do Príncipe” e em seguida como Comarca do Serro Frio, completou 300 anos em janeiro de 2014;
- O slogan utilizado pela cidade é “Terra do Queijo” e o produto aparece destacadamente tanto na versão anterior do site institucional (2014), quanto na versão atual⁵⁰;
- A “Festa do Queijo” compõe o calendário oficial do município, ocorrendo anualmente, em geral na última semana de setembro⁵¹

⁵⁰ A questão da existência de menção e/ou destaque ao produto registrado será analisado nos resultados, onde pode-se observar ilustrações referentes à questão.

⁵¹ A primeira viagem de coleta de dados estava planejada para se concretizar no período da festa em 2014. Entretanto, a edição de 2014, que seria a 30ª festa, não ocorreu. A fase de coleta de dados da presente tese se encerrou antes do período da festa em 2015 e não havia ainda certeza da realização da edição.

Desse modo, somaram-se nos critérios os fatores antiguidade do registro de indicação geográfica; importância da produção e da localidade no contexto brasileiro (registro de patrimônio); e familiaridade da pesquisadora com o estado de Minas Gerais e seus elementos gastronômicos (interesse mencionado na introdução). Por fim, diante dessas questões, entendeu-se que o queijo ocupa papel de destaque e poderia ser um dos principais atrativos turísticos na região, o que é interessante à proposta de estudo.

À continuidade a região é caracterizada, bem como são descritos os resultados e discussões obtidos na coleta de dados empíricos.

5 Resultados e Discussões: Análise do Caso

A presente tese valeu-se de múltiplos instrumentos de coleta de dados para o estudo aprofundado do caso da indicação de procedência do queijo do Serro. Houve, em seguida, um esforço de triangulação desses dados para compreensão do sistema territorial. Assim, as subseções subsequentes trazem a análise de dados de forma articulada, relacionando as percepções dos entrevistados (14); a análise documental que contemplou diversos documentos listados quando pertinente, mas entre os quais vale destacar os sites institucionais das prefeituras e das organizações envolvidas no sistema e a base de dados do diagnóstico realizado pelo SEBRAE junto aos produtores da região (756 respondentes); e o questionário aplicado aos turistas (que obteve 129 respostas, sendo 103 consideradas válidas).

A apresentação dos resultados está ordenada conforme os pilares estabelecidos para a presente discussão Indicação Geográfica (com uma seção [5.2] contemplando a compreensão do sistema, seus atores e relacionamentos por meio do uso da ferramenta CATWOE enriquecida); Desenvolvimento territorial (com seção [5.3] versando quando aos impactos já percebidos e almejados ante a indicação geográfica); e Turismo (havendo um último tópico [5.4] discutindo o sistema turístico existente, potencialidades verificadas ante as percepções dos envolvidos, e possibilidades para a região em questão com relação ao turismo relacionado ao produto detentor de registro). Antes das discussões centrais da tese, entretanto, faz-se necessário caracterizar a região de forma a contextualizar toda a análise. Assim sendo, a subseção que segue (5.1) buscou apresentá-la trazendo dados históricos, geográficos, demográficos, econômicos, entre outros que se mostraram pertinentes.

5.1 Caracterização Geral da Região

Segundo Abreu et al. (2001), a região do Serro se localiza ao norte do estado de Minas Gerais, em uma região denominada de Médio Espinhaço (na vertente oriental da Serra do Espinhaço, entre os paralelos 18 e 19° de latitude Sul). Ainda segundo os autores, tradição de fabricação do queijo foi introduzida por colonizadores portugueses, advindos da região da Serra da Estrela⁵², que se instalaram no local com o propósito de dar suporte à exploração do ouro e

⁵² Há que se ressaltar que os estudos mais divulgados apontam para essa origem, assim como o fato foi reconhecido em documental do IPHAN, contudo há teses de que a herança portuguesa seria dos ilhéus açorianos com seu queijo

diamante. Com a decadência do ciclo do ouro o município do Serro intensificou a sua atividade agropecuária e no período de expansão, o queijo foi o principal produto a gerar divisas para a região e todo o Estado devido a sua qualidade e volume comercializado.

A base econômica da região em questão é fundamentada na exploração da pecuária de leite. A fragilidade da malha viária, somadas ao isolamento provocado pela presença da Serra do Espinhaço à oeste da região são fatores que podem ter induzido os produtores de leite da região a converterem a sua produção em queijo (ABREU et al., 2002). Essa característica se mantém até o presente, pois nem todos os percursos são pavimentados. Por exemplo, o trecho da MG10 entre Conceição do Mato Dentro e Serro, de aproximadamente 46 quilômetros, teve a pavimentação iniciada em 2012 e tinha previsão de dois anos de duração (IOMG, 2012), contudo, ainda apresentava parte considerável do percurso em “estrada de terra” à época das visitas.

As rodovias MG10 e a BR259 são os principais acessos à região conforme pode ser observado no mapa 2, que apresenta os municípios marcados com uma estrela e suas principais interligações. Há estradas menores que não aparecem com clareza na representação feita no *googlemaps*. As distâncias entre os municípios-sede da região variam entre 33 Km (Conceição do Mato Dentro a Dom Joaquim) e 19,1 Km (Alvorada de Minas a Serro), considerando a distância entre o município mais próximo dentre os da delimitação. Ao se considerar os municípios mais distantes entre si, o percurso é superior a 160km (Conceição do Mato Dentro a Coluna).

do pico. A origem portuguesa, entretanto, assim como sua importância histórica no Brasil são um consenso. Há autores que mencionam a possibilidade de ter havido influência francesa além da portuguesa (PIRES, 2013).

A posição geográfica desses municípios, somada a condições físico-naturais; socioculturais e econômicas conferem uma individualidade inerente à região que confere uma qualidade-sabor específicos ao queijo Serro (ABREU et al., 2002). No mapa 3 a posição dos municípios dentro em Minas Gerais é exposta à direita e à esquerda a região encontra-se ampliada.

Mapa 3: Mapa do Queijo Minas Artesanal - Serro
Fonte: EMATER-MG (2002)

A figura em questão fez parte de um dos dossiês do “Programa de Apoio aos Queijos Tradicionais de Fabricação Artesanal” (EMATER-MG, 2011b), também chamado de Programa Queijo Minas Artesanal, executado pela EMATER-MG em parceria com a Secretaria da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais. Esse programa buscou a melhoria da qualidade e da produtividade das queijarias das regiões tradicionalmente produtoras e contempla, entre outras questões: a organização dos produtores, a segurança alimentar, o cadastramento de produtores, normatização de processos de produção, embalagem e comercialização e *certificação da origem*. Nele houve a caracterização das regiões, do produto e do seu “saber fazer” característico, além de ações em prol da melhoria das instalações e sanidade alimentar. O Programa decorreu da Lei Estadual 14.185/02 (MINAS GERAIS, 2002a) e envolveu as regiões: Cerrado, Araxá, Canastra e Serro. As duas últimas possuem indicação de procedência registradas e tem-se notícia de que a segunda (Araxá) estava buscando registro

(SECRETARIA DE AGRICULTURA DE TAPIRA/MG, 2012). Ao que parece, tal programa público pode ter importância no processo de obtenção do registro. O programa específico teve vigência até o ano de 2002 a 2011. Como Coluna iniciou as discussões sobre a inclusão do município na região do serro somente ao final do ano de 2011 (conforme documento da EMATER) o município não foi incluído em tal dossiê, e consequentemente no mapa exposto.

No quadro 19 abaixo é feita uma breve descrição dessas localidades com vistas a fornecer uma ideia do seu porte e realidade.

Município	Extensão em Km ²	População	PIB (em mil reais)	IDHM
		2010	2011	2010
Alvorada de Minas	374,008	3.546	31.111	0,572
Coluna	348,492	9.024	52.763	0,583
Conceição do Mato Dentro	1.726,830	17.908	156.857	0,634
Dom Joaquim	398,822	4.535	30.076	0,622
Materlândia	280,530	4.595	29.247	0,597
Paulistas	220,564	4.918	30.028	0,625
Rio Vermelho	986,561	13.645	71.805	0,558
Sabinópolis	919,811	15.704	105.408	0,638
Santo Antônio do Itambé	305,737	4.151	24.310	0,558
Serra Azul de Minas	218,595	4.220	21.485	0,557
Serro	1.217,813	20.835	138.861	0,656

Quadro 19: Caracterização dos Municípios da região do Serro

Fonte: IBGE (2013)⁵³

O Produto Interno Bruto é um indicador macroeconômico que considera a dimensão econômica do desenvolvimento de um município na medida em que representa a soma, em valores monetários, dos bens e serviços e impostos produzidos em determinado local. Na tabela tem-se a exposição da realidade dos municípios a preços correntes, ou seja no ano em que houve a produção sem considerar o efeito da inflação (IBGE, [s.d.]). Como poderia se esperar, as cidades com maior extensão territorial e contingente populacional são também aquelas com maior PIB dentro do grupo. Assim sendo, Conceição do Mato Dentro e Serro são as mais “ricas”.

O Índice de Desenvolvimento Humano oferece um contraponto ao Produto Interno Bruto (PIB), pois mede o progresso de uma nação ou localidade a partir de três dimensões: renda, saúde (longevidade) e educação. O índice varia de zero (nenhum desenvolvimento humano) a um (desenvolvimento humano total). Os locais com IDHM até 0,499 têm

⁵³ O banco de dados Cidades@ do IBGE compila dados dos municípios brasileiros de várias fontes. Com relação aos dados específicos expostos na tabela, segundo o IBGE as fontes são: a) Extensão: IBGE, s/d; b) População: Censo Demográfico de 2010; c) PIB: IBGE, em parceria com os Órgãos Estaduais de Estatística, Secretarias Estaduais de Governo e Superintendência da Zona Franca de Manaus – SUFRAMA; d) IDHM: Atlas Brasil 2013 - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

desenvolvimento humano considerado muito baixo, os com índices entre 0,500 e 0,599 baixo, entre 0,600 e 0,699 são considerados de médio desenvolvimento humano, entre 0,700 e 0,799 alto, e os com IDH superior a 0,800 têm desenvolvimento humano considerado muito alto (PNUD; FJP; IPEA, 2013). Conforme essas categorias, as cidades da região queijeira do Serro são consideradas metade de baixo IDH e metade de mediano IDH.

O queijo possui relevância socioeconômica na região. Estima-se que atualmente existam cerca de 750 produtores, sendo a sua produção diária superior a 10.000 unidades e 11.000 quilos (APAQS; SEBRAE, 2013). Cabe ressaltar, entretanto, que esses montantes já foram superiores. Abreu et al. (2002) estimavam uma produção diária de cerca de 14.400 quilos e um total de 920 produtores de queijo minas artesanal do serro. Esse montante é superior mesmo sem considerar o município de Coluna, enquanto as estimativas recentes o incluem. Abaixo (Quadro 20) se expõe a quantificação de produtores por município da região conforme os dados mais recentes: diagnóstico do queijo minas artesanal do serro (SEBRAE; APAQS, 2014) e cadastro no Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), conforme a lei estadual de 2002 propõe, cuja última atualização considerada foi a de abril de 2015.

Localidade	Produtores de Queijo Artesanal	Produtores Registrados no IMA
Alvorada de Minas	120	19
Coluna	36	0
Conceição do Mato Dentro	35	1
Dom Joaquim	24	4
Materlândia	46	6
Paulistas	32	3
Rio Vermelho	151	2
Sabinópolis	117	25
Santo Antônio do Itambé	44	11
Serra Azul de Minas	34	1
Serro	117	37
Total	756	109

Quadro 20: Quantificação dos Produtores de Queijo Artesanal do Serro
Fonte: IMA (2015b) e SEBRAE e APAQS (2014)

Há que se considerar que o número de queijarias existentes é superior ao número oficial do IMA, pois há vários requisitos para o cadastro no programa. Em todo o estado de Minas Gerais existem 247 queijarias cadastradas, ou seja, a região do Serro detém cerca de 44% dos estabelecimentos registrados. Considerando que o IMA reconhece sete regiões mineiras como produtoras de queijo minas artesanal, o percentual pode ser considerado elevado. Com relação a esse cadastro no IMA, entretanto, ao responderem ao questionário proposto no diagnóstico

(APAQS; SEBRAE, 2013), 352 produtores mencionaram-se cadastrados. A compilação dos resultados aponta a disparidade entre a autodeclaração e o dado oficial (SEBRAE; APAQS, 2014), o que pode indicar também um desconhecimento do requisito e/ou processos necessários para tal finalidade. No mapa 4, abaixo, as 756 propriedades são distribuídas na região.

Mapa 4: Distribuição Espacial dos produtores de queijo artesanal do serro
Fonte: SEBRAE e APAQS (2014)

O valor obtido pela produção varia. Segundo Patrícia Ferreira, gerente de certificação do IMA, atualmente, o preço médio de venda ao consumidor do queijo serro é de R\$15,00 na propriedade e R\$25,00 no mercado consumidor de Belo Horizonte. Esse valor refere-se à comercialização do queijo meia-cura. Foi verificado nos trabalhos de campo que o valor de venda do queijo curado na propriedade é de R\$25,00 e em loja especializada de Belo Horizonte chega a R\$ 34,00 a 45,00 o quilo. O produtor na maior parte dos casos, conforme o diagnóstico mais recente (SEBRAE; APAQS, 2014), não vende diretamente ao consumidor. Há a figura do

“queijeiro” que compra na propriedade e distribui e a cooperativa que recebe queijos dos cooperados e os comercializa. Nesses casos o valor de venda tende a ser inferior aos valores mencionados. Essa questão será um pouco mais discutida na seção que segue.

5.2 Compreendendo o Sistema Territorial

Para compreensão do Sistema territorial decorrente da implementação da indicação geográfica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro foi realizada a identificação dos principais envolvidos e uma breve descrição dos mesmos. Em seguida é aplicada a ferramenta CATWOE enriquecida segundo a proposta de Ferolla (2013), que amplia a proposta de Checkland (2000) com base Bergvall-Kareborn, Mirijamdotter e Basden (2004) e Basden e Wood-Harper (2006), para delineamento dos principais aspectos do sistema. Por fim apresenta-se uma figura rica elaborada a partir da junção dessas duas etapas.

5.2.1 Principais Envolvidos

Com relação aos envolvidos com o processo de registro e de utilização de indicações geográficas nota-se que os atores são múltiplos englobando esferas públicas, paraestatais e privadas. Há tanto instituições quanto indivíduos que atuam por interesse pessoal. Abaixo são apresentadas as principais instituições existentes e suas principais atribuições. Cabe destacar que os dados compilados são provenientes de documentos públicos; dos sites institucionais; das entrevistas realizadas em campo; e das exposições (palestras e/ou mesas redondas) de representantes das instituições mencionadas em eventos (I Seminário Nacional de Indicações Geográficas, em 2013; III Simpósio Internacional de Indicações Geográficas, em 2014; e HortiFruti & Foods Brasil Show, em 2015). Assim, são identificados os principais agentes que participam (direta ou indiretamente) da política de indicações geográficas, em âmbito internacional nacional e regional. Apontando sua caracterização e participação (ou não) no sistema em análise.

Inicialmente são apresentados os principais organismos internacionais citados na literatura com relação a indicações geográficas. São elas: Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) (quadros 21 e 22). Ainda que não tenham sido mencionadas pelos entrevistados e que nenhum relacionamento direto

tenha sido averiguado, é relevante considerar as instituições internacionais listadas acima. As discussões no âmbito da Organização Mundial do Comércio e da Organização Mundial da Propriedade Intelectual podem ser consideradas antecedentes ao sistema. Além disso questões colocadas em julgamento ou debate no âmbito dessas organizações ou ainda uma busca por um maior alinhamento mundial, podem acarretar eventualmente alterações no sistema vigente no Brasil, e talvez até no caso específico em estudo. A necessidade de uma harmonização da legislação brasileira com a norma internacional do ADPIC foi inclusive comentada por Gonçalves (2008) e impactaria justamente na alteração do termo utilizado.

OMC – Organização Mundial do Comércio (WTO – World Trade Organization)	
Descrição da Instituição:	Organização internacional que lida com regras globais de comércio entre as nações. Tem como principal função assegurar que o comércio flua da maneira mais suave, previsível e livre possível.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Conselho do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (<i>TRIPS Council</i>)
Papel Principal com relação a IGs:	Instrução Legal / Cooperação Técnica
Momento de atuação no processo de registro:	Antes do Registro
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	O Acordo de Propriedade Intelectual da Organização Mundial do Comércio agrupa regras para o comércio e o investimento em ideias e criatividade. Especificamente, as regras determinam como os nomes geográficos usados para identificar produtos devem ser protegidos quando negócios são desenvolvidos.
Relacionamento com a IP Serro:	Indireto
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Nenhum dos entrevistados menciona a instituição. Contudo a organização é responsável pela questão dos direitos de PI em relação ao comércio.

Quadro 21: Breve caracterização da OMC com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em WTO (2013, 2014).

O Preâmbulo do Acordo sobre Propriedade Intelectual da OMC instaura relações de mútuo apoio entre a OMC e a OMPI, além de outras organizações competentes. A cooperação entre essas instituições abarca notificação das leis dos países, assistência técnica e implementação das obrigações dispostas no ADPIC (TRIPS) junto aos países membros. A continuidade, no quadro 22, é descrita (também de maneira sucinta) a Organização Mundial da Propriedade Intelectual.

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WIPO – World Intellectual Property Organization)	
Descrição da Instituição:	Organismo autofinanciado das Nações Unidas que é o Foro mundial no que se refere a serviços, políticas, cooperação e informação em matéria de propriedade intelectual.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Comitê Permanente sobre o Direito de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas
Papel Principal com relação a IGs:	Instrução Legal / Ensino
Momento de atuação no processo de registro:	Antes do Registro
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	A organização discute as políticas e negociações; provê acesso às informações (publicações, estatísticas e estudos econômicos) e promove capacitação quanto a propriedade intelectual. Nesse sentido, a OMPI ajuda aos governos, empresas e a sociedade a alcançar os benefícios da propriedade intelectual.
Relacionamento com a IP Serro:	Indireta
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Nenhum dos entrevistados menciona a instituição. Contudo a organização administra os seguintes Tratados pertinentes: Convenio de Paris; Acordo de Madri; e Acordo de Lisboa (e atualizações destes tais como a Ata de Genebra) ⁵⁴ .

Quadro 22: Breve caracterização da OMPI com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em WIPO (2013, 2014).

A OMPI possui também uma Academia (WIPO, [s.d.]) cujo propósito é a formação e o ensino em propriedade intelectual. Visa melhorar a capacidade dos países na utilização do sistema de propriedade intelectual com a disponibilização de cursos (generalistas e especializados, presenciais e a distância) a diversos públicos: inventores e criadores; empresários e profissionais; encarregados da formulação de políticas e funcionários públicos e de instituições de PI; diplomatas; estudantes e professores de PI; e a sociedade civil. Alguns desses cursos são realizados em parceria com a OMC, especialmente os direcionados a gestores públicos. Essa prática pode possuir especial relevância, no contexto em estudo e nos demais, pois, o conhecimento (em termos gerais e especificamente sobre IGs) é necessário para que os instrumentos possam ser utilizados politicamente com vistas ao desenvolvimento (VARELLA, 2005).

No Brasil, há também algumas iniciativas de treinamento com relação à Propriedade Intelectual. Especificamente sobre as IGs destaca-se o curso ofertado pelo MAPA em parceria com a UFSC (BRASIL; MAPA, 2014). É este Ministério a instância central e superior no “planejamento, fomento, coordenação, supervisão e avaliação das atividades, programas e

⁵⁴ A relevância destes tratados foi descrita no capítulo 2 da tese.

ações de Indicação geográfica de produtos agropecuários, inclusive no que se refere aos aspectos normativos” (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.41).

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	
Descrição da Instituição:	Ministério responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG/DEPTA/SDC/MAPA)
Papel Principal com relação a IGs:	Fomento e Suporte Técnico
Momento de atuação no processo de registro:	Antes e Depois do Registro
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	A sua atuação foi definida pelo Decreto 5351/2005 e atualizada pelo Decreto 7.127/2010. Fornece suporte técnico aos processos de concessão, manutenção, cancelamento ou anulação de certificado de IGs de produtos agropecuários.
Relacionamento com a IP Serro:	Direto
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Foi a ameaça legal ante ao queijo artesanal que estimulou a busca por signos distintivos, entre os quais o registro de patrimônio e o de indicação de procedência. Há relatos de entrevistados que mencionam a participação de representante instituição nas discussões para o processo de registro. O formato atual do Conselho regulador local também contempla representante dessa entidade (o que foi colocado como equívoco a ser repensado)

Quadro 23: Breve caracterização do MAPA com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base nos dados da pesquisa e em BRASIL; MAPA (2014); MAPA ([s.d.]) e Vieira e Buainain (2012).

No capítulo 02 as atividades que podem ser apoiadas pelo MAPA foram listadas. Vale destacar que as indicações geográficas se encontram inseridas na proposta de desenvolvimento sustentável desse Ministério.

As ações de incentivo ao uso de signos distintivos promovidas pelo MAPA objetivam, além da proteção da propriedade intelectual, promover o desenvolvimento rural e a sustentabilidade das cadeias produtivas de produtos com qualidade vinculada à origem. Tal desenvolvimento ocorre por meio de resultados positivos do processo de reconhecimento da identidade de uma indicação geográfica, destacando-se: a melhoria na organização dos produtores e da produção, melhoria da qualidade dos produtos, a valorização da história, da cultura, das tradições e do saber fazer local, a paisagem e o modo de vida das pessoas, fatores que são associados à imagem do produto resultam em agregação de valor, abertura de novos mercados, ampliação de renda e emprego e aumento da autoestima dos produtores rurais (BRASIL; MAPA, 2014, p.7).

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento teve essa atuação referente às indicações geográficas definida em 2005 e atualizada pelo decreto de 7.127 de 2010. Talvez o fato de as definições internas ao Ministério estarem em andamento concomitante ao processo de registro da indicação de procedência do Serro tenha sido um dos fatores que contribuiu para

uma atuação “confusa” no caso em questão. Essa confusão se referia a uma legislação restritiva referente a proposta de reconhecimento do valor histórico e social intrínseco ao queijo do Serro. O presidente da APAQS entrevistado comentou que anteriormente o MAPA “não reconhecia a criança [...], mas quando reconheceu, então ele passou a trabalhar com a gente, apesar da exigência muito grande, trata de uma política totalmente diferente”. Destaca ainda que o Ministério agora compreende a importância do queijo artesanal e está mais aberto a discussões.

Diferentes opiniões com relação ao queijo artesanal permanecem até o presente no âmbito institucional. Foi possível observar na reunião do MAPA sobre Queijos Artesanais com os Técnicos e Consultores, realizada em novembro de 2014, opiniões distintas com relação a questão higiênico-sanitária e requisitos para a comercialização. Ainda que existam divergências com relação ao queijo de leite cru, a criação do Grupo de Trabalho, em 2012, com o propósito de fazer um diagnóstico das particularidades e tentar regularizar a produção e a elaboração das instruções normativas 30/2013 e 16/2015, certamente representam avanço. Ademais a existência no GT do queijo artesanal de um subgrupo de Indicação Geográfica tende a ampliar a possibilidade de congruência das ações em prol das IGs desse tipo de produto em específico com a normativa necessária.

Apesar de ter surgido por iniciativa da Câmara Setorial do Leite e Derivados do MAPA, o GT pode ser considerado uma iniciativa que aglutina várias instituições em prol da criação de um ambiente favorável a produção e comercialização dos queijos artesanais. Algumas das instituições mencionadas foram Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), Ministério da Integração Nacional (MI), Ministério Público Federal (MPF), Secretarias Estaduais de Agricultura, INPI, SEBRAE, EMBRAPA, EMATER, IPHAN, órgãos estaduais de defesa agropecuária (entre os quais inclui-se o IMA), entre outros. Exceto o MPF e o MI, dentro dos quais não se encontram evidências de conexões (diretas ou indiretas) relativas a indicações geográficas com o sistema em análise, todos os demais listados serão descritos na presente tese.

O Ministério do Desenvolvimento Agrário foi o Ministério que apareceu de maneira mais enfática no sistema territorial do Serro. A sua atuação, por meio de parceria estabelecida com uma instituição estrangeira, foi reconhecida por diversos entrevistados (da APAQS, COOPERSERRO e EMATER) e foi comentada na Reunião do MAPA da qual foi possível participar (comentada anteriormente). A continuidade uma breve síntese com relação ao MDA é apresentada e, logo em seguida, são tecidos alguns comentários.

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário	
Descrição da Instituição:	O Ministério possui como missão “Promover a política de desenvolvimento do Brasil rural, a democratização do acesso à terra, a gestão territorial da estrutura fundiária, a inclusão produtiva, a ampliação de renda da agricultura familiar e a paz no campo, contribuindo com a soberania alimentar, o desenvolvimento econômico, social e ambiental do país”.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Secretaria da Agricultura Familiar (SAF)
Papel Principal com relação a IGs:	Apoia-se a agricultura familiar entendendo as indicações geográficas como ferramenta de geração de renda e agregação de valor.
Momento de atuação no processo de registro:	Antes
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Não há atualmente relato de atuação direta relacionado ao signo distintivo.
Relacionamento com a IP Serro:	Direta
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Buscou capacitar aos agricultores e mobiliza-los para conseguir o registro de IG

Quadro 24: Breve caracterização do MDA com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, (MDA, [s.d.]).

Segundo informações do site institucional, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), por meio da Secretaria da Agricultura Familiar (SAF), apoiou a iniciativa de registro de indicação geográfica do queijo minas artesanal a partir de 2005 por meio de projetos direcionados para agricultores familiares da região do Serro e da Serra da Canastra. O objetivo dos projetos foi promover a capacitação dos agricultores e mobilizá-los para conseguir o registro do IG.

Na região do Serro o presidente da APAQS (2015) comentou que a atuação do MDA se deu por meio de um convênio com uma organização francesa que tinha experiência com queijo da França e “andou bastante, patrocinando análise biológica, assistência técnica na adequação de queijaria, na questão de veterinária, assim, foi um grande passo, isso dentro de todos os municípios”. Já o presidente da COOPERSERRO comenta que o MDA trabalha mais na região da Canastra do que no Serro “porque lá eles não têm uma entidade forte igual a cooperativa” estando, portanto, menos protegidos. O gestor menciona que o MDA construiu na Canastra um entreposto de atendimento, de maturação, e que no Serro não houve nenhuma ajuda nesse nível.

Com relação aos entrepostos de maturação foi mencionado na reunião do MAPA que o MDA havia previsto a construção também na região do Serro. Isso também foi comprovado por meio de notícias do governo do estado que apontam que a construção se daria por meio de convênio entre o MDA e a EMATER-MG (SEGOV-MG, 2013). O centro no Serro, contudo, não foi concretizado e não se pode assegurar o porquê. A fala do presidente da Cooperativa, entretanto, dá indícios de que a existência dessa organização ao mesmo tempo que protege, de

certo modo, pode repelir ações direcionadas ao apoio e até negócios diretos ao pequeno produtor (Essa última questão foi comentada por comerciantes).

Alguns desses projetos do MDA deram-se no âmbito do Programa de Cooperação técnica Brasil-França, em parceria com a Associação FERT (francesa) e AGRIFERT (brasileira), organização francesa comentada pelo representante da APAQS (2015) que é descrita adiante. As atividades específicas dessa parceria relacionaram-se a: assistência técnica direta aos agricultores familiares produtores de queijo minas artesanal e às associações; análises de laboratório (água, leite, queijo) com vistas a comprovar segurança alimentar; análises para a caracterização dos queijos; realização de intercâmbio entre as regiões brasileiras do Serro e Canastra e as cadeias de Queijos detentores de AOCs (*appellations d'origine contrôlée*) das regiões francesas da Franche Comté e País Basco; entre outras.

AGRIFERT - Associação para Gestão de Projetos de Fortalecimento das Economias Rurais e Desenvolvimento Territorial	
Descrição da Instituição:	Entidade privada sem fins lucrativos, parceira local da entidade francesa Fert, Associação para cooperação internacional para o desenvolvimento rural.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Não há dados com relação às divisões internas à ONG disponibilizados publicamente.
Papel Principal com relação a IGs:	Fomento, Apoio e Elaboração de Documentos
Momento de atuação no processo de registro:	Anterior
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Assistência técnica a produtores e associações; análises de laboratório (água, leite, queijo); análises para a caracterização; realização de intercâmbios.
Relacionamento com a IP Serro:	Direto
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Parceira no acordo de cooperação Brasil/França no Programa de Melhoria da Qualidade dos Queijos. Alguns de seus representantes visitaram à região e à produção trocando impressões e experiências. Em especial com relação ao processo de registro de indicação geográfica a organização apoiou e orientou o processo.

Quadro 25: Breve caracterização da Agrifert com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, BRASIL; MAPA (2014); FERT (2012); MDA ([s.d.]); e SICONV ([s.d.])

Os resultados das ações de assistência técnica e, principalmente as análises foram fundamentais para a elaboração dos documentos necessários para o registro da indicação geográfica tanto do Serro quanto da Canastra. Houve inclusive um convênio específico (Proposta 1680574) para a assessoria às associações de produtores de queijo minas artesanal com vistas a continuação das ações (segundo a entidade iniciadas em 2000 e oficializadas em 2005) para o reconhecimento como indicações geográficas (SICONV, [s.d.]). Atualmente a Agrifert aparenta ter se extinguido, mas cumpriu com sua proposta na região, posto que o

objetivo era “entregar o registro de indicação geográfica para a associação” (SANTOS, 2014, p.192).

O programa de cooperação técnica (Brasil-França) que possibilitou a parceria mencionada também permitiu ações no âmbito de outras regiões. Segue desenvolvendo atividades sobre a valorização da identidade territorial e a valorização dos produtos, recursos, serviços, cultura e tradição. Nesse contexto consideram as IG como um elemento potencial para o desenvolvimento rural, a preservação da biodiversidade e do meio ambiente (BRASIL; MAPA, 2014, p.55).

Outro ministério que pode ser relacionado com relação às indicações geográficas é o do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) ao qual se vincula a autarquia federal Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Essa autarquia é “responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria” (CGCOM/MDIC, 2015) e é descrita abaixo.

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual	
Descrição da Instituição:	A finalidade principal do INPI é executar as normas que regulam a Propriedade Industrial, tendo em vista suas funções econômicas, sociais, jurídicas e técnicas
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros - DICIG
Papel Principal com relação a IGs:	Registro
Momento de atuação no processo de registro:	Durante
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Agente responsável pela análise da pertinência do pedido de registro de indicação geográfica e realização do registro. Ministra cursos e palestras e orienta interessados no tema. Elaboração de Acordos e Convênios de cooperação técnica com diversas instituições nacionais e internacionais, no que se refere à indicação geográfica. Trabalho de comunicação sobre Indicação Geográfica com vistas a sensibilizar a sociedade brasileira sobre a questão.
Relacionamento com a IP Serro:	Disponibilização de documentos necessários ao registro, análise do processo e registro.
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	O pedido de IP foi depositado em 2010 e foi concedido ao final de 2011.

Quadro 26: Breve caracterização do INPI com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, BRASIL; MAPA (2014); BRASIL (2013); CGCOM/MDIC (2015); e INPI (2011)

À época de pleito pelo registro da indicação geográfica do Serro, o INPI realizou diversos cursos básicos com relação a indicações geográficas junto a instituições de Ensino Superior, promoveu alguns eventos e participou de um grupo interministerial relativo a cadeia produtiva da cachaça. Foram comentadas também ações específicas realizadas em parceria com SEBRAE e EMBRAPA (INPI, 2011b). Não foi comentada ação especificamente direcionada à

cadeia produtiva do queijo minas artesanal ou a região em específico naquele período. Segundo presidente da APAQS entrevistado, o INPI atuou como “órgão de cartório”, por onde o processo deveria passar. Atualmente, conforme mesmo entrevistado, entretanto, a autarquia integra o GT sobre o queijo artesanal de leite cru e contribui em diversas discussões.

A APAQS - Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro (descrita sinteticamente no quadro), surgiu, portanto, em meio ao movimento decorrente da ameaça de extinção do queijo de leite cru. Essa mobilização envolvia uma série de entidades, entre as quais se destacam o MDA e a Agrifert, a Secretaria de Estado de Agropecuária (SEAPA), o IMA, a EMATER, e a cooperativa local. Todos esses atores, à sua maneira, contribuíram para que a entidade tivesse condições de ser requerente no processo de indicação geográfica.

APAQS - Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	
Descrição da Instituição:	Foi criada em 2003 ante a possibilidade de extinção do queijo artesanal de leite cru
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão específica
Papel Principal com relação a IGs:	A solicitação da IP objetivou dar visibilidade para proteger os métodos tradicionais de produção.
Momento de atuação no processo de registro:	Antes, durante e depois
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Atualmente participa de eventos relacionados ao tema e busca se fortalecer junto a outras IGs.
Relacionamento com a IP Serro:	Entidade requerente
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	O pedido (IG201001) foi depositado no dia 16/04/2010 e sofreu exigência devido ao preenchimento incorreto de formulário, com a não inserção da representação figurativa no campo especificado (RPI 2086 de 28/10/2010). A exigência foi cumprida em fevereiro de 2011 e o registro foi concedido em 13/12/2011. Após o registro houve comemoração, mas não efetiva implementação da IP, sendo esse o objetivo da gestão atual.

Quadro 27: Breve caracterização da APAQS com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, (BELAS, 2012; GIESBRECHT et al., 2014; INPI; DICIG, 2011; INPI; DIRTEC, 2010; SANTOS, 2014)

Após o registro, parte dessa articulação, em especial com a Agrifert, já estava programada para terminar e o registro permaneceu obtido, entretanto “engavetado”, pois não houve um planejamento para o “pós-IG” (SANTOS, 2014). Várias questões podem ter contribuído para tal fato, entre as quais foram percebidas: concepção do registro como algo “entregue” pela Agrifert; objetivo principal de “proteção” e cumprimento de requisito (e não de comercialização ou agregação de valor); baixa adesão dos produtores; bem como os instrumentos elaborados para a operacionalização. Sobre essa última questão, Jorge Simões (2015) comentou “O caderno de normas a gente fez de bobeira, que a gente não tinha muito conhecimento, a gente fez engessado, muito rigoroso. A gente não sabia como que tinha que

fazer. Por exemplo, a gente coloca gente lá no conselho que não tinha que estar. A gente tem que rever”.

Segundo o diagnóstico do SEBRAE e APAQS (2014) menos de 90% dos produtores da região não é associada a APAQS. Isso significa que dentre os participantes (756), apenas 67 menciona estar associado. A análise de dos dados disponibilizados aponta que as principais razões para não serem associados mencionadas foram: pouco conhecimento (149 menções); custos (128); distância (92); e não perceber vantagem na associação (53). Além disso, mesmo dentre os que afirmaram estar associados, a menção não significa que estes estejam realmente associados ou participando ativamente.

Segundo comentário de um dos técnicos da EMATER entrevistado, “A APAQS já teve uma estrutura ótima, agora está meio desarticulada, estão tentando reativar mesmo, pôr para funcionar”. Isso foi reiterado por um dos produtores: “A APAQS que é responsável pela operacionalização da IG e temos que ver como vamos fazer. A gente tem que ver a organização interna da APAQS, para fazer isso” (Produtor F, 2015). Tanto o pesquisador, quanto um dos comerciantes (Bruno Cabral) e um dos produtores entrevistados, comentam que esse processo de associação deve reunir, ainda que poucos, os que estejam interessados em investir e crescer com a proposta, pois se os demais virem resultado buscarão depois a inserção. Um desses investimentos seria o registro no IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária), qualificação, além de ações de pesquisa e promoção junto ao mercados-alvo.

O IMA é uma autarquia que compõe o Sistema da Agricultura de Minas Gerais. Esse sistema é composto pela Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEAPA) e as suas outras vinculadas: Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER – MG); Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG); e Fundação Rural Mineira (RURALMINAS) (SEAPA-MG, [s.d.]). Tendo em vista as diversas menções, o IMA e a EMATER são brevemente caracterizados na figura 23.

O trabalho do IMA foi elogiado por diversos membros do sistema. Representantes da APAQS e da EMATER, bem como o pesquisador entrevistado destacaram que para além de inspecionar, o órgão foi um parceiro na orientação dos produtores, sendo que suas ações melhoraram a qualidade (higiênico-sanitária) do queijo. Dois dos produtores, o pesquisador e um dos comerciantes ressaltaram, entretanto, que o trabalho do instituto, ainda que seja “maravilhoso” é mais lento que o desejável, por questões tecnocráticas, bem como pela capacidade (financeira e de pessoal).

IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária	
Descrição da Instituição:	Existente desde 1992, a autarquia é responsável pela execução das políticas públicas de defesa sanitária (animal e vegetal) do estado, além da inspeção de produtos de origem animal, certificação de produtos agropecuários, entre outras funções.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Não específico
Papel Principal com relação a IGs:	O cumprimento das suas normativas se faz pré-requisito a alguns produtos.
Momento de atuação no processo de registro:	Antes / Durante
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Pode emitir portarias que reconhecem certa região como produtora de determinado tipo de queijo Minas Artesanal. Essas delimitações podem embasar a propostas de IGs. Certifica os produtores de Queijo Minas Artesanal verificando se as condições necessárias para fabricação do Queijo Minas Artesanal são cumpridas pelos produtores (a higiene pessoal, o processo da ordenha, a elaboração do queijo, a armazenagem e o transporte para comercialização, e a sanidade do rebanho).
Relacionamento com a IP Serro:	Orientação, Certificação e Fiscalização
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Certificação de Produtores, que é um pré-requisito para o uso da IP, uma vez que as indicações geográficas não isentam os seus produtores de cumprir com as normas pertinentes a cada produto.

Quadro 28: Breve caracterização do IMA com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, IMA ([s.d.]); MINAS GERAIS (2002); e SEAPA-MG ([s.d.])

O trabalho da EMATER complementa ao do IMA. Enquanto a esse último caberia a função de fiscalizar e certificar, à EMATER cabe a orientação e qualificação. À EMATER também foi reportado um trabalho de socialização na região em questão. Isso é confirmado pela fala também de um de seus técnicos, que comenta que no período de busca pelo registro coube a essa instituição a parte de demarcação e mobilização. No quadro que segue sua caracterização é resumida.

No caso específico a EMATER e a FERT trabalharam em processos de caracterização e delimitação da área pertinente à indicação de procedência do Serro. Esse trabalho (de caracterização bem como construção de um regulamento técnico de produção) em outros casos tem sido desenvolvido por Instituições de Ensino Superior, pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), pelas Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas), pelos consultores do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), entre outros (BRASIL; MAPA, 2014; CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.]; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012).

EMATER – MG Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais	
Descrição da Instituição:	Empresa pública responsável pela execução das políticas de Assistência Técnica e Extensão Rural. Nesse sentido, são suas obrigações: planejar, coordenar e executar programas de assistência técnica e extensão rural, buscando difundir conhecimentos de natureza técnica, econômica e social, para aumento da produção e da produtividade agrícolas e para melhoria das condições de vida no meio rural.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão específica
Papel Principal com relação a IGs:	Apoio ao Registro por meio da caracterização
Momento de atuação no processo de registro:	Antes, Durante e Depois
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Para que o produtor rural das regiões caracterizadas atenda à legislação e se cadastre no Instituto Mineiro de Agropecuária- IMA, é necessário que ele procure a EMATER-MG do seu município e faça parte do Programa de Melhoria do Queijo Minas Artesanal. O Programa contempla, entre outros aspectos, a organização dos produtores, padronização de produtores, padronização de produtos, normatização de processos de produtos, normatização de processos de produção, embalagens, comercialização e, finalmente, certificação da origem e qualidade de seus queijos. Realiza também Concursos Anuais do Queijo Minas Artesanal.
Relacionamento com a IP Serro:	Sensibilização e Qualificação
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	A empresa atuou na Caracterização da Microrregião do Serro como produtora de Queijo Minas Artesanal em 2002.

Quadro 29: Breve caracterização da EMATER-MG com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, EMATER-MG (2011b) e França (2012)

Essas instituições, em sua maior parte, segundo representante da APAQS, passaram a atuar na região apenas após o registro e mais recentemente. O entrevistado comentou que a EMBRAPA está desenvolvendo uma pesquisa em âmbito local, assim como algumas universidades, sendo as principais a UFV (Universidade Federal de Viçosa), a UFVJM (Universidade Federal do Vale do Jequitinhonha e Mucuri) e a UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais). Ainda segundo este, o interesse em pesquisas na região relacionadas ao queijo do Serro cresceu após o registro e inclui pesquisadores de locais mais distantes. A atuação da UFV é marcante, pois foi iniciada antes do registro. Tratam-se principalmente de trabalhos no âmbito da microbiologia que estão sendo feito “a duas décadas talvez” e que “ajudaram a embasar a questão das leis”.

O SEBRAE realizou um diagnóstico junto aos produtores de queijo minas artesanal do Serro que foi entregue no final de 2014. Além disso tem apoiado a questão das IGs em âmbito nacional com a elaboração de um catálogo com as IGs já registradas (GIESBRECHT et al., 2014) e outras publicações relacionadas; com a realização de eventos e patrocínio aos produtores e/ou representantes das Associações detentoras de IGs para participação nos

mesmos (como ocorreu no Hortifruti & Foods Brasil Show, por exemplo, quando a organização patrocinou a viagem e o estande de representante da APAQS). A continuidade algumas outras possibilidades de ação ainda não encontradas na região em estudo são elencadas na caracterização da organização.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	
Descrição da Instituição:	Entidade privada que promove a competitividade de empreendimentos de micro e pequeno porte (com faturamento anual inferior a R\$3,6 milhões). Oferece cursos, seminários, consultorias e assistência técnica.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia (UAIT)
Papel Principal com relação a IGs:	Prospecção; Apoio e Promoção
Momento de atuação no processo de registro:	Antes e Depois
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Sensibilização de empresas e produtores por meio de publicações, matérias na mídia e eventos; Estímulo ao uso da indicação geográfica como ferramenta de diferenciação de produtos, agregação de valor e acesso a mercados; Diagnósticos estaduais; Apoio a projetos de estruturação de novas IG, Elaboração de norma técnica sobre sistema de gestão de IGs junto com a ABNT; Consultorias tecnológicas e serviços laboratoriais dentro do Programa SEBRAETec, que incluem: consultoria para implantação do código de práticas (regulamento de uso) de cada IG; Serviços metrológicos (análise de produtos); Apoio à gestão Tecnológica das IGs; Ações gerais que podem beneficiar detentores de IGs entre as quais apoio à construção de Planos de Marketing por meio da ferramenta Click Marketing e Promoção de “missões” (viagens); eventos; convênios e proposta de criação do selo brasileiro IG.
Relacionamento com a IP Serro:	Apoio pós-registro
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Diagnóstico realizado em 2013-2014; Patrocínio à participação de eventos; Divulgação do produto com registro no catálogo publicado.

Quadro 30: Breve caracterização do SEBRAE com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, (SEBRAE, 2014)

O SEBRAE Minas desenvolveu um projeto junto a Associação dos Produtores de Queijo da Canastra (Aprocan) em prol do posicionamento e consolidação da marca “Região do Queijo da Canastra”. A proposta é que a marca auxilie a reforçar e difundir o Selo de Indicação de Procedência do queijo minas artesanal da Canastra. Sendo que somente aqueles que atenderem aos requisitos do regulamento de uso da IP poderão utiliza-la. Além do lançamento da marca, no ano de 2015 houve a divulgação de curiosidades, dicas, vídeos e informações sobre o projeto Queijo Minas Artesanal na Região da Canastra e sobre a região em si. O

diagnóstico realizado na região do Serro pode ser um indício de possível trabalho semelhante, mas não houve menções a respeito dessas intenções no local de estudo. Sobre a questão um dos comerciantes comenta:

[...] acho que o trabalho que eles desenvolvem em cima da marca Canastra e é muito positivo, eu acho que talvez entre um pouco no sistema de viabilidade de negócios também. Eu particularmente só acho que: Tem que desenvolver o nome Canastra? Tem que fortalecer o nome Canastra. Mas a gente não pode pensar que é o fim do caminho. **Não pode pensar só nele.** Tem que pensar muito nos outros nomes, não só nesse. Também tem que pensar no queijo coalho, no queijo serrano, no queijo do Marajó, queijos novos, queijo do Jorginho lá da Paraíba. Não vamos fortalecer só um nome, senão eu vou ter uma loja só de queijo Canastra. Deixa o Canastra aqui que é o que vende e só. Não vou me esforçar para vender outro e oferecer uma diversidade de queijos brasileiros. **Todo esse esforço tem que ser dividido igualmente para todos.** Todos somos filhos do país, não é só um! (Bruno Cabral, 2015, grifo nosso).

A coleta de informações para diferenciação (identificação das demandas do mercado, de oportunidades, etc.) nem sempre é fácil ou familiar aos produtores agroindustriais. Miranda (2009) destaca que é contumaz que os custos ligados à busca dessas informações sejam altos. Assim sendo, a diferenciação mercadológica pode ser estimulada por agentes externos capazes de colher esses dados, seja pelo contato ou estímulos que pode ter com o mercado consumidor. Esses agentes podem atuar de forma positiva, fornecendo incentivos para o estabelecimento de uma relação cooperativa, ou de forma oportunista gerando dependência (das informações ou relações comerciais estabelecidas).

No sistema territorial em estudo pode-se destacar, nesse sentido, os atores que servem como elos de ligação da produção queijeira com o mercado. São eles: a cooperativa; distribuidores ou “queijeiros”⁵⁵; e os comerciantes dos centros consumidores que compram diretamente de alguns produtores buscando o queijo nas propriedades ou os recebendo por meio de transportadora, correio ou até mesmo pessoalmente. Segundo o diagnóstico realizado na região (SEBRAE; APAQS, 2014) cerca de 60% da produção é comercializada por queijeiros⁵⁶.

A figura do queijeiro é comentada, em geral, de maneira negativa, como “o atravessador”, aquele que explora o produtor, que não se preocupa com a qualidade ou legalidade (certificação) do produto, que chega a coagir e ameaçar para que se venda com exclusividade ou por um preço específico. Entretanto, dois dos produtores comentam que vender para o queijeiro pode ser mais prático devido ao fato de eles buscarem na propriedade e

⁵⁵ Chama-se de queijeiro o comerciante que vai até a propriedade rural buscar o queijo para vendê-lo nos centros comerciais. Esses distribuidores de queijos, são comuns nas regiões do Serro e da Canastra (VALENTE, 2011). O termo também é utilizado para denominar aquele que faz o queijo, mas o uso mais contumaz na região é com relação ao distribuidor.

⁵⁶ Essa questão, nº 72 do formulário anexo, não possuía a opção cooperativa, além disso pedia que o produtor mencionasse o destino de sua produção em termos percentuais o que deixa esse dado pouco preciso e não tão confiável.

da diferença de valor que eles pagam muitas vezes não ser tão diferente ao pago pela cooperativa. “[...] Mas pensando bem a cooperativa paga até melhor um cadinho, mas você tem que levar o queijo. Daí sai elas por elas porque para a gente é longe” (Produtor D, 2015).

Dois dos comerciantes entrevistados comentam que a figura do distribuidor/queijeiro, apesar de não utilizada por eles, pode não ser estritamente negativa. Trata-se de um processo de exploração que pode, e ocorre, em vários outros mercados, não só com o queijo. Laura Cota, proprietária da De Lá e também pesquisadora, comenta que tinha uma visão negativa, mas diante dos seus estudos (CARVALHO, 2011) percebeu que o problema não é o ator em si, mas a forma como ele se relaciona com os demais:

[...] independente se tinha muita gente na cadeia entre o produtor e o consumidor, ou tinha pouca, não interessava a quantidade de gente, interessava as relações que as pessoas estabeleciam. Então se eu preciso de três pessoas para chegar aqui se todo mundo estabelecer **relação justa** entre eles não há problema algum. O problema é quando esses caras aqui eles compram e não querem saber quem é esse cara, quer massacrar esse cara, põe o preço lá para baixo, então não é a quantidade de gente. Não é que o intermediário é o “cara dos infernos”, “o capeta”, o cara não presta. Eu mesma tinha essa perspectiva e eu comecei a entender que não! Espera aí!? **O cara por si só ele não é ruim, ruim é a relação que ele estabelece entre as pontas** (Laura Cota, 2015, grifo nosso)

A Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro (COOPERSERRO), conforme comentado anteriormente, também possui aspectos positivos e negativos no âmbito da região em questão. Ela surgiu, de acordo com seu presidente, para possibilitar a distribuição/comercialização do queijo artesanal. Depois houve a diversificação e hoje, além de receber o queijo artesanal de cerca de 70 produtores, também produz vários tipos de queijo com leite pasteurizado. Ao mesmo tempo que entrevistados comentam que a sua existência permite uma maior rastreabilidade, favorecem à logística (de vendas e também de compra de insumos), e exigem certa qualidade; outros comentam que a sua forma de atuar tira um pouco a “identidade do produtor”, além de dar poder a um grupo que já está na gestão da organização a muito tempo, e de pagarem “abaixo do custo” quando passa da cota⁵⁷.

⁵⁷ Conforme as explicações recebidas durante a visita a instituição, a cooperativa estabelece uma cota mínima de queijos a ser entregue por produtor no período da seca. É com base nessa cota que vai ver o tanto que ele vai poder entregar durante o ano. No período “das águas” há um percentual de aumento, mas passou da cota ele vai receber menos. É o que se chama de “extra cota”. Além do cumprimento da “cota” outro fator que pode diminuir o valor pago pelo queijo é a análise da qualidade. No momento da entrega há uma ficha que avalia de 1 a 5 os queijos nos quesitos apresentação, cor, textura, consistência, paladar e sal. Caso o produto seja mal avaliado ele pode ser rejeitado ou ainda pode-se pagar menos do que o valor seja “da cota” ou “extra cota”.

COOPERSERRO – Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro	
Descrição da Instituição:	“Braço econômico” que distribui e negocia a produção. Recebe queijo artesanal e produz com leite pasteurizado. Em nenhum dos casos o produto é maturado.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão
Papel Principal com relação a IGs:	Não atua
Momento de atuação no processo de registro:	Não atua
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Não atua
Relacionamento com a IP Serro:	Coexistente / Potencial ameaça
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Coexiste com a APAQS sendo que os associados da APAQS podem ser concomitantemente cooperados. Durante o processo de registro da IP participou das discussões, bem como de missões técnicas no âmbito do convênio Brasil-França. Detêm o registro da marca “Do Serro” e ameaça impedir a sua utilização.

Quadro 31: Breve caracterização da COOPERSERRO com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa; COOPERSERRO ([s.d.]); e França (2012).

A cooperativa atua também como distribuidora vendendo de maneira direta ao consumidor final apenas em âmbito local (no supermercado próprio). Fora da região, em grandes centros consumidores, entre os quais pode-se destacar Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, alguns comerciantes de destacam pelo fato de atuarem não só na venda, mas também disseminando conhecimento com relação aos queijos artesanais brasileiros. Os três empreendedores entrevistados, por exemplo, realizam eventos tais como palestras e degustações; destacam “nome e sobrenome” valorizando os produtores; explicam particularidades (inclusive dando ao consumidor explicações sobre o que são indicações geográficas); dão uma espécie de “consultoria/curadoria” para empreendimentos como restaurantes e/ou meios de hospedagem para a utilização dos queijos.

Os empreendedores mencionam possuir clientes bastante distintos. Há desde aqueles que nunca ouviram falar, mas gostam de provar; aos que buscam “qualidade”; ou o “gourmet” ou ainda “compram a proposta” das lojas de valorizar o produtor e ter uma relação mais justa. Novos comportamentos de consumidores, buscando nos produtos atributos regionais, culturais e até políticos são percebidos. Nesse sentido, corrobora-se com a menção de que “o consumidor não é mais considerado como um agente passivo, mas um sujeito capaz de reagir e promover certos modelos de desenvolvimento. Alguns autores falam de “consum’ator”, evidenciando o consumidor engajado, o consumidor consciente (BRASIL; MAPA, 2014, p. 43)”.

A comercialização para outros estabelecimentos que utilizarão o produto em suas preparações culinárias é apontada com grande nicho aos produtos com IG. “Um dos setores que mais valorizam as IGs é a culinária gourmet. Grandes chefs vêm adotando produtos primários,

ou processados, genuinamente brasileiros. Resgatando também receitas tradicionais que são reformuladas com essas verdadeiras preciosidades regionais (SEBRAE, 2014, p.04)”. A questão também é comentada por um dos entrevistados:

[...] um chef ele poderia construir opiniões, formar opiniões a respeito do nosso queijo, isso é o que importa para nós, para o produto, colocar a importância do queijo na mesa também do cliente, o cliente vê a importância dos valores, de comer a cultura, mas as formas de se comer essa cultura, preparações, versatilidades do produto, valorizar os atributos do produto, sabor, aroma, texturas, cores, os nossos consumidores são ávidos por novos sabores, novas texturas (Cleube Boari, 2015).

No âmbito local podem haver atores não relacionados diretamente com o queijo ou com a indicação de procedência que podem contribuir para a sua divulgação e/ou fortalecimento. Esse parece ser o caso de uma empresa mineradora recentemente instalada na região (em 2014), descrita no quadro que segue. É sabido que as mineradoras devem oferecer contrapartidas às comunidades nas quais se inserem. A AngloAmerican possui algumas iniciativas relacionadas ao desenvolvimento do turismo na região em estudo e foram mencionadas atuações pontuais com produtores do queijo do Serro. Por mais que algumas ações sejam desenvolvidas devido a compensações obrigatórias, o seu direcionamento em prol do queijo artesanal ou até mesmo em prol da indicação de procedência existente no território parece estar acontecendo e ter potencial para crescer.

AngloAmerican	
Descrição da Instituição:	Mineradora com sede no Reino Unido que opera no Brasil desde 1973. Possui desde 2014 o Projeto Minas-Rio com mina e planta de beneficiamento (Conceição do Mato Dentro; Alvorada de Minas e Dom Joaquim/MG); mineroduto (32 municípios de Minas Gerais e Rio de Janeiro); e porto (Campos dos Goytacazes – RJ).
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão específica
Papel Principal com relação a IGs:	Não atua
Momento de atuação no processo de registro:	Não atua
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Não atua
Relacionamento com a IP Serro:	Não há de forma direta, mas ações indiretas (conforme listadas abaixo) podem beneficiá-la.
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	<ul style="list-style-type: none"> • Apoio a participação de evento (patrocínio de viagem de produtor para participação em concurso de queijos); • Elaboração de material de divulgação (Revista Institucional e folder para turistas) com relação ao queijo artesanal do Serro; • Promoção de “Seminário de Turismo e Desenvolvimento Regional” (2013) focando a gestão e desenvolvimento do turismo na região; • Obras de infraestrutura – “Mais de 500 quilômetros de estradas foram recuperados desde a criação da Unidade Minério de Ferro Brasil. Entre os investimentos em infraestrutura, uma ação

	<p>importante foi a recuperação do trecho de 60 km entre as cidades de Conceição do Mato Dentro e Serro. Aplicamos R\$ 5,5 milhões nas intervenções, que incluem também um trecho da MG-229 (municípios de Dom Joaquim e Senhora do Porto). Por meio de um convênio com o Departamento de Estradas de Rodagem de Minas Gerais (DER-MG), repassamos o valor de R\$ 10 milhões para a pavimentação do trecho da MG-010”; Investimento em segurança pública, melhoria de infraestrutura em quarteis, delegacia e cadeia pública (5 milhões).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa Circuitos do Conhecimento (2014) realizado em parceria com Conselhos Municipais de Turismo dos municípios de Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Serro e Alvorada de Minas e o SENAC/MG – 280 nos cursos oferecidos: Culinária Mineira; Excelência em Vendas; Gestão de Compras e Estoque; Matemática Comercial; Rotinas de Pessoal; Serviço de Garçom e Garçonete. • PROMOVA – Programa de desenvolvimento de fornecedores
--	--

Quadro 32: Breve caracterização da Angloamerican com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa e Angloamerican (2014, 2015a, 2015b)

Por fim, é necessário destacar, mais uma vez, que a articulação local encontrada no Serro é bastante específica e cada processo pode sofrer pressões e/ou obter vantagens decorrente de um contexto territorial e histórico particular. Atualmente, percebe-se no cenário nacional algumas outras instituições de ensino superior; núcleos de pesquisa; institutos; organizações não governamentais e associações de setores específicos que atuam em prol de indicações geográficas de forma geral ou de casos específicos. Assim, à guisa de finalização dessa subseção, vale ainda citar algumas institucionalidades e movimentos recentes que, por mais que não ainda não tenham tido expressividade no caso estudado, podem no futuro desenvolver atividades que o beneficiem.

As instituições mencionadas abaixo foram selecionadas por seu destaque em eventos relacionados à indicações geográficas (caso da OriGin), e/ou por sua menção em fóruns de discussão relacionados aos queijos de leite cru e gastronomia em redes sociais (*facebook* e *twitter*), publicações específicas (Caderno Paladar do jornal Estadão; Caderno Comida do Jornal a Folha de São Paulo; Revista Menu e Revista Prazeres da Mesa) e por serem de conhecimento de pelo menos dois dos sujeitos entrevistados⁵⁸. Ademais, o MAPA destaca a atual formação de movimentos sociopolíticos ao redor das IGs, destacando nesse âmbito o *Slow Food*, a OriGin e Associação das Regiões Europeias dos Produtos de Origem (BRASIL;

⁵⁸ Duas organizações de proteção à propriedade intelectual e uma organização de defesa ao queijo de leite cru não foram descritas devido ao desconhecimento e baixa expressividade no âmbito da região em questão. São elas: AIPPI – Associação Internacional pela proteção da propriedade intelectual (*Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle*); ABPI - Associação Brasileira de Proteção à Propriedade Industrial; e *Cheese of Choice Coalition* (Coalisão pela escolha do queijo) - Programa da organização não governamental americana “Oldways” que apoia a produção de queijo artesanal tradicional de leite cru. Sua missão combina educação, defesa, contato com o consumidor e engajamento da comunidade.

MAPA, 2014). Esses atores formam uma rede de ação política (*policy networks*) em prol da promoção e defesa das IGs. O *Slow Food* e a ONG SerTãoBrás também se destacam por ter um trabalho direcionado especificamente ao queijo de leite cru. Assim essas instituições são descritas abaixo.

OriGIn - <i>Organization for an International Geographical Indications Network</i>	
Descrição da Instituição:	Primeira organização internacional para promoção e defesa das IGs. Criada por produtores em 2003. A oriGIn representa 400 organizações de produtores e outras instituições relacionadas as IGs provenientes de 40 países (Dados referentes a dezembro de 2014). Há apenas duas associações brasileiras membros (Associação dos Carcinicultores da Costa Negra; Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho) e um associado individual (Ana Lúcia de Sousa Borda, agente de propriedade industrial e advogada e sócia do escritório Dannemann Siemsen), entretanto a organização já apoiou alguns eventos no Brasil (tais como o Simpósio de Indicações Geográficas realizado em Ilhéus em 2014) e há um evento a ser realizado no país previsto para 2015.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Toda organização
Papel Principal com relação a IGs:	Promoção / Cooperação / Proteção
Momento de atuação no processo de registro:	Antes, durante e depois
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	<ul style="list-style-type: none"> • Promover mundialmente o conceito das IGs; • Incentivar as nações a adotar legislação pertinente sobre as IGs; • Aumentar o número de países favoráveis às Indicações Geográficas dentro do comércio internacional; • Manter pressão para que a proteção das IGs seja uma prioridade nas negociações internacionais; • Lutar contra usurpações; • Incentivar parcerias entre seus membros, transferindo tecnologias, somando experiências e informações, além de opiniões dos produtores nas negociações internacionais para a proteção das IGs.
Relacionamento com a IP Serro:	Inexistente
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	De forma direta ainda não houve nenhuma ação dessa organização em relação à IP em estudo, entretanto a OriGIn tem ampliado sua atuação no Brasil e entende as IGs como sendo chave no desenvolvimento sustentável.

Quadro 33: Breve caracterização da OriGIn com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa; Kakuta et al. (2006); e OriGIn (2014).

Slow Food	
Descrição da Instituição:	Associação internacional sem fins lucrativos existente desde 1989. Conta com mais de 100.000 membros e apoiadores. O princípio do movimento é o “direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção, os produtores”. As atividades da associação visam defender a biodiversidade, a educação do gosto e unir aos co-produtores (consumidores) aqueles que tem produtos de excelência.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão específica
Papel Principal com relação a IGs:	Não há um trabalho específico, mas sim complementar, posto que a organização preza a valorização de produtos com identidade específica, e se opõe “à tendência de padronização do alimento no mundo”
Momento de atuação no processo de registro:	Não atua diretamente
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Não atua diretamente
Relacionamento com a IP Serro:	Salvaguarda do queijo de leite cru.
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de Trabalho, criado em 2011, sobre os queijos de leite cru visa preservar a produção tradicional e destaca alguns problemas com relação ao alcance das normas impostas. • Participação, por meio do GT supracitado, no Fórum Internacional: Indicações Geográficas, Patrimônio Cultural e os Queijos de Leite Cru (2013) buscando formalizar o “Plano de Salvaguarda do Modo de Fazer do Queijo Tradicional de Minas”. • Campanha permanente pela valorização dos queijos artesanais do Brasil, com foco na legalização e defesa da utilização do leite cru como matéria prima (Figura 29). • Realização de eventos entre os quais degustações como a realizada em outubro de 2013 com os queijos do Sr. Eduardo José de Melo (Figura 29) • Apoio ao Prêmio Queijo Brasil, Concurso de Queijos idealizado pelo empreendedor Bruno Cabral; • Cheese, um dos maiores eventos Slow Food, é dedicado ao ‘leite em todas as suas formas e formatos’(ou seja, não somente o queijo em si, mas também a manteiga, o leite, o iogurte). Bianual, o evento busca atrair a atenção do público para questões tais como as batalhas jurídicas que os produtores de queijo de leite cru enfrentam, o desaparecimento de tradições e os diversos tipos de queijos existentes no mundo.

Quadro 34: Breve caracterização do SlowFood com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em dados da pesquisa, Slow Food Belo Horizonte (2013a, 2013b); Slow Food Brasil (2014, 2015)

Figura 10: Campanha em prol do Queijo Artesanal e Banner digital de degustação de Queijo do Serro
Fonte: Slow Food Belo Horizonte (2013b)

SerTãoBras	
Descrição da Instituição:	SerTãoBras é uma sociedade civil sem fins lucrativos que existe desde 2007, mantida por doações de pessoas físicas e jurídicas, cuja proposta é informativa. São três linhas centrais de aglutinação de informações, a saber: comunicação para quem quer comprar e vender queijo artesanal; informações práticas para melhorar a vida dos produtores de queijo, a partir de 2015; biblioteca estudos sobre a situação do queijo de leite cru no Brasil nas dimensões culturais, sociais, políticas, econômicas e legislativas.
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem divisão específica
Papel Principal com relação a IGs:	Divulgação.
Momento de atuação no processo de registro:	Não atua diretamente
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	<ul style="list-style-type: none"> • Traz informações com relação a diferença entre os signos distintivos de indicação geográfica e fornece links ao INPI e a trabalhos acadêmicos relacionados; • A proposta do SerTãoBras é ser um “thinktank” ou uma usina de ideias para as questões dos pequenos produtores rurais brasileiros e dessa forma aumentar a expressão desse tipo de produção no Brasil (SERTÃOBRAS, 2009). • Ao mesmo tempo em que valoriza e dissemina informações quanto ao queijo de leite cru, em alguns momentos tece críticas às políticas e regras impostas à produção. A política de indicação geográfica em específico é criticada pela restrição às inovações e diferentes sabores decorrentes (principalmente no caso das denominações de origem) devido ao seu princípio de padronização dos produtos, bem como pela imposição das regras sanitárias vigentes ao produto tradicional (PEREIRA, 2015).
Relacionamento com a IP Serro:	Divulgação / Informação
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Divulgar e preservar o queijo Mineiro

Quadro 35: Breve caracterização da SerTãoBras com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em (PEREIRA, 2015; SERTÃOBRAS, 2009)

Assim como existem essas institucionalidades favoráveis, alguns fatores, bem como instituições podem apresentar-se com força contrária ao sistema territorial em estudo. Os fatores serão mais bem abordados quando se tratar das restrições impostas ao sistema na análise por meio da CATWOE disposta na seção a seguir. Em termos de organizações, a supramencionada Cooperativa, bem como a Associação Brasileira das Indústrias de Queijo, foram as principais percebidas como potencialmente geradoras de entraves. Cabe destacar que essa percepção é decorrente de menções de seus representantes e comentários de entrevistados e não necessariamente irá se concretizar.

ABIQ – Associação Brasileira das Indústrias de Queijo	
Descrição da Instituição:	Fundada em 1988, representa “o setor queijeiro nacional”. Possui mais de 100 associados que representam cerca de 65% dos queijos sob inspeção federal
Divisão ou Departamento relacionada com IGs:	Sem relação direta
Papel Principal com relação a IGs:	Força Contrária
Momento de atuação no processo de registro:	Antes e Depois
Detalhamento da atuação com relação a IGs:	Como entidade que engloba grandes laticínios e defende “pleitos institucionais dos fabricantes de queijos junto aos órgãos fazendários, tributários, e autoridades sanitárias” poderia exercer pressões para aplicação de legislação semelhante aos queijos de leite cru. Ademais, nas suas orientações ao consumidor, por exemplo, indica que “ao comprar um queijo, observe se o fabricante tem o número do SIF (Serviço de Inspeção Federal). Essa é a primeira dica de que o queijo é feito com leite pasteurizado e com boas práticas de produção pois proveem de laticínios vistoriados pelos veterinários do Ministério da Agricultura e devem seguir diversas normas” (ABIQ, 2014a).
Relacionamento com a IP Serro:	Não verificado
Detalhamento da atuação com relação a IP Serro:	Não verificado

Quadro 36: Breve caracterização da ABIQ com relação a IGs e a IP do queijo Serro

Fonte: Elaborado com base em (ABIQ, 2014a, 2014b)

5.2.2 Aplicação do CATWOE enriquecido

Pode-se perceber pela descrição realizada na seção anterior que muitas são as organizações que interagem em prol das indicações geográficas no Brasil e no mundo. Nem todas participaram ativamente no caso em estudo, mas há, em certa medida, uma rede formada em decorrência do registro de indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro. Nessa rede, entretanto, nem todos os elos se mantiveram ao longo do tempo e, em alguns momentos, pode haver sobreposição de atividades e falta de clareza com relação a quais as atribuições de cada um dentro do sistema que busca o desenvolvimento territorial por meio da indicação geográfica. Uma metáfora utilizada por um dos representantes da APAQS, quando indagado com relação a como são as articulações entre as instituições, pode ser útil à compreensão da situação em tela:

O novelo de linha foi desenrolado, depois foi puxando e ele embaralhou todo e ninguém sabe para onde está a ponta. Tem muito trabalho, muita esperança, muita expectativa de melhora do produto final e no fim está um novelo de lã que não se sabe como desenrolar. Acho que tem que sentar com as instituições, ver o municipal, o estadual, o federal, ver a comunidade, as associações, as organizações não governamentais...sentar e falar: vamos montar um projeto? E daí ver o que faz cada um, o que é que eu posso realmente contribuir? (Entrevistado APAQS, 2015).

Sendo as relações um pouco confusas, conforme descrito, o uso da ferramenta CATWOE enriquecida (BASDEN; WOOD-HARPER, 2006; BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004; CHECKLAND, 2000; FEROLLA, 2013) pode ser útil para compreender o sistema complexo, mais especificamente para se observar a totalidade e sintetizar os agentes que efetivamente participam do fenômeno. O acrônimo CATWOE se refere a: C - *Customers*; A - *Actors*, T - *Transformation Process*, W - *Weltanschauung*, O - *Owners*, E - *Environment*. Como boa parte das questões depende da transformação (T) observada, acredita-se que a antecipação desse elemento pode deixar mais clara as explicações. Assim, ao invés de seguir a ordem CATWOE, a explanação será na ordem “TCAWOE”.

O “T” em análise não se refere apenas a entrada e insumos e saída de um bem alterado, mas sim ao processo (interações) de transformação que ocorre (BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004). Nesse sentido, no sistema analisado, o processo central é a implementação da indicação geográfica (indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro). Assim pode-se considerar que os *inputs* são o saber-fazer do queijo minas artesanal, a legislação referente a indicação geográfica, e recursos (de tempo e orçamento) e o *output* a entrega (comercialização) do produto com IP.

Os clientes não se restringem aos compradores de bens e serviços (CHECKLAND; WINTER, 2006). A proposta é que se entenda como componente dessas categorias todos os impactados, vítimas ou beneficiários do sistema (BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004). Tendo em mente que seu delineamento sugerido não deve ser nem muito restrito, nem muito amplo (BASDEN; WOOD-HARPER, 2006; FEROLLA, 2013). Entende-se que no sistema em estudo o signo distintivo foi pensado para beneficiar à priori os produtores de queijo, sendo estes, portanto, os principais beneficiários do sistema. Como beneficiários indiretos apontam-se os consumidores do queijo minas artesanal com indicação de procedência do Serro. Há que se destacar que há dependência do primeiro com relação ao segundo, pois se não houver benefício percebido pelos consumidores os benefícios aos produtores também serão reduzidos (ou até extinguidos).

Ambas as pontas podem ser consideradas beneficiárias diretas de uma implementação efetiva de indicação geográfica, conforme percebido na revisão integrativa são possíveis reflexos em termos de: proteção legal (aos consumidores e produtores); desenvolvimento rural (impactando principalmente ao produtor em termos da produção, de forma qualitativa e quantitativa; de geração e fluxo de capital econômico por meio do produto ou atividades correlatas; e social); mercado (servindo ao consumidor como instrumento de auxílio a tomada

de decisão de compra, bem como fornecendo garantias; e ao produtor pelo incremento de valor e promoção e diferenciação do produto e do local de produção). Além disso, nota-se que ambos os elos (produtores e consumidores) são os que transparecem almejar produtos com essa espécie de distinção.

Também foi encontrada na revisão integrativa a questão da preservação (cultural e ambiental), apesar de ao se analisar com maior detalhamento poder haver mais beneficiários como os animais e o meio em si e a população local de maneira geral ou até global, entende-se que os incluir em “C” seria deixar o escopo muito amplo. Ao se pensar a proposta da IG como ferramenta de desenvolvimento territorial, seria a população geral necessariamente beneficiária. Entretanto ao se pensar no âmbito regional, como praticamente todos possuem vínculo (direto ou indireto) à atividade queijeira, entende-se que delimitar em termos de produtores e consumidores transparece melhor os diretamente afetados. Com relação aos “atores”, que realizam o processo de “transformação”. Além disso, ao se pensar em gestão pública, toda política ou programa deve buscar o bem da sociedade (cidadãos) como um todo, mas para tal finalidade é necessária a delimitação de alvos que possam potencialmente catalisar os esforços e recursos disponíveis.

Os “atores” diretamente responsáveis pela implementação (registro e uso) da indicação de procedência do Serro são os membros da Associação (APAQS) e os consultores que auxiliaram no processo (Agrifert) do registro e os membros do canal de distribuição (queijeiros/distribuidores; comerciantes, locais ou externos; “comunidade turística”, tais como meios de hospedagem, lojas de souvenir, ou estabelecimento de alimentação, que comercializam ao consumidor-turista) que possibilitam (ou possibilitarão no caso) a disponibilização do produto ao consumidor. Além do próprio produto em si, esses atores mobilizam informações e outros insumos que podem contribuir para a efetivação do “T”. Com relação às competências relevantes ao bom desse processo (T) (BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004) pode-se apontar algumas questões, listadas a partir das entrevistas e observação do sistema:

- Conhecimento específico – compreensão das particularidades da produção (modo artesanal de fazer queijo minas) e do produto resultante (queijo do Serro), os registros que possui, possibilidades de preparações com o queijo etc. para que as características possam ser mantidas além de destacar os diferenciais do mesmo;

- Competência Administrativa – entendida como capacidade de planejamento, organização, direção e controle, principalmente no âmbito da Associação, podendo também envolver propostas conjuntas com os demais atores;
- Competência empreendedora – Visão de negócio, assumindo riscos controlados (como por exemplo o fornecimento de amostra, participação e realização de eventos), mas embasados em uma proposta sólida;
- Conhecimento do Mercado – Percepção de público-alvo interessantes ao produto com maior valor agregado e adequado atendimento às demandas desse público;
- Conhecimento dos programas (públicos e privados) que poderiam financiar uma ou várias das ações necessárias à efetiva utilização da IP;
- Competência comunicacional – para dialogar com os vários atores (interessados e conflitantes) e ainda disseminar conhecimento com relação a indicação geográfica na região e fora desta;
- Competência motivacional – para mobilização dos membros do processo (em âmbito local e externo) em prol de um objetivo comum.

Há que se destacar que, dentre as competências elencadas a mais presente no sistema (BASDEN; WOOD-HARPER, 2006) é certamente a relativa ao conhecimento específico, pois o “saber-fazer” do queijo minas artesanal ainda é transmitido de geração para geração. Ainda assim, o conhecimento com relação aos registros e seus diferenciais não é tão disseminada quanto o “saber-fazer”. Além dessas, certamente há outras competências desejáveis, e pode-se apontar a última, articulação, como fator chave. A forma como essa articulação se efetivará depende também do compartilhamento de uma visão de mundo, “W – *Weltanschauung*”, que auxilie a definir metas e objetivos em comum.

O maior problema na definição desse elemento (W) é a frequente falta de clareza em relação a ele, mesmo dentre os envolvidos no sistema (FEROLLA, 2013, p.93). Ao analisar o sistema percebe-se que está havendo uma alteração nas visões dos envolvidos. Na época de trabalho para o alcance do registro havia, aparentemente, diferentes “visões de mundo” entre os componentes do sistema. Essas visões talvez tenham ocasionado a busca por diferentes objetivos entre as partes. Enquanto as entidades públicas vislumbravam ao desenvolvimento territorial e inclusive buscaram articulação com a entidade estrangeira que possuía esse norteammento, a liderança local passava por um momento de “defesa” com relação a ameaça da impossibilidade de produção e comercialização do queijo o que deixava o processo urgente e com fins de proteção. Se a questão é cumprir com um requisito para poder produzir e

comercializar o queijo, uma vez que se alcança o registro o objetivo está cumprido e, conseqüentemente, não há necessidade de efetiva articulação após o mesmo para sua real implementação. Uma nova visão pautada por objetivos comerciais, mas não apenas nestes, pode estar emergindo e corroborar para a busca do desenvolvimento territorial sustentável.

O compartilhamento de um propósito comum de desenvolvimento territorial pode ser um dos primeiros passos para que o sistema possa funcionar de forma sinérgica. Martinelli e Joyal (2004) comentam que em uma parceria, os atores percebem que suas ações individuais não são suficientes para atingir os objetivos almejados e, com isso, desenvolvem tarefas de forma complementar.

Os donos são os “tomadores de decisão” (*decision-makers*), que possuem autoridade, poder, responsabilidade e interesse no desempenho do sistema (BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004; FEROLLA, 2013) . No caso, oficialmente que pode parar o sistema é a APAQS, responsável legal pela IP, e os legisladores (que tratam de indicações geográficas, bem como do queijo artesanal de leite cru).

A atuação desses atores depende do ambiente (E – *Environment*) no qual encontram-se inseridos. O meio pode impor restrições ao funcionamento do sistema (CHECKLAND, 2000) que podem ser: determinativas, impostas pela natureza, ou normativa, socialmente construída e, portanto, alteráveis; e internas ou externas (BERGVALL-KAREBORN; MIRIJAMDOTTER; BASDEN, 2004). Do mesmo modo o ambiente pode favorecer ao sistema, permitindo o seu funcionamento (BASDEN; WOOD-HARPER, 2006). Assim, são apontadas algumas questões ambientais críticas no âmbito do sistema territorial da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro.

Exercendo força favorável encontram-se instituições: A) que prezam o “bem comer” como o Slow Food; a Mídia Especializada em Alimentação (Saudável, Sustentável, Regional, Justa, Gourmet, entre outras categorias nas quais o queijo artesanal de leite cru ou indicações geográficas aparecem cada vez mais frequentemente); Cozinheiros e Chefs capazes de formar opinião quanto ao gosto ou aos produtos locais como é o caso de alguns chefs que buscam utilizar matérias-primas de apelo regional; B) Que buscam a salvaguarda do queijo de leite cru e defendem a opção de escolha de consumo ou não do mesmo tais como SerTãoBrás e *Cheese of Choise Coalision*; C) Que visam à proteção do patrimônio imaterial, como o IPHAN; e D) Que buscam o fortalecimento das indicações geográficas e seus produtores, tais como a Origin; o SEBRAE; e outras associações detentoras de IGs.

Outras associações detentoras de IG, principalmente referentes a produtos da mesma categoria (queijo artesanal de leite cru), ao mesmo tempo em que podem contribuir ao

fortalecimento do sistema territorial em estudo (por corroborar para a criação de um conhecimento coletivo com relação ao significado desses signos de diferenciação entre outras questões), podem ser substitutos em alguns casos, gerando força negativa ante o sistema em questão. Há ainda outras instituições percebidas no sistema em análise que podem gerar restrições. São elas: ABIQ, pela defesa dos interesses dos grandes laticínios; COOPERSERRO, por potencial barreira ante o uso do termo “Do Serro” existente na representação figurativa da indicação de procedência em questão⁵⁹; e até mesmo o MAPA e IMA, pelas questões de legislação e fiscalização e necessidade de atenção às particularidades do queijo artesanal.

Exceto a cooperativa mencionada, todas as institucionalidades apresentadas em termos ambientais até o momento são externas ao sistema territorial em estudo. Internamente, contudo, há outras questões que foram apontadas pelos entrevistados como restrições ou desafios a serem ultrapassados. São aspectos políticos, socioculturais e administrativos que foram listados, junto aos fatores restritivos externos, no quadro 37 e posteriormente são um pouco mais comentados.

Restrições Ambientais		
Fatores	Tipo	Descrição
Legais	Externa / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Regulamentação e fiscalização sanitária; • Regulamentação da norma técnica.
Políticos	Externa e Interna / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Questões partidárias; • Questões de “poder” e “ego”;
Sociais	Externa e Interna / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Relações predatórias com distribuição desigualitária dos lucros entre os membros da cadeia produtiva; • Desconhecimento do signo indicação geográfica (por parte dos consumidores; produtores e gestores); • “Desconfiança”, Capacitação e Qualificação; • Sucessão Familiar não garantida;
Culturais	Interna / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Cultura de cooperação e associativismo; • Falta de compreensão e identificação com o patrimônio existente;
Administrativos	Interna / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Planejamento, Organização, Direção e Controle pouco estruturados; • Ausência de Planejamento e gestão de marketing (definição de públicos; posicionamento, branding, precificação, etc.)
Financeiras	Interna / Normativa	<ul style="list-style-type: none"> • Custos de adequação da estrutura das queijarias; • Custos dos exames laboratoriais obrigatórios • Custo de estocagem/maturação (tempo e espaço); • Custo logístico (decorrente das distâncias e exigências das transportadoras e Correios com relação a alimentos perecíveis);
Naturais	Interna / Determinativa	<ul style="list-style-type: none"> • Fatores climáticos que afetam a produção (época “da seca” e “das águas”) em termos quantitativos e qualitativos; • Distância entre as cidades da região e da região aos grandes centros consumidores.

Quadro 37: Restrições em “E – Environment”

⁵⁹ Ressalva-se que, segundo Gonçalves (2008), um dos efeitos de direito do registro de indicação geográfica é o direito de dispor do nome geográfico reconhecido independente do produto ou serviço, mas em relação ao mesmo, para uso publicitário ou para fins de divulgação. Além disso marcas que contêm nomes de lugares, em geral, não dão ao seu detentor a exclusividade pelo uso do termo. Assim, por mais que a questão tenha sido mencionada, provavelmente haveria um conflito e/ou talvez outros entraves antepostos, mas o nome geográfico pode ser utilizado pelos que seguem o regulamento de uso estabelecido para a IP.

Em termos legais as duas principais restrições que se impõem ao sistema são externas, sendo que uma se refere ao produto (queijo artesanal) e outra, ainda sem maiores detalhamentos, ao signo distintivo de indicação geográfica. Ambas as normativas se encontram “nebulosas” e seus novos delineamentos podem se apresentar tanto de maneira positiva, quanto de maneira restritiva ao sistema em análise. A busca pelo marco regulatório específico para a cadeia produtiva do queijo artesanal (comentado no capítulo 3) pode corroborar, não só ao alcance de uma efetiva diferenciação legal, mas também à maior disseminação do produto e, por conseguinte, de suas regiões produtoras. Já a norma técnica busca estabelecer uniformidade terminológica, mecanismos de controle e gestão. Em ambos os casos há preocupação com a operacionalização das leis.

O movimento em prol de nova legislação ao queijo artesanal tem se encorpado e já começa a chamar a atenção da mídia (CASTRO, 2015; CNA, 2015). A união de diversas instituições e essa divulgação por si só podem ser consideradas sinalizadores de uma alteração de conjuntura positiva ao fortalecimento da produção de queijo artesanal nacional, bem como do sistema territorial em estudo. Já a normativa Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) pretende ser a primeira norma técnica para indicação Geográfica do mundo e está em discussão na Comissão de Estudos Especial de Indicações Geográficas (ABNT/CEE-216), instaurada em parceria com o SEBRAE em 2014. “O plano de trabalho dessa Comissão inclui o desenvolvimento de normas nos seguintes temas: terminologia (glossário para padronizar os termos usados pelos gestores), diretrizes para estruturação de uma IG, rastreabilidade e mecanismos de controle (garantir a origem e o método de produção) e boas práticas de gestão (orientação de como gerir a IG)” (ABNT, 2015, p.19).

Com relação à questão “política” há duas concepções distintas colocadas como entraves. A primeira se refere a questão político-partidária que reflete na descontinuidade e/ou desinteresse nas ações já iniciadas por outro partido. Outra questão é a “personificação do poder” que, de certo modo, decorre das heranças patrimonialistas que ainda vigoram no país (FREY, 2000). Um comentário de um dos produtores deixa transparecer essa questão:

Cidade pequena o negócio é complicado. Eu me dou bem com todo mundo, não tenho compromisso político com ninguém, nem com a situação nem com a oposição. [...] Ele fala assim, vai lá falar você que é amigo do homem. Eu acho que não deveria pensar assim, o interesse do produtor, da cidade e da comunidade é que deveria ser mais importante (Produtor E, 2015).

A questão social possui diversas nuances que podem ser relevantes, posto que é a organização social dos produtores e da cadeia produtiva como um todo que dá aos produtos

suas características finais (ALLAIRE; CASABIANCA; THÉVENOD-MOTTET, 2011). A descrição do local de estudo no início do presente capítulo mostrou algumas diferenças em termos de índices. Além dessas na análise da realidade algumas outras questões emergem. Conforme comentou um dos técnicos da EMATER: “a região, os produtores de queijo, vão de A a Z, tanto em nível de escolaridade como nível de consciência mesmo, de conhecimento técnico e tudo, então tem que trabalhar um mundo muito heterogêneo”. Além disso as relações de confiança não são tão fáceis de ser estabelecidas, pois “o povo do Serro é mineiro, mas mineiro da gema, a gente é desconfiado”, “É cultural, é um mineiro diferente. O mineiro já é desconfiado, mas no Serro é bem mais desconfiado”. Isso pode ter relação com as relações predatórias com “queijeiros” e/ou outras instituições no passado e com a própria localização que torna a região mais isolada de certo modo.

Essa “desconfiança” acarreta também barreira ao trabalho associativo, pois há uma tendência ao individualismo. França (2012) remete o comportamento de trabalho individualista do serrano à herança do período de garimpo no qual aquele que descobria uma jazida de diamantes precisava escondê-la dos demais. A esse período também se reporta uma cultura de despreocupação ambiental na exploração agrícola decorrente do modo extrativista despreocupado da época.

Os costumes com relação ao queijo no âmbito local também impactam na forma de comercializá-lo e até de valorizá-lo. Na região o produto é consumido principalmente fresco e resfriado, mas antigamente era mais maturado. Alguns consumidores também não possuem familiaridade com o produto maturado, mas em contrapartida nos grandes centros (com potencial para pagar mais) se valoriza a maturação. Além disso o próprio conhecimento com relação aos registros de patrimônio imaterial e de indicação de procedência podem ser barreiras para valorização do produto dentro e fora da região.

A questão do custo para o armazenamento e maturação do queijo foi destacada por um dos entrevistados. Essa questão pode ser atrelada também a questão cultural uma vez que uma forma de governança para além da individualizada poderia favorecer a diminuição de eventuais custos de transação. Ademais, conforme comenta Miranda (2009), a disponibilidade de informações entre os agentes pode ser considerada um dos fatores que afetariam a distribuição da renda originada da cooperação econômica. Assim sendo, não bastaria o elo comercial, mas seria necessária a cultura de cooperação de fato.

[...] a identificação de uma demanda específica entre os consumidores somente se transforma em uma ação efetiva quando garantias são concedidas aos interessados nessa empreitada. Daí a necessidade de instituição de uma forma organizacional

adequada, capaz de garantir não apenas a maximização do valor derivado da cooperação como também o menor dispêndio de recursos possível. (MIRANDA, 2009)

Nesse sentido a questão cultural se atrela à administrativa e à financeira, pois a construção e funcionamento desse aparato burocrático, independente do formato, exige recursos (monetários, físicos, humanos, de tempo, etc.) (MIRANDA, 2009). Como conseguir esses recursos é algo que necessita ser pensado pela coletividade. No cenário em questão a existência da mineradora pode se fazer uma fonte de recursos alternativa. As próprias formas de financiamento governamentais, segundo o Produtor E, são pouco conhecidas, mas eles estão buscando descobrir “planos, instituições governamentais e verbas” que poderiam ser utilizadas.

Com relação a questão administrativa mencionou-se a dificuldade de organização dos produtores e da governança, mas também foram destacadas questões específicas principalmente ligadas as áreas de marketing; recursos humanos e contabilidade. Com relação ao marketing apontou-se a necessidade de estratégias de definição de públicos, posicionamento, comunicação, *branding* e precificação. Com relação aos recursos humanos: gestão de conflitos, motivação e lideranças. Por fim, a questão da contabilidade foi conectada com a de precificação ao aponta-se que os diversos cursos precisam ser trabalhados e pensados no momento de estabelecer preços.

A formação de uma auto concepção do produtor de queijos como empresário rural, que não se restringe à atividade tradicional produção de alimentos, mas também desenvolve atividades de proteção e valorização do território rural, talvez seja algo que leve tempo, mas pode ser um potencial caminho para o aperfeiçoamento das técnicas administrativas. Essa mentalidade, cara à um terceiro estágio da atividade rural (TRENTINI, 2006), possui especial relevância no contexto das indicações geográficas. Algumas “lutas” como a questão da regulamentação sanitária, de transporte, da maturação, entre outras mencionadas certamente são fatores desestimulantes. Entretanto, consumidores, turistas e organizações com interesse em disseminar e consumir produtos tradicionais como as comentadas no presente trabalho podem ser um estímulo.

As questões apontadas que podem ser encaradas como entraves, mas também podem ser vislumbradas como oportunidades de pesquisa, ação e mudança. Cabe destacar que são apenas alguns dos fatores que conformam o contexto do sistema estudado. Podem existir ainda outras variáveis não explicitadas, bem como uma combinação específica que leve o sistema a situação atual. Vale ainda mencionar que alguns apontamentos foram tecidos com relação aos

fatores apontados, não com a intenção de fazer-se prescritivo ou de destacar “a solução”, mas sim buscando compreender algumas alternativas diante de referenciais já existentes.

Conforme a proposta da SSM, o sistema mapeado e descrito anteriormente é expresso por meio de uma representação gráfica que ilustra os atores relevantes ao sistema em análise e suas relações. A chamada “figura-rica” construída é exposta a seguir.

5.2.3 Desenho do sistema

A elaboração de uma figura rica não possui um modelo ou normas rígidas a serem seguidos (FEROLLA, 2013). A figura rica proposta foi elaborada com auxílio do *software* Microsoft Visio e encontra-se disposta na figura 12.

O sistema territorial conformado pela implementação da indicação de procedência do Serro é considerado em transição. Possui elos que já existiram, entretanto deixaram de existir; elos que já foram mais fortes, se enfraqueceram e parecem estar se fortalecendo novamente; e elos em formação, e todos esses foram considerados relevantes para a compreensão da realidade estudada. Assim, antes da apresentação e descrição da representação, é importante ressaltar a sua provável (e desejável) alteração ao longo do tempo. Na ilustração a continuidade do vínculo é representada pelo tracejado utilizado para conectar os membros. Enquanto a linha contínua representa a existência de vínculo; o pontilhado denota vínculo que já existiu, mas deixou de ocorrer; a linha composta por traço e ponto representa vínculo que existe de forma fraca, mas que tem potencial de fortalecimento. Na figura 11 tem-se essa legenda.

Figura 11:Legenda da figura rica

Figura 12: Representação do Sistema Territorial da Indicação de Procedência do queijo Minas Artesanal do Serrão

O processo de transformação considerado (implementação efetiva da indicação geográfica) requer que haja o registro junto ao INPI e que as regras dispostas no regulamento de uso sejam seguidas para que se possa comercializar o produto utilizando a indicação de procedência. Assim sendo, todo produtor de queijo artesanal inserido no território delimitado que seguir ao que foi estabelecido no regulamento pode utilizar à IP (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, [s.d.]).

A instituição requerente da indicação de procedência do queijo do Serro foi a APAQS com intermédio da Agrifert que tinha um convênio com o MDA na época. Cabe destacar que a APAQS é composta por produtores, por tal fato na representação há parte dos produtores inseridos dentro e outros fora dessa. Em ambos os casos (caso se cumpra o regulamento) o produto com o IG pode partir para seguir seu trajeto até o consumidor.

Como a indicação geográfica não exime os produtores de cumprir com as normas legais de cada produto quando se trata de queijo mineiro duas entidades da administração pública indireta também são fundamentais e antecedentes para a oferta. São elas a EMATER e o IMA. Enquanto uma trabalha a assistência técnica e a extensão rural a outra certifica e fiscaliza. Nota-se no sistema, entretanto, um posicionamento de orientação de ambas. Essas tem atuado, dentro das suas limitações, em prol de melhorias no sistema produtivo dentro do Projeto Queijo Minas Artesanal.

Entre os produtores e os clientes, ao centro da imagem, os diversos atores responsáveis pela chegada do queijo com IP ao cliente são apontados. Conforme descrito anteriormente esses atores são, principalmente: os “queijeiros”, distribuidores que compram dos produtores e, em geral, revendem a comerciantes; comerciantes; e aqui também se inseriu a “comunidade turística” como elo em fortalecimento. A comunidade turística nesse caso é representada pelos estabelecimentos que compram o queijo do produtor para o entregar ao turista (seja na forma original ou transformada), assim sendo são meios de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, lojas de souvenir, entre outros.

Durante todo esse caminho não transita apenas o queijo com IP, mas também há fluxo monetário e de informações. Isso se dá não apenas em direção ao cliente, mas também a partir do cliente em direção aos produtores, principalmente quando se tratam de informações. No caso específico da comunidade turística pode-se pensar ainda no agente externo ao território que forma junto ao consumidor-turista um imaginário que irá influenciar as relações de troca com os produtores. Essas e outras trocas podem ser consideradas laços de realimentação que contribuem à manutenção de um equilíbrio dinâmico no sistema (ASHBY, 1956).

O sistema sofre uma série de influências, positivas e negativas, do ambiente. Essas influências ambientais foram representadas por raios (da cor laranja, para negativa; e da cor azul, para positiva). Essas influências ambientais foram representadas por “blocos”, sendo um de influência positiva; um de influência predominantemente negativa; e outro que se pode colocar como igualmente positivo e negativo. O bloco positivo tem influência mais próxima dos clientes, pois são movimentos e/ou instituições que podem incentivar o cliente a demandar mais queijos artesanais de leite cru com indicação geográfica como é o caso do Serro. Nesse foram enquadrados: O *Slow Food*; a mídia especializada em alimentação colocada na ilustração como “Mídia Gourmet” ainda que nem todas as publicações tenham necessariamente esse apelo; os chefs e cozinheiros que influenciam ao falar sobre o produto ou ainda fazendo com que o cliente o experimente; a OriGin, Organização que busca estabelecer uma rede de indicações geográficas; e organizações que lutam pelo queijo artesanal, SertãoBras e *Cheese of Choice Coalition*.

No bloco de influência preponderantemente negativa foram inseridos a cooperativa local (COOPERSERRO) pelo aparente desinteresse na temática e potencial barreira com relação ao termo “do Serro” além de alguns comentários negativos com relação a organização por parte de produtores e comerciantes e a ABIQ que, apesar de não ter sido mencionada diretamente, representa os grandes laticínios os quais foram comentados. Esses foram colocados não como concorrentes, pois entende-se que o produto artesanal é distinto, “é vivo”, mas pelo potencial de influência ante os agentes legisladores e fiscalizadores.

Como igualmente dotados de influências pró e contra o sistema em questão foram colocadas outras indicações geográficas. Essas outras indicações, já registradas ou em processo, tem recebido grande apoio de instituições de ensino superior e do SEBRAE e diante disso podem se fortalecer, bem como fortalecer às demais indicações geográficas. Em contrapartida, se a indicação de procedência não buscar sua implementação e competitividade, pode “se apagar” diante das demais.

Tendo em vista a descrição realizada, nota-se uma interdependência entre os atores locais e externos é percebida e foi inclusive mencionada por três dos entrevistados. Um dos empreendedores comenta algumas atribuições do poder público, das instituições de pesquisa, dos comerciantes e até dos próprios consumidores para que oportunidades relacionadas ao queijo artesanal de maneira geral possam ser aproveitadas:

A gente pode citar cada personagem nessa rede, nessa cadeia comercial e a gente pode citar algumas obrigações de cada um para melhorar e para valorizar o queijo. Agora, se um personagem dessa cadeia não produz o que tem que ser feito os outros

profissionais também não precisam produzir porque todas são fundamentais [...] (Bruno Cabral, 2015).

Por mais que haja uma articulação entre os atores ainda não se pode atribuir o efeito de desenvolvimento territorial ao registro de indicação de procedência em questão. O registro de IG obtido não tem sido plenamente utilizado, ainda assim, o próprio processo demandado ao registro pode ter alguns reflexos relacionados às variáveis intrínsecas aos componentes do desenvolvimento territorial. A percepção desses reflexos é comentada na seção que segue.

5.3 Desenvolvimento Territorial

Percebe-se que a indicação geográfica enquanto política pública implementada no território em estudo ainda não possui uma orientação para efetividade segundo as características dessa orientação que preconizam a criação de valor para o cidadão e uma ampla participação dos atores (COELHO, 2012). Não se pode afirmar categoricamente, mas, ainda que os órgãos públicos e supra estatais pareçam indicar as IGs como proposta para “fazer a diferença”, os dados indicam ainda uma busca pela eficiência e eficácia e talvez nem essas estejam sendo plenamente alcançadas. Cabe, entretanto, destacar que os ajustes e planejamentos propostos nessas orientações (eficiência e eficácia) seriam fundamentais para posterior busca pela efetividade.

A presente seção aborda alguns elementos do desenvolvimento territorial mencionados pelos entrevistados como existentes em decorrência da obtenção do registro de indicação de procedência. Percebe-se, no caso estudado, que o desenvolvimento territorial entendido de forma mais abrangente conforme proposto por Nalle Jr. e Passador (2007), que incorporam os conceitos de capital humano, capital social, territorialidade, cidadania e sustentabilidade, ainda não foi plenamente alcançado. Uma série de razões (restrições) ao sistema territorial conformado pela indicação geográfica, como mencionado na seção anterior, pode ter relação com o não alcance do objetivo preconizado por esse instrumento (desenvolvimento).

Somente os representantes da EMATER e da APAQS mencionam ter percebido alguma mudança relacionada a obtenção do registro de indicação de procedência. Essas menções foram agrupadas nos componentes do desenvolvimento territorial conforme a visão mais ampla elaborada com base em Abramovay et al. (2006), Bresser-Pereira (2006), Nalle Jr. e Passador (2007), Pires et al. (2011), Putnam (1996) e Sachs (2000), disposta na figura 5 (no capítulo 1). Em ambas as entrevistas, contudo, houve menções de que as mudanças percebidas foram aquém

do esperado. Percebe-se que a principal questão está relacionada ao reconhecimento do valor intrínseco do produto, entretanto esse valor não refletiu, até o momento, em valor comercial. Um comentário de um dos técnicos da EMATER sintetiza essa realidade: “[...] Não veio a valorização que a gente esperava, então eu acho que trouxe pouco, porque além de reconhecimento ele [o produtor] quer dinheiro no bolso também”.

Com relação ao capital físico-econômico, embasado na renda ou valor adicionado, houve uma menção de aumento de preços após o registro. Ainda assim esse aumento não foi suficiente antes os esforços para o registro, conforme comentou o representante da APAQS (2014): “Até aumentou [o preço], porém não compatível com trabalho no setor nacional. O produtor tinha que receber no mínimo, como fosse razoável 15,00”. Esse aumento não foi comentado pelos produtores entrevistados. Esses, pelo contrário, reclamaram dos valores praticados na região destacando a necessidade de mecanismos como o uso efetivo da IG e a maturação para distinção do produto.

Em termos de capital humano, relacionado ao indivíduo, foi mencionado que diante da ida de equipes de reportagens interessadas no queijo alguns produtores começaram a ter mais “desenvoltura com relação ao público”. Também foi mencionado aumento de cursos e orientações por parte do IMA e da EMATER. Assim nota-se que a principal variável impactada nesse quesito foi a ampliação das oportunidades de capacitação. Além disso, no âmbito do Programa Queijo Minas Artesanal, houve um esforço para que as queijarias fizessem adequações construtivas para melhoria higiênico-sanitária. Ainda que tais melhorias não tenham ocorrido diretamente devido ao registro de indicação geográfica, o movimento existente à época, que incluía esse registro, pode ter contribuído para esse outro aspecto do capital humano.

Com relação ao capital social, relacionado ao grupo e sua capacidade de privilegiar os interesses da coletividade em detrimento às individuais, nota-se menções paradoxais. Enquanto o representante da APAQS (2014) menciona que “[...]o maior resultado que vi foi a integração. Uma pessoa que se sentia muito pequena, sentiu a importância que tem no cenário. O pessoal participa das reuniões, chega, dá sugestões, faz colocações...” destacando o fortalecimento da identidade e a participação dentro desse componente, a falta de cultura cooperativa e o pensamento coletivo foi mencionado por outros como uma das dificuldades para a IG em questão (conforme descrito na seção anterior).

Não houve menção a reflexos percebidos ante a obtenção da indicação geográfica relacionados aos componentes “cidadania”, “condições de sustentabilidade” e “capacidades territoriais” no caso específico. Muitas das variáveis intrínsecas referentes a esses três

componentes, bem como aos demais supramencionados carecem de ser melhor desenvolvidas. Aspectos inerentes a essas três questões foram comentados como pontos críticos negativos dentro do contexto.

Com relação as capacidades territoriais, o pesquisador da UFVJM entrevistado destaca a importância de criação/difusão da cultura empresarial no meio rural. Esse pesquisador e um dos produtores destacaram também a preocupação com a sucessão, como problemática a ser trabalhada. Essa questão poderia ser incluída no componente “condições de sustentabilidade”, ainda que não tenha sido listada pelos autores utilizados para decompor as variáveis intrínsecas do desenvolvimento. Um dos comentários do professor Cleube Boari relaciona a cultura empresarial e a questão da sucessão:

A sucessão também é um problema e é culpa do produtor também. Ele reclama tanto que expulsa os filhos. O produtor rural não é mendigo, não é coitado, ele tem que parar de se enxergar e disseminar essa imagem. Os filhos não veem a roça e o queijo como um negócio. Não veem que a taxa de juros para o agricultor familiar é uma das melhores. Que ele pode sair e estudar e voltar e fazer seu negócio crescer... (Cleube Boari, 2015).

Ainda em termos de condições de sustentabilidade, a preservação dos recursos intangíveis, entre os quais o principal seria o nome que tornou-se conhecido, seria um dos pressupostos de um registro (GONÇALVES, 2008; RODRIGUES; MENEZES, 2000; VARELLA; BARROS, 2005) posto que essa foi a finalidade para o qual foi criado. Contudo foi mencionado haver carência de fiscalização e punição àqueles que utilizam de forma indevida, equivocada ou de forma a induzir o consumidor ao erro o nome geográfico “do Serro”. A falta de um “selo” para identificar ao queijo que cumpre com as normas da IP foi mencionada como potencial razão para esse problema. O representante da APAQS (2014) mencionou que esse será um dos prováveis trabalhos da nova gestão.

Foi mencionado que muitas confusões deste tipo ocorrem, principalmente no Mercado Central de Belo Horizonte, com o uso de placas como “Queijo Canastra do Serro” e “Serro de São Roque” em queijos que eventualmente não são nem da região do Serro e nem na região da Canastra, assim como são de qualidade duvidosa (Produtor E, 2014). Fernando Oliveira, da “A Queijaria, também mencionou que isso ocorre na cidade de São Paulo no comércio irregular como “do tio da Kombi”.

Durante a pesquisa foi possível registrar alguns exemplos de produtos lácteos que utilizam o nome “Serro” e que não são produzidos na região delimitada no registro e tampouco possuem as características do queijo dessa área. Abaixo são expostas duas dessas imagens, sendo que a primeira se refere a produto comercializado no aeroporto internacional Tancredo

Neves (principal aeroporto de Minas Gerais, em Confins) e que se encontrava disposto na prateleira exatamente ao lado do queijo produzido na cooperativa do Serro. Em ambos os casos não é possível afirmar que houve má fé ou ainda quaisquer irregularidades (para tal fim seria necessária maior investigação), entretanto é inegável que pode haver uma confusão por parte do consumidor leigo relacionando esses produtos com o produzido na região do Serro (MG) ou ainda na região da Serra da Estrela (Portugal).

Figura 13: “Queijo Serro da Estrela” e “Queijo Serro Delícias da Canastra”
Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

Ao discutir as indicações geográficas de maneira geral, o empreendedor Bruno Cabral (2015) destacou a necessidade de haver um trabalho mercadológico que gere valor para os consumidores de modo que esses desejem consumi-lo e, conseqüentemente haja incremento da renda. Conforme comenta o empresário: “É legal essa certificação protegida que preserva o nome, o método de produção, a região, você blinda isso, blinda os produtores, mas você não acresce nada mais para o consumidor. E é o consumidor que é o que faz valer a pena produzir queijo, sem consumidor não existe queijo [...]”.

Um fato marcante com relação ao registro de indicação de procedência foi a menção de “inalteração” da situação ante o processo e obtenção do registro da indicação de procedência. Dois dos três donos de empreendimentos especializados, assim como o diretor da Cooperativa mencionaram não ter percebido nenhuma mudança. Esses entrevistados, entretanto, possuem opiniões distintas com relação à razão dessa ausência. Um dos empreendedores atribui a questão à falta de conhecimento por parte dos consumidores; o outro acredita que a região deveria ter feito o registro de denominação de origem que, além de mais conhecido pelo consumidor, serviria para protegê-lo na medida em que garantiria a manutenção de padrões que caracterizam o produto; por fim, o diretor da cooperativa menciona que não houve impacto porque “ainda

não foi explorada em hora nenhuma essa indicação, até existe o registro, mas não existe uma marca” (Carlos Drumont, 2015).

Os produtores de queijo entrevistados (06) também não percebem alterações, dois nem sequer conhecem o termo. Três apontam conhecer o termo e possuem expectativas positivas com relação ao registro, mas destacam a ausência de uso do registro, conforme pode-se observar nas falas destacadas abaixo:

[...] Na verdade, a gente conhece pouco sobre a indicação geográfica, porque aqui nós temos o selo aprovado pelo INPI, mas a gente não usa (Produtor E, 2015).

A indicação geográfica é o ‘quê’ para fechar o produto. O selo. É a chance que temos. O selo que vai identificar esse produto pelo país. A gente vai trabalhar aí, porque na verdade existe a indicação do serro, mas ela não está em andamento, em uso (Produtor F, 2015).

Na questão de benefício, nós ainda não fomos beneficiados pela indicação geográfica, mas a partir do momento que a coisa começa a acontecer, não é aquele negócio de simplesmente conseguir [o registro], o queijo já que tem esse diferencial tem que ter cuidado. Por quê? Porque é um produto com indicação geográfica, tem razão de ter. Então tem que pensar: Vamos fazer assim? Não, não é para fazer assim? [...] (Produtor A, 2015).

A existência de expectativas de mudanças positivas relacionadas à indicação geográfica do queijo Serro foi destacada durante o processo de obtenção do registro no estudo de França (2012) e também após o registro conforme o trabalho de Santos (2014). Essas expectativas também foram confirmadas no diagnóstico realizado pelo SEBRAE no qual os poucos produtores de queijo que afirmaram conhecer o termo indicação geográfica (8%; 61 produtores) mencionaram alguns benefícios que esperam de uma indicação geográfica (Gráfico 3).

Gráfico 3: Benefícios esperados de uma indicação geográfica segundo os produtores de queijo

Fonte: Elaborado com base nos dados do levantamento do SEBRAE/APAQs (2014)

Conforme pode-se observar as três questões mais mencionadas se referem ao mercado: aumento do preço do produto; facilidade de acesso ao mercado e reconhecimento do consumidor. Em seguida foram mencionadas questões relacionadas à qualidade do produto; orgulho e satisfação com o produto e preservação do mesmo e do seu modo de fazer. Em sétimo lugar em número de menções há o aumento do turismo.

Com relação à geração de expectativas dois dos entrevistados fazem críticas. Um dos técnicos da EMATER comenta que “A indicação geográfica trouxe muito entusiasmo, muita coisa no início, a gente foi articulando, quando caía na questão do resultado, da comercialização, vinha as exigências... Não é fácil, e aí o governo, ele fala não em vez de dar incentivo...”. Essa citação deixa clara a questão da incongruência já destacada por Lima e Doula (2012) entre as políticas públicas, enquanto por um lado o produto (queijo minas artesanal) é protegido e valorizado pelas políticas de patrimônio e propriedade intelectual, de outro lado a questão do marco legal dificulta a sua comercialização.

Laura Cota, proprietária da loja De Lá, ao comentar uma outra realidade faz uma ressalva que pode servir para reflexão com relação ao caso da indicação de procedência do queijo do Serro, onde percebe-se que houve e ainda há inúmeras expectativas ainda não atendidas.

[...] você mexe com a esperança das pessoas, você mexe com o sentimento das pessoas, gera uma frustração. Se a coisa não dá certo gera uma frustração enorme nas pessoas. E para quem fez o projeto a vida não muda muito. Muda para quem ficou lá e criou uma esperança danada de que aquilo ia mudar a vida. (Laura Cota, 2015).

Apesar de estar tratando de outra realidade, a menção da empreendedora pode ser alerta para as benesses atribuídas às indicações geográficas (que são muitas conforme visto na revisão integrativa) sejam atribuídos ao trabalho antes, durante e depois do registro e não ao registro em si. Tal pensamento corrobora com a ressalva de Valente et al. (2012, p.557) de que o processo de reconhecimento das IG deve ser feito “de forma ordenada, consistente e focada em resultados futuros, e não imediatos, sob risco de frustração dos atores envolvidos”. No caso em questão ainda não se constatou desânimo decorrente de eventuais frustrações prévias. A recente articulação da associação (APAQS), ao contrário, aponta para um potencial maior aproveitamento dos signos distintivos do queijo do Serro.

Essa articulação “póstuma” percebida no caso em questão já é algo que algumas instituições que tem fomentado as indicações geográficas já perceberam como equivocada e pode servir como exemplo à futuros proponentes. No caso da indicação de procedência do

queijo do Serro, a participação em eventos relacionados a indicações geográficas pode contribuir para o reconhecimento dessa fragilidade e busca por mudanças, conforme pode-se perceber na fala de um dos técnicos da EMATER que também é atuante na atual gestão da APAQS:

Realmente o produtor se empossou desse título de indicação geográfica e tem conhecimento e noção da importância de IG? Essa é a pergunta! Aí eu tenho meu posicionamento: Essa IG foi uma forma que as pessoas influentes, que querem o bem do produto, querem o bem da região, encontraram e viram como possibilidade para proteger a identidade desse queijo, certo!? Nisso está a IG. Não é só simplesmente, como a gente tem visto nesses simpósios, não é simplesmente pegar o título e colocar na gaveta porque isso não resolve só (Jair Pimenta, 2015).

O ideário do Estado-Rede (COELHO, 2012) parece fundamental para que as indicações geográficas possam de fato alcançar o desenvolvimento territorial. Ainda que a lei (BRASIL, 1996) e a instrução normativa mais recente (BRASIL, 2013a) não exijam que o pedido de registro seja feito por associações (sendo possível também o pedido por institutos ou pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico; ou ainda único produtor – pessoa física ou jurídica – no caso deste ser o único produtor ou prestador do serviço legitimado ao uso do nome geográfico), pode-se perceber uma articulação interinstitucional que valoriza a articulação da coletividade e ainda fornece suporte ao registro de indicações geográficas. Isso pode ser percebido nos documentos do SEBRAE, no material didático elaborado para o curso do MAPA, em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, (BRASIL; MAPA, 2014). Abaixo seguem alguns trechos que comprovam tal sugestão:

A IG e todo seu estudo e certificação envolvidos tornam-se um meio de coordenação e estruturação de uma determinada região, reunindo produtores, empresas, entidades e instituições de pesquisa, além de toda comunidade envolvida (SEBRAE, 2014, p.6).

[...] os efeitos das IG no desenvolvimento rural não são automáticos ou determinados previamente; eles dependem de vários elementos internos ao sistema de IG, assim como de vários fatores externos, sendo o mais importante o apoio do quadro institucional (presença de instituições de apoio, políticas públicas voltadas para a promoção das IG) (BRASIL; MAPA, 2014, p.53).

Processo de construção deve ser valorado ainda que haja muito trabalho a ser feito. O fato de o desenvolvimento territorial gerado não ser pleno não diminui o registro existente, mas aponta possibilidades de objetivos a serem alcançados no futuro por gestores públicos e privados, bem como e preferivelmente por estes em conjunto com os demais atores existentes no território em questão.

Mancini (2013), ao analisar algumas indicações geográficas existentes (entre as quais se inclui um queijo da Nicarágua), alerta aos gestores públicos que lidam com indicações geográficas nos países latino-americanos que quando cadeias produtivas tradicionais tendem a ser isoladas e sem mecanismos de governança independentes, as indicações geográficas podem se tornar fatores de marginalização a menos que sejam suportadas por políticas e legislação rural adequadas assim como combinada transferência de conhecimento. Um dos comerciantes entrevistados também faz ressalva nessa linha: “Eu sou a favor da indicação geográfica. Acho que ela pode trazer muita coisa boa. Só que é muito perigosa também, porque pode virar briga de poder” (Fernando Oliveira, 2015). Nesse sentido reitera-se que para que a governança territorial possa se efetivar, é preciso sair de uma lógica de “balcão” por meio do qual cada ator faz os seus pedidos aos poderes para uma lógica de “projetos conjuntos” com base na qual as regiões se articulam e afirmam suas vocações, ambições, capacidades e necessidades (ABRAMOVAY, 2003; NALLE JR; PASSADOR, 2007).

O queijo, conforme descrito na caracterização, é um elo em comum entre diversos municípios da região. Esse fator aglutinador pode ser utilizado no desenvolvimento de diversos projetos diretamente relacionados à sua produção, bem como relacionados a outras atividades. Dentre as questões não relacionadas diretamente à produção e comercialização do queijo, o turismo foi uma das que se tem expectativa de desenvolver a partir da indicação de procedência do queijo do Serro (conforme dados do diagnóstico do SEBRAE supramencionados). Vale lembrar que, por mais que diversas questões tenham sido apontadas enquanto elementos do desenvolvimento, o “desenvolvimento não é uma coleção de coisas, mas sim um processo que produz coisas” (VEIGA, 2006, p.122). Assim não basta “ter” uma ou outra questão, mas importa sim “como se chega” e “o que se faz” com o que se alcança. Na seção que segue são tecidas considerações especificamente com relação ao turismo relacionado ao queijo do Serro.

5.4 Turismo e a Indicação de Procedência do queijo Serro

Conforme foi observado a indicação de procedência do queijo do Serro não é efetivamente utilizada. Assim sendo, não é possível fazer uma associação direta entre a atividade turística desenvolvida no local de estudo e o registro de indicação geográfica obtido pelo produto. Ainda assim, tendo em vista o referencial teórico (capítulo 3 da presente tese) que aponta que o produto com indicação geográfica pode ser aproveitado turisticamente antes, durante e depois do deslocamento ao território detentor do registro, observaram-se as opiniões

com relação ao que já existe e potenciais conexões entre o queijo do Serro, seu registro de indicação geográfica e o turismo.

Na presente seção, as principais fontes de dados foram as quatorze entrevistas realizadas, a análise dos sites institucionais das prefeituras (imagem projetada), dados do diagnóstico realizado pelo SEBRAE junto aos produtores da região (756 respondentes) com relação a atividade turística relacionada ao queijo artesanal do Serro e os resultados do questionário aplicado aos turistas (que obteve 129 respostas, sendo 103 consideradas válidas). Com vistas a contextualizar as respostas, e tendo em vista que o perfil do visitante pode ter reflexo em seus anseios e necessidades, antes de iniciar as discussões centrais dessa etapa, primeiramente descreve-se alguns dados (origem, faixa etária, motivação da visita e tempo de permanência) dos respondentes do questionário.

A maioria dos respondentes (89%) é proveniente do estado de Minas Gerais, em seguida aparecem visitantes provenientes dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro (Gráfico 4). A característica de possuir maior fatia da demanda do próprio estado é uma característica de Minas Gerais. Ainda que observe apenas os 22 destinos indutores do estado, é interessante mencionar a semelhança aos resultados referentes ao perfil dos visitantes exposto na pesquisa de demanda turística do estado no ano de 2014 (QUALITEST; MINAS GERAIS, 2015). Segundo essa, houve um percentual de 66,7% de visitantes do próprio estado; seguido de 12,9% de São Paulo e 7% do Rio de Janeiro.

Gráfico 4: Origem dos visitantes respondentes ao questionário aplicado
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Com relação à faixa etária também houve semelhança com a pesquisa de demanda turística do estado. Conforme pode-se observar no gráfico 5, a maior parte dos respondentes possui entre 21 e 35 anos de idade.

Gráfico 5: Faixa etária dos respondentes do questionário
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Em quase todos os municípios a maior parte das visitas ocorreu sem a permanência do visitante, sendo esse, portanto, considerado excursionista (COOPER; HALL; TRIGO, 2011). O turista, aquele que pernoita no local, teve ocorrência superior aos visitantes apenas nos casos dos municípios de Paulistas e Serro. No caso desse último as visitas com mais de 3 pernoites ocorreram de maneira superior às demais. No gráfico 6 pode-se observar as características da permanência em cada um dos municípios da região.

Gráfico 6: Tempo de permanência dos respondentes nos municípios da região
Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Para verificar as motivações de viagem dos respondentes foram utilizadas as categorias utilizadas nos estudos da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2015). No gráfico 7 há a exposição das motivações das visitas por município segundo os respondentes da pesquisa. Pode-se perceber que na maioria dos municípios a principal motivação é “lazer, recreação e descanso”. Somente no município de Paulistas que a maioria das visitas se deu para “visita à parentes e amigos”.

Tendo em vista a motivação principal comentada pelos respondentes, o desenvolvimento de atividades relacionadas ao queijo do Serro pode ser uma alternativa. Segundo Melo e Silva (2014) os habitantes da região se orgulham do queijo e da sociabilidade construída a partir desse. O queijo e seus derivados fazem parte da hospitalidade, pois

O queijo está entre os principais produtos que o Serro oferece aos seus visitantes. Visitar a cidade e não provar esse produto famoso e que faz sucesso na mesa dos mineiros é praticamente impossível. Ele é um dos fatores motivacionais para a visitação turística do Serro. Esse produto é tão importante que ganhou um evento na cidade, a Festa do Queijo, que acontece anualmente, há 30 anos, atraindo visitantes de todos os arredores. Durante a festa, que dura cerca de 4 dias, acontecem vários eventos como: mostra de queijos de diversas fazendas, degustação do queijo, concurso de vaca leiteira, concurso do melhor queijo, dentre outros. Essa festa é um dos poucos produtos oferecidos aos turistas voltados à divulgação do queijo, entretanto, é notável que o município e as autoridades locais não saibam explorar o queijo como patrimônio imaterial cultural, a festa tem caráter somente agropecuário e ações de preservação da tradição, da memória e de divulgação como patrimônio relevante para o Brasil são poucos. (MELO; SILVA, 2014, p.13-14)

A questão do queijo do Serro ser um elemento inerente à socialização da região também foi descrita no dossiê utilizado no registro de patrimônio imaterial do modo de fazer (DPI/IPHAN, 2014).

Gráfico 7: Motivação das visitas aos municípios da região do queijo Serro

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Conforme destaca o autor o queijo pode ser um fator de atração antes da visita, atividades relacionadas ao produto podem ser desenvolvidas durante a visita, entretanto há uma subutilização na exploração desse elo. O evento mencionado, “Festa do Queijo”, não ocorreu no ano de 2014, contudo seu formato foi objeto de comentários negativos por parte de alguns entrevistados. Um dos empreendedores, o pesquisador da instituição de ensino superior e o representante da APAQS fizeram menção ao modelo da “Festa do Queijo” ser centrada nos shows e não no produto em si. Com relação a esse fato, o Secretário de Turismo do Serro mencionou em sua entrevista:

[...] a gente vem tentando modificar isso mas temos encontrado uma dificuldade muito grande da sociedade. Hoje nós teríamos que valorizar mais o queijo, o modo de fazer o queijo, estar mais atento e valorizar mais a festa do queijo em torno do queijo. Aqui eles fizeram o contrário, valorizaram mais a festa e quando você quer mudar para dar mais ênfase ao queijo cria uma grande resistência da população, essa é uma dificuldade também (Pedro Farnesi, 2015).

Não só no evento o produto é pouco valorizado, mas também no dia a dia. Todas as pessoas entrevistadas que são de fora da região apontam que a ligação do turismo com o produto ainda é subaproveitada. Tal fato chega a desapontar os visitantes segundo o pesquisador Cleube Boari (2015):

[...] mas aí eles chegam na cidade do Serro, nas cidades da microrregião, e não acham cultura para comer, não veem preparações gastronômicas, não veem a valorização do produto no próprio comércio da região, há uma desinformação dos comerciantes, de padarias e restaurantes sobre a própria utilização de produtos locais, então eu acho que a relação turismo e queijo do Serro está muito prejudicada por isso, pela falta de preparo do comércio local.

Ainda que haja problemas no aproveitamento da associação do queijo ao turismo, o potencial dessa conexão (queijo & turismo) é confirmado a partir das respostas dos turistas ao questionário com relação ao seu comportamento antes, durante e depois da visita (gráfico 8) e atitude com relação a atividades relacionadas ao queijo (gráfico 9). Ademais a percepção de alguns empreendedores também corrobora com a existência de tal potencial.

Gráfico 8: O consumo do queijo segundo os visitantes

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Gráfico 9: Interesse dos visitantes com relação a atividades relacionadas ao queijo

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Antes da visita, o queijo poderia ser um dos fatores a motiva-la pois compõe parte do imaginário com relação à região. Bruno Cabral (2015) comenta que “[...] as pessoas não vão só para o Serro porque lá é uma cidade histórica, elas vão para o Serro porque é uma cidade histórica e tem um atrativo gastronômico que é o queijo”. Laura Cota (2015) menciona que “[...] Serro, para o mineiro Serro é queijo [...]”. A empreendedora ressalva, contudo, que essa associação simplista pode implicar em um desconhecimento dos demais atrativos que combinados com o queijo poderiam instigar o desejo de visitar, mas que separados não possuem força suficiente para estimular essa visita. Essa ressalva se dá principalmente com relação ao público do próprio estado, pois “todo mundo em Minas Gerais tem um pé na roça”. A maioria dos respondentes do questionário é do estado de Minas Gerais, assim sendo, esse fator ressaltado por Laura Cota (2015) pode ter relação com o fato de o queijo não ter sido um dos fatores que motivou a visita na maioria dos casos (72,8%), mas boa parte dos visitantes já conheciam o queijo antes da visita (63,1%) como pode ser observado no gráfico 8.

Durante a visita 89% dos visitantes mencionaram ter consumido o queijo. Não foi verificado o local de consumo ou ainda se esse possuía ou não registro no IMA ou SISBI, entretanto parte significativa (73,8%) dos respondentes mencionou que pagaria mais caro pelo queijo caso possuísse certeza de qualidade higiênico-sanitária. Garantia de produção segundo a

forma tradicional também reflete em atitude favorável a pagar a mais pelo produto para 67,9% dos respondentes. Mesmo que a maioria tenha consumido o queijo (89% dos respondentes), boa parte (58,2%) não visitou o seu local de produção. Não se pode afirmar qual a razão da não visitação, mas talvez se refira à ausência de oferta estruturada do serviço ou de divulgação dessa oferta, posto que 85 dos 103 respondentes mencionaram possuir interesse em realizar tal atividade (gráfico 9).

Com relação ao consumo pós-visita, nota-se que 72% dos visitantes levou o queijo para consumir em casa e 55,3% para dar de presente. Além disso, 66% pagaria a mais caso houvesse uma embalagem que facilitasse o transporte e 54,3% pagaria a mais pelo queijo caso este tivesse indicações que remetessem ao local visitado. Esses achados são congruentes com a proposta de Horodyski et al. (2014) de atributos desejáveis aos souvenirs gastronômicos (identidade diferenciadora, identificação da origem, embalagem adequada e transporte facilitado). A existência de uma loja no Aeroporto Internacional Tancredo Neves, em Confins-MG, que comercializa queijos (inclusive da região em estudo) entre outros produtos, aos viajantes também pode ser considerado um indício do consumo como souvenir.

Ainda que, na maioria dos casos, não tenha havido visitação aos locais de produção, os visitantes possuem interesse em tal atividade: 82% (85 respondentes) gostaria de visitar à produção do queijo e outros 11,65% talvez visitassem caso a atividade lhe fosse ofertada. Há interesse também em outras atividades relacionadas ao queijo, pois mais de 50% dos respondentes mencionaram interesse em todas as atividades listadas (gráfico 9) exceto “concurso de eleição de representantes do queijo (ex: rainha, embaixador etc.)”. Entretanto nessa questão somando as respostas positivas e as “talvez” o percentual fica acima de 70%. Com relação as demais atividades destacam-se as afirmativas com percentual de respondentes mais expressivos: festivais gastronômicos (91,2%); degustação de queijo (88,3%); museu temático (80,5%); harmonização do queijo com cafés (76,7%); harmonização do queijo com vinhos (74,7%); lojas especializadas/queijarias (71,9%).

Entender a ligação, potencial e existente, do queijo com o viajante é fundamental, posto que esse é o ator essencial no turismo e ponto de partida do modelo do sistema de turismo proposto por McKercher (1999). O comportamento atual (antes, durante e pós visita) foi explicitado (gráfico 8), bem como algumas de suas atitudes ante algumas atividades listadas (gráfico 9). Qualquer proposta de conexão do produto em questão deve levar em consideração esses comportamentos, atitudes, gostos e alterações dos mesmos ao longo do tempo. Conforme descrito, pode-se perceber que há interesse dos visitantes em outras atividades. O fato do queijo do Serro possuir registro de indicação geográfica poderia corroborar a existência desse interesse

segundo os achados da revisão integrativa, entretanto para tal fim seria necessário o conhecimento quanto ao registro e ao seu significado por parte dos visitantes.

Tanto produtores, quanto visitantes, não possuem conhecimento aprofundado quanto às indicações geográficas e as suas duas categorias (IP e DO). Entretanto os produtores vislumbram possibilidade de aumento do turismo entre as potenciais contribuições do registro e os visitantes respondentes do questionário online possuem atitude favorável ante à visita de locais que possuem produtos com registro de indicação geográfica e ante a compra de queijos e outros produtos com registro de indicação geográfica.

Dos 756 produtores que compuseram o diagnóstico do queijo minas artesanal do Serro, 75% não conhece o termo “indicação geográfica”; 17% não respondeu à questão; e somente 8%, 61 produtores, mencionaram conhecer o termo. Ainda que apenas 8% tenham mencionado conhecer o termo “indicação geográfica”, 15% dos produtores entrevistados nesse diagnóstico mencionam saber que a região do Serro recebeu o registro de indicação geográfica (indicação de procedência). Desse modo pode-se concluir que há uma fatia dos produtores de queijo que não sabe o que significa o registro, mas sabe que o queijo do Serro o possui.

Aos respondentes do questionário (103 válidos) foi indagado não só se conhecem, mas também o grau de conhecimento⁶⁰ com relação ao termo indicação geográfica, bem como com relação às suas categorias (indicação de procedência e denominação de origem) e com relação ao queijo minas artesanal e queijo do Serro (caso do presente estudo). Percebe-se no gráfico 10 que a maioria dos respondentes declarou possuir conhecimento mediano com relação às cinco questões. Ainda assim somando as opções “pouco” ou “nenhum conhecimento”, encontra-se um número de respondentes bastante próximo, e no caso do termo denominação de origem superior, à proporção dos que optaram pela alternativa “conhecimento mediano”.

⁶⁰ Tanto no diagnóstico realizado pelo SEBRAE/APAQS quanto no questionário aplicado aos visitantes a declaração de conhecimento foi considerada suficiente não havendo outras perguntas de validação com relação ao efetivo conhecimento ou ao grau do conhecimento. Pesquisas futuras poderiam abordar tal questão verificando inclusive se existem confusões com relação aos termos na mente dos consumidores e dos produtores.

Gráfico 10: Grau de conhecimento dos visitantes com relação à IG, IP, DO, QMA e queijo do Serro
 Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Buscando verificar a potencial capacidade de o registro de indicação geográfica aumentar o turismo (em termos de gastos e/ou visitação) foi perguntado (no questionário) aos visitantes se eles visitariam uma cidade caso soubesse que ela possui um produto com registro: de indicação geográfica; de indicação de procedência; e de denominação de origem. Também se indagou se preferem comprar queijo com esses registros. Os resultados (gráfico 11) apontam que os respondentes não reconhecem denominação de origem e indicação de procedência como tipos de indicação geográfica, pois enquanto mais de metade dos respondentes menciona preferir comprar queijos e outros produtos com registro de DO e IP, somente cerca de 30% menciona preferir adquirir produtos com registro de IG. Também com relação a viagem as duas categorias tiveram maior número de concordâncias plenas em comparação ao termo geral.

Além disso, os respondentes mostraram-se mais inclinados à compra de produtos com registro de IP e DO do que a visitar cidades que produzem os mesmos. Ainda assim a soma dos respondentes que concorda total ou parcialmente com as afirmações supera mais da metade das respostas válidas em todos os casos, assim pode-se avaliar a atitude dos visitantes como favorável ante a compra do queijo com registro de indicação geográfica e a visitação de locais que possuem produtos com registro de IG.

Gráfico 11: Atitude dos visitantes com relação a visitas e compra de produtos com registro de IG, IP e DO
 Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Ainda que o queijo seja um elemento fundamental na oferta turística da região segundo Melo e Silva (2014), bem como haja potencial como pode ser percebido nas respostas dos visitantes e produtores, há alguns desafios para o efetivo aproveitamento desse elemento gastronômico como atrativo turístico na região. Para entender as principais questões utiliza-se os demais componentes do sistema turístico de forma a organizar as dificuldades e potenciais entraves explicitados pelos membros do sistema conformado pela indicação de procedência em estudo.

McKercher (1999) propôs um modelo do turismo pautado no caos composto por nove elementos, entre os quais os vetores de comunicação utilizados para conectar o viajante ao destino compõem um nó essencial ao sistema. O conteúdo de websites governamentais são importantes na promoção dos atrativos de um destino, entre os quais se incluem a culinária e gastronomia, e auxiliam um país, região ou localidade a moldar sua imagem (BOYNE; HALL, 2004; HORNG; TSAI, 2010). Ainda que McKercher (1999) trate tantos dos esforços públicos quanto privados (diretos e indiretos), tendo em vista as limitações da pesquisa e considerando a importância dos sites governamentais, foram analisados os sites institucionais das prefeituras dos municípios envolvidos (apêndice E). Apenas três das prefeituras expõe o queijo de alguma maneira na área de turismo dos sites institucionais. O município do Serro se intitula “Terra do Queijo”, possui textos, vídeos e imagens do produto; Rio Vermelho menciona a origem

portuguesa da “receita do queijo do serro”, descreve o seu preparo e também exibe uma foto; já Sabinópolis menciona apenas que “[...] é famosa pelo queijo tipo minas”. Os dois primeiros sites mencionam o registro como patrimônio imaterial. Entretanto nenhum deles menciona o registro de indicação geográfica ou explicam do que se trata.

Algumas questões (considerações) podem influenciar a efetividade da comunicação, ou seja a decisão do turista em visitar e disfrutar das atividades disponíveis no destino (MCKERCHER, 1999). No caso em análise a perspectiva de uma operadora de viagem, que ofertava um pacote turístico com foco no queijo do Serro e que deixou de oferecê-lo, aponta que a distância, acesso e custos podem ser entraves mesmo que a comunicação (pública e privada) seja melhorada.

Mesmo com investimento em divulgação não houve resposta da demanda. [...] **pesou foi a distância e falta de voos**. Mesmo com paisagens belíssimas a viagem terrestre desestimulou os clientes, em sua maioria estrangeiros e acostumados a curtas distancias. Só havia um voo semanal e não tinha pretensão turística (BH x Diamantina x BH sextas e domingos no meio da tarde) **e não era barato**. Ou mantínhamos o cliente de domingo a sexta "perdendo" o fim de semana, ou fazíamos um bate e volta em que ele jantava e dormia na sexta e almoçava e ia embora no domingo, ficando mais tempo em transporte que no destino. A opção de ficar de sexta ao outro domingo fugia ao padrão das operadoras que também não se interessaram pelo roteiro pelo valor. Mesmo quando se conseguia ajustar todas as arestas e entregar algo ao cliente o preço ficava surreal, em uma semana gastava-se o mesmo que em um mês em outros destinos da América Latina. Infelizmente foi uma questão fria de mercado sobre custo x benefício. Embora fossemos apaixonados pelo destino e dispostos a vendê-lo com essa paixão a verdade é que era muito caro pelo que oferecia [...] (Gestor de Operadora de Viagem, 2015, grifo nosso).

O referido gestor mencionou que na época que propuseram o roteiro (por volta do ano de 2008) tentaram estimular à formação de um *trade* turístico local até então “incipiente”. A articulação desse *trade* turístico⁶¹ pode também ter efeito nos resultados do roteiro (anteriormente proposto e propostas futuras), posto que McKercher (1999) aponta também o fator “*Destino*” ou “comunidade turística interna” como fator decisivo. Nessa categoria encontram-se todos os negócios envolvidos, total ou parcialmente, com turismo no destino (acomodações, atrações, atividades, acessos e amenidades).

Nos sites oficiais (apêndice E) são indicados 40 estabelecimentos de hospedagem⁶², sendo a maior parte no município de Conceição do Mato Dentro, conforme pode-se observar

⁶¹ Conjunto de agentes (públicos e privados) atuantes no setor de Turismo como os hotéis, agências de viagens, transportadoras, além de promotores de eventos e prestadores de serviços auxiliares. (MINISTÉRIO DO TURISMO, [s.d.])

⁶² Uma das propostas inicialmente pensada para a aplicação do questionário era de abordagem nos meios de hospedagem. Ainda que essa proposta tenha sido considerada inviável devido ao tempo e deslocamentos que seriam necessários, foi feito um levantamento também dos meios de hospedagem existentes na região.

na distribuição do quadro 38, abaixo. Cabe destacar que mesmo que não estejam listados nas páginas das prefeituras, provavelmente existem outros estabelecimentos de hospedagem. Entretanto para a listagem considerou-se a importância dos sites governamentais na comunicação conforme já comentado.

Município	Número de meios de hospedagem listados
Alvorada de Minas	2
Conceição do Mato Dentro	22
Dom Joaquim	3
Matelândia	0
Paulistas	0
Rio Vermelho	0
Sabinópolis	4
Santo Antônio de Itambé	2
Serro	7

Quadro 38: Meios de hospedagem na região do Serro

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

Dentre os poucos meios de hospedagem listados, um possui o termo “queijo” em seu nome. Não foram encontrados nos sites estabelecimentos dedicados ao queijo tais como lojas especializadas ou estabelecimentos de alimentação que explicitassem a existência de preparações com o uso do produto.

Com relação ao envolvimento dos produtores de queijo minas artesanal na “comunidade turística”, com a efetiva inserção do turismo no contexto de pluriatividade/multifuncionalidade conforme possibilidade exposta por diversos autores (LANGWORTHY; HOWARD; MAWSON, 2006; LIMA FILHO et al., 2007; QUEIROZ, 2012, 2005), nota-se que na região os produtores de queijo ainda não possuem uma efetiva atuação na atividade turística ofertando atividades aos visitantes. Segundo dados do diagnóstico realizado pelo SEBRAE em parceria com APAQS, apenas seis dos 756 produtores entrevistados, pouco menos de 1%, diz trabalhar com agroturismo em sua propriedade. Contudo nenhum desses respondentes mencionou a quanto tempo trabalha com essa atividade e quais atividades do agroturismo exerce na propriedade (perguntas existentes no questionário aplicado no referido diagnóstico – Anexo A, questões 123 e 124).

Ainda que a maior parte não desenvolva o turismo em suas propriedades, quase 12% (89 produtores) mencionou possuir interesse em atuar na área. Esses respondentes mencionaram quais as atividades do agroturismo gostariam de exercer (Gráfico 12). Vários mencionaram mais de uma opção. Sendo que as três que apareceram com maior frequência foi turismo de conhecimento (74 menções), turismo ecológico (56 menções) e serviços de

alimentação (44%). O primeiro foi descrito como visitas à produção de queijo do Serro; o segundo como visitação a cachoeiras, trilhas ecológicas etc.; já o terceiro como restaurantes e/ou degustação de queijos. Nota-se, portanto, que a associação do queijo ao turismo é um dos elementos percebidos como potencial pelos produtores que almejam desenvolver a atividade em sua propriedade.

Gráfico 12: Atividades do agroturismo que os produtores de queijo gostariam de desenvolver

Fonte: Elaborado com base nos dados do levantamento do SEBRAE/APAQS (2014)

A “comunidade turística” do Serro enfrenta alguns desafios para a oferta de produtos turísticos. Conforme o desenho do instrumento de pesquisa aplicado pelo SEBRAE (anexo A), as pessoas que apenas almejam desenvolver as atividades relacionados ao turismo não deveriam responder quais as principais dificuldades encontradas para o desenvolvimento do agroturismo em suas propriedades, já aqueles que já desenvolvem deveriam responder à questão. Ainda assim, quase todos os que almejam, bem como alguns que não almejam responderam à questão totalizando cem respostas. Essas respostas, conforme o gráfico 13, destacam as seguintes dificuldades com relação ao desenvolvimento do agroturismo: financiamento, mão de obra, treinamento/capacitação.

Gráfico 13: Dificuldades para o desenvolvimento do agroturismo

Fonte: Elaborado com base nos dados do levantamento do SEBRAE/APAQS (2014)

Além das questões mencionadas pelos produtores, outras dificuldades podem existir impactando a atividade não só nas propriedades rurais, mas na região como um todo. Um dos respondentes do fórum fez uma ressalva mencionando que, independente das propostas de atividades relacionadas ao produto com registro de indicação geográfica ofertadas ao visitante,

Para tornar essa inserção atrativa e de fácil acesso é necessária a adequação da infraestrutura indispensável às atividades turísticas: meio de transporte, serviços de hotelaria, gastronomia, comunicação, atividades e atrações culturais, além de serviços essenciais de apoio ao visitante, tudo enfim, integrado no contexto do produto e serviço da IG.

Assim, políticas públicas relacionadas e associadas às iniciativas privadas da própria região da IG e, também, de outros segmentos de outras regiões que venham agregar valores, poderiam se integrar nesse esforço de formação de uma complexa e moderna cadeia do agroturismo vinculado à IG [...] (Participante do Fórum IV, 2014).

Segundo o Secretário de Cultura e Turismo do Serro, nesse município a preocupação atual é com essas questões estruturais para receber bem o turista, estando inclusive a Secretaria de infraestrutura mais envolvida. Assim há mais ações em termos de apoio tais como o anel viário e recuperação de placas do que ações relacionadas à cultura e ao turismo em suas atividades principais.

Externalidades ligadas ao turismo também podem afetar (positiva ou negativamente) a capacidade do destino de atrair viajantes. Outros destinos e produtos turísticos se destacam nessa categoria, pois nenhum produto, destinação, região ou país opera em isolamento. Seu sucesso depende de quão bem ele compete com outros produtos turísticos e quão bem eles competem contra ele. O sucesso, e consequente desenvolvimento de qualquer sistema está intrinsicamente ligado ao quão atrativo ele é sob os olhos do consumidor quando comparado com outros sistemas turísticos. (MCKERCHER, 1999)

Um potencial destino alternativo que se apresenta quando se trata do turismo associado ao queijo minas artesanal, é a região da Canastra, também detentora de indicação de procedência. Além dessa há outras regiões já reconhecidas pela EMATER-MG como produtoras de queijo artesanal (conforme figura 23). Há também áreas produtoras de queijo artesanal de leite cru de outros estados identificados pelo MAPA. O referido ministério identificou, além das listadas pela EMATER-MG, pelo menos outras oito áreas de produção de queijo artesanal de leite cru no Brasil entre as quais pode-se citar Arquipélago do Marajó (PA), o Agreste Pernambucano (PE), o Seridó (RN), a região Serrana (RS e SC) e a região do Jaguaribe (CE).

A existência de outros destinos com “mesmo apelo” pode em contrapartida, se configurar não apenas como concorrência, mas também como potencial divulgação do queijo artesanal e/ou do significado de possuir um registro de indicação geográfica como atrativos aos visitantes. O gestor da operadora de turismo que não obteve sucesso com o roteiro relacionado ao queijo do Serro, por exemplo, menciona “Existe um potencial latente na região do Serro e agora que o queijo Canastra ganhou medalha de prata na França⁶³ acredito que olhos do mundo se voltarão para a produção de queijo mineira”.

A questão comercial comentada pelo gestor pode ser considerada uma externalidade não relacionada ao turismo (MCKERCHER, 1999) mas que pode contribuir com o mesmo ao passo que ao valorizar o produto com indicação geográfica, também se valoriza o lugar geográfico onde ele é produzido e, por conseguinte, pode haver interesse em visita-lo (DOGAN; GOKOVALI, 2012; SUH; MACPHERSON, 2007). Também foram observadas outras duas externalidades não relacionadas ao turismo, mas que podem contribuir ao desenvolvimento da oferta turística da região associada ao queijo do Serro: I) alteração nos padrões de consumo da sociedade com relação ao queijo (com relação a quantidade e propensão a provar novos produtos) mencionada pelos comerciantes como ascendente e II) ampliação do número de

⁶³ Em junho de 2015 o queijo canastra da estância “Capim Canastra”, obteve medalha de prata na categoria “massa prensada não cozida de leite cru de vaca” no evento “*Mondial du Fromage*” realizado na cidade francesa de Tours.

publicações e eventos relacionadas ao queijo artesanal de leite cru brasileiro, entre as quais pode-se exemplificar o livro “Queijos Brasileiros à mesa” lançado em 2015 por Bruno Cabral e o workshop sobre queijos brasileiros realizado pela revista Casa & Comida em parceria com “A Queijaria”.

Outras externalidades não relacionadas ao turismo poderiam influir negativamente ao desenvolvimento da atividade tais como tais como mudanças políticas, econômicas ou sociais entre outras questões que afetam a capacidade das pessoas de viajarem (MCKERCHER, 1999). A legislação brasileira com relação ao queijo e a questão logística, além dos demais entraves mencionados quando se tratou das restrições ao sistema territorial conformado pela indicação de procedência do queijo do Serro podem, em maior ou menor grau, ser incluídos também nessa questão.

Ainda conforme McKercher (1999), entidades setoriais externas, “Agências de turismo”, públicas e privadas podem influenciar o sistema turístico local. No caso em análise o Ministério do Turismo foi mencionado com relação à montagem do Museu do Queijo, mas de forma pouco aprofundada. Nenhum dos envolvidos mencionou outras entidades setoriais (como a ABAV – Associação Brasileira das Agências de Viagens, ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, entre outras) ou ainda os Circuitos Turísticos e a Secretaria de Turismo do estado de Minas Gerais. Sugere-se que estudos futuros verifiquem potenciais impactos e existência de relações junto a essas entidades.

Com base nas entrevistas realizadas, nas análises das áreas dedicadas ao Turismo das prefeituras que compõem a região, e no fórum com participantes do curso de propriedade intelectual ofertado pelo MAPA a profissionais, foram compiladas sugestões que poderiam favorecer o turismo relacionado ao queijo do Serro. Algumas das sugestões também poderiam ser aplicadas relacionando outros produtos com registro de indicação geográfica. São elas:

- Utilização do produto no *place marketing*⁶⁴ com a inserção do produto como atrativo em folders e outros meios de divulgação;
- Utilização do queijo do Serro nos restaurantes e meios de hospedagem, locais e de fora da região, não só pelo consumo propriamente dito, mas também com vistas a formar

⁶⁴ Aplicação de técnicas e princípios de *marketing* a cidades, regiões e países (BOYNE; HALL, 2004; OLIVEIRA, 2015). De maneira mais abrangente, o *marketing* e *branding* de lugares pode envolver não apenas iniciativas de promoção dos destinos, mas também medidas de planejamento espacial, organizacional e financeiro que objetivam melhorar e facilitar as intervenções na gestão dos lugares (OLIVEIRA, 2015).

opiniões favoráveis a partir do contato com a questão do patrimônio e da indicação geográfica, bem como com sabores, texturas e aromas;

- Capacitação local: curso para formação de cozinheiros e chefs relacionados ao preparo de receitas com o queijo minas artesanal do Serro;
- Qualificar o comércio local e os atores locais para que eles envolvam o produto no turismo, para que vendam o queijo destacando a sua história, o registro de indicação geográfica e desenvolvam novas atividades;
- Sinalização Turística para as fazendas produtoras de forma a estimular que os interessados e transeuntes eventuais parem e compreem do produtor.

[...] a pessoa que está no meio do caminho ela sabe que ela pode parar, ela entra, ela vê, não precisa passar a noite, não precisa ter um hotel fazenda, um investimento monstruoso, com isso a gente ganha em vendas, porque o produtor vai vender mais, por mais que o cara seja local ou não, só de passagem, se ele gosta de queijo ele vai parar em uma para comprar um queijinho. [...] Aqui passa batido pela porteira e não sabe que vende queijo pode ser que passe um, dois, mil, dez, vinte mil pessoas que gostaria de comprar um queijo da região e não sabem que ali produz (Bruno Cabral, 2015).

- Circuito de Fazendas e/ou Rotas de Queijos que envolve não só a disponibilização da informação sobre a possibilidade da realização das visitas, como a sinalização dos trajetos, e a disponibilidade em atender o visitante, a disposição de “abrir a sua casa”;
- Participação e realização de eventos. Em especial foram mencionadas: as feiras relacionadas ao agronegócio onde há possibilidade de apresentar o produto aos comerciantes, bem como aos consumidores finais; e eventos de promoção turística tais como a feira da Associação Brasileira de Agências de Viagem (ABAV) e o Salão de Turismo;
- Visitas guiadas, mostrando o local de produção com explicação de como se dá o processo de fabricação “desde a ordenha até comer o queijo”;
- Oferta de produtos experienciais tais como participação na produção do queijo; viver a “rotina da roça”; “piquenique” com queijo e outros produtos elaborados com ou sem este; entre outros.
- Degustações e Harmonizações, algumas inclusive de forma gratuita para fidelizar clientes;

- Abertura de loja(s) especializada(s) em queijos e/ou quitandas⁶⁵ mineiras que o utilizem como matéria-prima. Esse tipo de empreendimento, além de favorecer o consumo durante a visita e como souvenir gastronômico, pode reforçar tradições, posto que

O uso de subprodutos do queijo na cozinha da fazenda é um costume que nos remete à economia autárquica da propriedade rural tradicional de Minas. A busca de certa autossuficiência e de distanciamento do mercado urbano leva o produtor rural a buscar em sua própria produção os meios de subsidiar a cozinha da fazenda. No território do Serro, a rala ou rela, quando não é aproveitada na comercialização em padarias na cidade, é parte de pratos e de quitandas que se produzem para a alimentação dos moradores da propriedade. Farofas, broas e manjares a utilizam, consorciando-a com outros produtos da fazenda como o fubá de milho, a farinha de mandioca, o café, dentre outros (DPI/IPHAN, 2014)

- Museus temáticos e/ou espaços de memória onde os visitantes possam ter contato com a história do queijo e sua forma de produção, conforme o projeto existente do “Salão do Queijo” ou o espaço de memória existente na fazenda Engenho da Serra, de propriedade do senhor Jorge Simões (figura 14).

Figura 14: Espaço de Memória na Fazenda Engenho da Serra
Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

Algumas dessas ações já foram propostas ou estão em andamento como o museu do queijo e a participação em eventos, outras ainda carecem de estruturação e análise de viabilidade, tais como a implementação de lojas especializadas, roteiros e sinalização. Não foi mencionado pelos entrevistados, mas diante das características desejáveis a um souvenir gastronômico segundo Horodyski et al. (2014), das opiniões dos visitantes respondentes do questionário, e da narrativa sobre como era feito o transporte “antigamente” de dois dos produtores entrevistados, sugere-se também:

⁶⁵ “Em Minas e Goiás chamam-se quitandas os pães de queijo, os biscoitos de polvilho, os bolos, as roscas, as broas e demais guloseimas, servidos como lanches ou cafés da manhã” (ABDALA, 2011, p.134).

- Desenvolvimento de novas embalagens de apelos diversos: utilidade pensando na maturação; representação associando à APAQS, talvez até repensando a que já foi utilizada (figura 15); história, talvez resgatando alguns aspectos da época dos tropeiros. Com relação a esse último aspecto dois dos produtores mencionaram que o queijo era envolto (em folha de banana ou palha de milho) de modo a forrar os caixotes que eram carregados pelos animais.

Figura 15: Embalagem de Madeira já utilizada pela APAQS para presentes

Fonte: Dados da Pesquisa, 2015.

- Rotulagem que permita identificação da região, informações quanto ao consumo e estocagem adequados. A identificação da região e/ou município pode corroborar para que terceiros que tenham recebido o produto como presente possam buscar maiores informações. Já instruções com relação ao consumo e armazenamento adequado pode ser relevante diante de possíveis alterações de características organolépticas do produto (questão que foi mencionada como preocupação por parte de produtores e comerciantes);
- Trabalho educativo, dentro e fora da região, corroborando para compreensão do significado dos registros pertinentes (de indicação geográfica e de patrimônio imaterial) e do ser artesanal de leite cru. Não só os registros, em especial os de indicação geográfica, são pouco conhecidos, mas também as características do produto estudado (queijo minas artesanal) conforme mencionou Laura Cota (2015) há um “[...] desconhecimento do próprio Brasil da cultura gastronômica, porque o alimento é uma coisa que diz muito de um povo [...] o mineiro, que é o maior consumidor de queijo eu acho desse país, não entende lhufas de queijo, você pensa fora do estado então...”.

- Estabelecimento de parcerias para divulgação, realização de eventos, qualificação, pesquisas de mercado, entre outras ações em prol do turismo relacionado ao queijo do Serro com entidades/agências externas relacionadas ao turismo tais como os Circuitos Turísticos, ABAV, ABIH, ABRASEL, entre outros.
- Propor e entidades privadas, tais como a Angloamerican, projetos nas quais essas possam atuar como “mantenedoras”. Uma possibilidade seria o do museu do queijo, posto que esse poderia estimular o conhecimento sobre o queijo do serro, estimular ao turismo e também servir à imagem institucional ou ainda proposta semelhante ao “Projeto Sabores da Fazenda” desenvolvido pela empresa em outras regiões (ANGLOAMERICAN, 2015a, 2015b).
- Busca de verba para o desenvolvimento do turismo nas propriedades rurais que podem ser enquadradas dentro do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), mais especificamente no Programa de Diversificação Econômica (MDA, [s.d.]).

A implementação das sugestões supramencionadas certamente não garante sucesso ao turismo e às organizações que eventualmente se dediquem, total ou parcialmente, a atividade. Não se pretendeu prescrever ações, mas sim destacar possibilidades embasadas no estudo realizado. Entende-se, a semelhança de Mckercher (1999), que o turismo funciona de maneira não-linear, não-determinística e dinâmica, portanto qualquer turbulência (interna ou externa) pode gerar resultados distintos ao preconizado.

O turismo pode ganhar competitividade a partir do registro de indicação geográfica (NANAYAKKARA, 2008), mas também pode aumentar o conhecimento e até qualidade do produto registrado a partir da divulgação do mesmo. Conforme sintetiza o empreendedor Bruno Cabral (2015), a visitação, principalmente em locais de produção pode contribuir à melhoria do produto em si, como também ao desenvolvimento de outras atividades econômicas:

[...] quando a sua casa está bagunçada você tem vergonha de convidar gente para dentro, quando vem gente ver sua produção você cuida muito mais dela, ela fica muito mais limpinha, muito mais bonita, muito mais organizada. Todo dia, a cada três horinhas, você vai coar um café, vai cortar um queijinho, então você convida ele para uma cachaça, tomar um café com queijo, vai ser muito mais limpo, muito mais organizado, você vai ter mais gente, você vai comprar poltrona nova, vai comprar redinha, vai fazer um estrado bonitinho, o turismo só tem a valorizar o produto e a região (Bruno Cabral, 2015).

O desenvolvimento territorial como desdobramento da atividade turística associada ao produto detentor do registro de indicação geográfica não pode ser observado no caso em análise. Entretanto as opiniões dos envolvidos, bem como o referencial teórico apontam para potenciais

contribuições no contexto em questão. Há, contudo, diversos desafios (conforme mencionado) e talvez um “ruído”/“gatilho de caos”, tal como um empreendedor ou situação crítica que impulse mudanças (MCKERCHER, 1999), seja desejável para a transformação do sistema, seja em termos do turismo, seja em termos da cadeia produtiva como um todo.

À continuidade são tecidas algumas considerações com relação a presente tese com vistas ao seu fechamento. Destaca-se, entretanto, diante do referencial, e principalmente dos resultados e discussões encontrados, que ainda há muito espaço para discussões, ações e pesquisas com relação ao caso específico, bem como aos demais produtos que possuem ou desejam obter registro de indicação geográfica no país.

6 Considerações Finais

A presente tese objetivou analisar o sistema territorial conformado pela implementação de uma indicação geográfica. Para tal fim valeu-se de uma proposta sistêmica de investigação para análise do caso da indicação de procedência do queijo Serro.

A coleta de dados deu-se com o uso de instrumentos diversos entre as quais se destacam entrevistas (14), questionário (109 válidos), pesquisa bibliográfica e documental. Houve o uso de estatística descritiva para análise dos dados do questionário e da base de dados de um questionário aplicado pelo SEBRAE em parceria com a APAQS que foi disponibilizado, entretanto a tese teve abordagem predominantemente qualitativa. A abordagem qualitativa algumas vezes é criticada devido à falta de rigor no processo de coleta e análise dos dados (COOPER; SCHINDLER, 2003; VERGARA, 2008). Então na presente tese buscou-se sistematizar a coleta de dados e houve o uso do *software* N-Vivo como apoio a análise para que as categorias fossem bem delineadas. Ademais buscou-se descrever de forma minuciosa o processo de pesquisa e disponibilizar os instrumentos de coleta como apêndices ou anexos.

A *Soft System Methodology* (SSM) mostrou-se adequada ante a complexidade e nuances do sistema analisado. Segundo o seu idealizador a SSM as pesquisas que a utilizam tem dois focos principais: compreensão da situação e/ou proposta de melhorias (CHECKLAND, 2000). Na tese buscou-se o entendimento e também foram algumas inferências e apontamentos com relação a realidade analisada, pois entende-se que entre os propósitos de um trabalho acadêmico deve estar também uma devolutiva aos envolvidos na pesquisa.

O desenvolvimento do trabalho deu-se com base no referencial teórico composto por três capítulos. O primeiro buscou discutir políticas públicas e desenvolvimento no meio rural envolvendo a evolução dos conceitos ao longo do tempo, bem como destacando planos e projetos específicos (agrícolas e de Turismo) de relevância para a proposta da tese. Em seguida, no capítulo 2, a propriedade intelectual, mais especificamente as indicações geográficas, foram descritas como potencial instrumento de políticas públicas para o desenvolvimento territorial. Além disso um panorama da realidade brasileira em termos desse signo de proteção foi apresentado. No terceiro capítulo se realizou uma explanação conceitual com relação ao Turismo, seu desenvolvimento no meio rural, relacionamento com a alimentação, bem como destacou-se a especificidade e desafios relacionados ao queijo. Essa última questão abordou também parte da legislação referente ao produto, pois essa e outras questões inerentes ao

produto possuem reflexo nas possibilidades de conexão entre indicação geográfica, turismo e desenvolvimento territorial no caso escolhido para análise.

Esse embasamento teórico gerou três proposições centrais que instigaram um aprofundamento da investigação. Foram elas: A - As Indicações Geográficas funcionam como mecanismo de estímulo às Redes Interinstitucionais; B - As Indicações Geográficas estimulam o estabelecimento de relações de cooperação, participação e formação de identidade; e C - As Indicações Geográficas refletem no desenvolvimento de atividades correlatas, mais especificamente no turismo, e esse fator pode desencadear desenvolvimento territorial. No local da pesquisa percebe-se que a primeira se confirmou, a segunda parcialmente e a terceira não pode ser comprovada.

Com relação à primeira proposição verificou-se, para o caso da indicação de procedência do queijo do Serro, que redes interinstitucionais que incluem inclusive membros de fora da região e até do país são formadas. Contudo os elos não são permanentes e o grau de envolvimento não é o mesmo entre as partes. Com relação a segunda questão percebeu-se certo estímulo, principalmente após o registro e em busca de sua operacionalização da indicação de procedência obtida. Talvez tenha havido estímulo na época do processo que não se concretizou em efetiva participação e cooperação em prol do signo distintivo. Esse processo de obtenção com grande interveniência externa pode ter afastado alguns produtores e/ou outros atores locais. O queijo já fazia parte da identidade local, compondo inclusive sua hospitalidade e cotidiano da região (IPHAN, 2008; MELO; SILVA, 2014), ainda assim houve menção que atribuiu ao registro de indicação geográfica (somado ao de patrimônio imaterial e ao movimento em prol do produto) uma maior integração e sentimento de pertencimento. A terceira proposição, foi a menos observada na análise. A atividade turística relacionada ao queijo ainda é insipiente e não pode ser atribuída ao registro, pois esse não se encontra operacionalizado.

O fato de as proposições não corresponderem à realidade analisada não quer dizer que elas não se confirmariam em outros casos. Mas o fato de nem todas as proposições se confirmarem no caso em questão consequentemente gera indagações (por quês, mais especificamente) que buscaram ser observados, mas tendo em vista o foco da tese, podem ser ainda mais bem explorados em trabalhos futuros. No quadro 39, abaixo, os três objetivos específicos delineados para o alcance do objetivo principal da tese foram listados assim como diferenças nos resultados alcançados inerentes ao fato de as proposições não terem se confirmado.

Objetivo Específico	Considerações com relação ao seu resultado
Delinear o sistema territorial decorrente de uma indicação geográfica, suas instituições, relações e causalidades;	O modelo encontrado no local é particular, diferente do esperado ante a literatura e provavelmente não se aplica a outras realidades
Verificar se as indicações geográficas funcionam como mecanismo de estímulo a formação de redes interinstitucionais e como estas se articulam (na criação, promoção e manutenção de uma política de desenvolvimento vinculada à IG);	Redes interinstitucionais são formadas, entretanto se articulam de maneira diferente ante a criação, promoção e manutenção da IG. No caso específico durante a criação (processo de registro) houve protagonismo externo. Atualmente há uma mobilização interna em prol da operacionalização e promoção desta.
Verificar as principais influências das indicações geográficas no turismo e vice-versa, bem como sua relação com o desenvolvimento no âmbito de uma região produtora de queijo.	Como a indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro não é efetivamente utilizada não se pode atribuir o desenvolvimento do Turismo, bem como de quaisquer outras atividades, à indicação geográfica. Assim, para o caso em questão não se pode afirmar a existência de influência, mas sim de potencial. Esse foi considerado existente.

Quadro 39: Considerações com relação aos objetivos específicos e seus resultados

Fonte: Dados da pesquisa, 2015.

A ferramenta CATWOE enriquecida foi utilizada em sua versão adaptada por (FEROLLA, 2013), que amplia a proposta de Checkland (2000) com base Bergvall-Kareborn, Mirijamdotter e Basden (2004) e Basden e Wood-Harper (2006), para delineamento dos principais aspectos do sistema. Abaixo são sintetizados os achados decorrentes do uso dessa ferramenta que confrontados com a descrição dos atores e com o referencial teórico possibilitou a elaboração de uma figura rica síntese (figura 12).

A “transformação” do sistema foi compreendida como processo de implementação efetiva da indicação geográfica. Assim sendo refere-se a existência e uso do registro. A efetiva implementação da indicação de procedência do Serro ainda não ocorreu ainda que o registro tenha sido obtido em 2011. A IP foi pleiteada por uma entidade representativa legitimada, conforme requerido pelo INPI, mas a condução desse pleito deu-se com o protagonismo de uma outra entidade Agrifert. O vínculo com essa entidade, que era conveniada ao MDA, estava previsto para ser encerrado, mas as ações pós-registro e sem a mesma não foram planejadas. Os achados destacam a importância de se pensar não apenas no alcance do registro, mas no que fazer depois de obtê-lo. O planejamento e até ações propriamente ditas podem se iniciar ao mesmo tempo que se inicia o pleito junto ao INPI.

O sistema encontrado na presente tese não pode ser considerado um caso de “*best practices*” em IPs e a proposta teórica se mostrou distante do encontrado na realidade. Cabe destacar, entretanto, que a aprendizagem e implementação de técnicas de gestão, por exemplo, certamente é mais rápida que a “criação” de um patrimônio e notoriedade do mesmo. Há

potencial, mas algumas ações em busca do efetivo uso e apropriação do signo pela população, consumidores e produtores se fazem necessárias. Além disso, nota-se uma conjuntura favorável à indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro, pois, ainda que hajam alguns fatores contrários, movimentos e programas em prol de indicações geográficas, de produtos com identidade ligada ao local de produção e do queijo artesanal de leite cru têm emergido. Especificamente com relação ao turismo também há demanda subaproveitada e possibilidades de articulação ainda inexploradas.

A existência de políticas antagônicas com relação ao mesmo produto (queijo minas artesanal) é certamente uma das principais causas da ausência do uso efetivo do registro de indicação geográfica e consequentes mudanças almejadas em decorrências deste. Além disso percebeu-se que a indicação geográfica é parte dos projetos de vários ministérios (MDA, MAPA e MDIC principalmente), mas não é necessariamente trabalhada entre vários ministérios. Esses fatos demonstram urgência no desenvolvimento de políticas públicas integradas. Nesse sentido as indicações geográficas poderiam servir de ponto de articulação e fomento a políticas públicas intersetoriais. Entendendo ainda o poder público como potencial indutor, a ausência de menções às indicações geográficas existentes no Brasil no Ministério do Turismo, pode refletir na não apropriação desse signo distintivo como recurso turístico em âmbito estadual e municipal.

A figura rica elaborada possibilitou a visualização de uma série de organizações públicas e paraestatais ligadas direta ou indiretamente com a política de indicações geográficas como ferramenta de auxílio ao desenvolvimento territorial. Em que pese existem ainda outras instituições não descritas, mas que podem corroborar e até incentivar o uso dessa ferramenta. É o caso, por exemplo, de fundações de apoio à pesquisa estaduais que podem fomentar a pesquisa em termos de um produto ou região específica e/ou ainda apoiar a realização de eventos direcionados a diversos públicos (produtores; acadêmicos; gestores públicos; entre outros). Além disso cabe destacar a importante função das organizações privadas enquanto consumidoras, distribuidoras, patrocinadoras, ou consultoras no meio em questão. Ressalva-se que quaisquer que sejam as relações estabelecidas, o benefício mútuo pode permitir que tenham continuidade.

Não se pode atribuir o fluxo turístico a existência do produto com indicação geográfica. Foi verificado, diante do questionário aplicado a pessoas que visitaram a região potencial para o consumo turístico do queijo do Serro (antes, durante e depois da visita). Para a amostra (103 pessoas) em questão o queijo não foi um dos fatores que motivou a visita na maioria dos casos (72,8%), mas boa parte dos visitantes já conheciam o queijo antes da visita (63,1%). Assim, de

certo modo, o queijo faz parte do imaginário das pessoas com relação à região, ainda que o produto não apareça tanto na imagem projetada pelo poder público dos municípios envolvidos (questão que foi verificada por meio da análise dos sites institucionais).

Durante a visita 89% dos visitantes mencionou ter consumido o queijo, mas a maioria (58,2%) não visitou o seu local de produção. Há, contudo, interesse, pois 82% (85 respondentes) gostaria de visitar à produção do queijo e outros 11,65% talvez visitassem caso a atividade lhe fosse ofertada. Foi verificado também interesse em outras atividades além de visita à produção sendo que mais de 50% dos entrevistados mencionaram interesse na maioria das possibilidades listadas. Com relação ao consumo pós-visita, nota-se que 72% dos visitantes levaram o queijo para consumir em casa e 55,3% para dar de presente.

O consumidor, de forma geral, em termos mundiais, tem aumentado a sua demanda por produtos protegidos por signos de substância, entre as quais se incluem as indicações geográficas, marcas de certificação e marcas coletivas (PORTO, 2012). No caso das indicações geográficas, no Brasil esse parece ser um processo ainda em consolidação, pois muitos consumidores (entre os quais os visitantes da região que responderam e até os próprios produtores) não conhecem em profundidade o significado desse signo distintivo em particular. Talvez a combinação com outros signos (tais como marcas individuais ou de certificação) possam contribuir no cenário em questão.

A tese apresentada possui algumas limitações entre as quais pode-se destacar algumas questões principais: dentre os produtos que possuem registro de indicação geográfica no Brasil, o queijo artesanal de leite cru provavelmente é um dos que possui maior complexidade, pois as regulamentações e estudos ainda carecem de maior aprofundamento e debate; as distâncias (da região ao local de origem da pesquisadora e entre os municípios da região) eram extensas; e não houve apoio financeiro para o custeio das viagens necessárias. Essas particularidades conferem desafios, bem como potenciais únicos ao caso enfocado.

Assim, cabe destacar que a proposta de tese não esgota as discussões sobre a temática (na região e de maneira geral) e nem propõe um modelo universal. Há grande probabilidade que ao se realizar estudos semelhantes em realidades distintas respostas diferentes a esses fatores de propagação (indicação geográfica e turismo) sejam encontradas uma vez que as respostas derivam não apenas de estímulos externos como também de um conjunto de respostas inerentes ao próprio sistema (TERRA; PASSADOR, 2015).

Alguns aspectos e ferramentas de investigação que foram inicialmente pensadas para compor a presente tese não foram efetivadas e poderiam ser realizadas em pesquisas futuras. Entre essas destacam-se: Revisão integrativa contemplando as teses e dissertações relacionadas

ao tema indicação geográfica já defendidas no país (apêndice A); Verificação das opiniões do *trade* turístico da região com relação ao fluxo turístico, equipamentos e serviços (turísticos e de apoio) existentes e potenciais; Realização de *survey* com operadoras de viagem que possuam roteiros gastronômicos no país, em especial àquela que possui um roteiro relacionado ao queijo do Serro e que foi contatada, entretanto não respondeu; e Utilização de técnicas projetivas de pesquisa junto aos membros do sistema para confirmação do sistema delineado. Achados e discussões da tese também suscitam inúmeras outras possibilidades de pesquisa. Algumas delas foram comentadas ao longo do desenvolvimento das análises, mas espera-se que outras possam emergir.

A tese se dedicou a questões (indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial) que podem ser consideradas relevantes não só no contexto analisado, mas também em outros âmbitos. Eventuais semelhanças e diferenças com relação a realidade analisada podem, por exemplo, ser úteis no processo de decisão em locais que almejem obter registro de indicação geográfica. Assim, mesmo diante das limitações comentadas anteriormente, acredita-se que as discussões apresentadas possuam algumas implicações mercadológicas, políticas, acadêmicas e também pessoais, entre as quais se destacam:

- Mercadológicas – A) Foi realizada uma descrição do perfil e de algumas demandas do consumidor-turista, bem como foram apontadas algumas sugestões e oportunidades de ação relacionados ao turismo, bem como ao sistema de maneira geral; e B) Após o desenvolvimento das pesquisas e de algumas conversas informais, a pesquisadora apresentou o grupo do *whatsapp* “#salveoqueijoartesanal” para um dos comerciantes, bem como a três dos produtores. Nesse grupo há discussões e articulação de lojistas e produtores e interessados de maneira geral que podem acarretar novas oportunidades de negócios;
- Políticas – A) Foram realizados apontamentos com relação à legislação de indicações geográficas bem como do queijo artesanal; B) Foi percebida a existência de conflitos e relações de poder relevantes que podem favorecer e/ou ser empecilhos ao desenvolvimento de algumas propostas no âmbito local; e C) Os pontos positivos e negativos da forma como a política de indicação geográfica foi implementada no Serro e sua (des)articulação com outras políticas pode servir de exemplo para articulações sociais e gestores públicos que objetivem utilizar esse signo distintivo como instrumento de desenvolvimento territorial.
- Acadêmicas – A) Houve grande preocupação em conceituar alguns termos de forma didática e ilustrada por meio de quadros síntese (facilitando o trabalho de compreensão

que foi enfrentado pela autora); B) Utilizou-se uma proposta híbrida, multimétodos, e transdisciplinar de forma a explicitar a possibilidade, e talvez necessidade, de maior articulação entre as áreas de conhecimento; C) Buscou-se complementar aos trabalhos pré-existentes sobre o Serro; e D) O trabalho trouxe resultados distintos ao que esperado ante as consequências listadas pela literatura como decorrentes dos registros de indicação geográfica.

- **Pessoais** - A característica transdisciplinar do objeto em estudo (IGs) exigiu do pesquisador um mergulho em áreas às quais não possuía grande conhecimento (tais como o Direito e o Comércio Exterior). Essa mesma questão o tornou mais rico e instigante por amarrar universos de conhecimento em uma perspectiva de múltiplas dimensões analíticas e praxiológicas simultâneas e articuladas. Administração; Administração Pública; Direito; Comércio; Turismo; e Geografia Social são alguns dos campos do saber que, em graus distintos, mediaram as discussões com relação às distintas dimensões, suas confluências e conflitos. Além disso a riqueza do convívio com pessoas completamente distintas entre si, mas conectadas pelo queijo ressalta o valor social do produto.

Por fim, cabe destacar que ainda se acredita que as indicações geográficas possam ser instrumentos de proteção e valorização de elementos da ruralidade que possibilitam a articulação de atores e seu fortalecimento para a execução da produção do bem (ou serviço) detentor do registro, bem como de outras atividades em prol do desenvolvimento do território. Entre essas atividades, uma das que parece reforçar e ser reforçada pelo registro de indicação geográfica é o turismo. As principais observações da presente tese podem ser sintetizadas na forma de proposições para investigações futuras. Nesse sentido, são elencados os principais achados, alguns dos quais poderiam ser analisados de forma quantitativa:

- O nível de engajamento dos produtores durante o registro impacta no sucesso pós-registro;
- A modelagem de sistemas indicações geográficas depende tanto dos seus membros quanto do contexto no qual esse se insere;
- A obtenção de registro pertencente a propriedade intelectual em si não garante ganho econômico;
- O uso concomitante de diferentes ferramentas de propriedade intelectual (como indicação geográfica; marca coletiva ou marca de certificação) pode gerar maior valor ao consumidor e consequentemente maior retorno econômico;

- O uso turístico das indicações geográficas pode colaborar com uma realimentação positiva do sistema em prol do desenvolvimento territorial.

A efetividade das indicações geográficas é baseada em atividades gerenciais, comerciais, turísticas, políticas e sociais. Pode ser um elo de ligação entre alguns anseios da sociedade contemporânea com a necessidade de salvaguarda de algumas tradições e manutenção do tecido socioeconômico rural. Sendo assim, entender melhor suas características e implicações são relevantes tanto à sociedade, quanto às agendas públicas e ao produtor rural. Ficou evidente, entretanto, que somente o registro não garante o desenvolvimento territorial. Pode-se inferir que as indicações geográficas aplicadas a produtos agropecuários devem, para além de um fim, ser consideradas um meio, mais especificamente podem ser encaradas como estímulos ou causas iniciais em um sistema composto por laços de realimentação que visa ao desenvolvimento territorial. Esse desenvolvimento pode ser almejado na sua concepção mais ampla ou ainda de maneira parcial, dentre as quais pode-se destacar a concepção econômica. A forma como o sistema territorial se articulará dependerá da visão de mundo de seus envolvidos bem como do contexto no qual se encontrarem inseridos.

7 Referências Bibliográficas

- ABDALA, M. C. Saberes e sabores: tradições culturais populares do interior de Minas Gerais e de Goiás. **História: Questões & Debates**, v. 54, n. 1, p. 125–158, 2011.
- ABIQ. **Nutrição e Saúde**. Disponível em:
<http://www.abiq.com.br/nutricao_gastronomia1.asp>.
- ABIQ. **ABIQ: A Entidade**. Disponível em: <http://www.abiq.com.br/abiq_entidade.asp>.
- ABNT. Indicação Geográfica. **Boletim ABNT**, n. jan/fev, p. 16–21, 2015.
- ABRAMOVAY, R. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- ABRAMOVAY, R. et al. **Movimentos sociais, governança ambiental e desenvolvimento territorial**. [s.l: s.n.].
- ABREU, C. F. C. DE et al. **Caracterização da Região do Serro como Produtora de Queijo Minas Artesanal**. Belo Horizonte: [s.n.]. Disponível em:
<http://www.emater.mg.gov.br/doc/intranet/upload/QUEIJO_HISTORICO/dossi%C3%AA do serro def2.pdf>.
- ABRUCIO, F. L. Trajetória recente da gestão pública brasileira: um balanço crítico e a renovação da agenda de reformas. **RAP**, v. Edição Esp, p. 67–86, 2007.
- ABRUCIO, F. L. et al. Nova Gestão Pública. In: OLIVEIRA, L. M. DE; PINTO, M. C. C. (Eds.). . **O desenvolvimento gerencial na administração pública do estado de São Paulo**. São Paulo: Secretaria de Gestão Pública / Fundap, 2009.
- ALLAIRE, G.; CASABIANCA, F.; THÉVENOD-MOTTET, E. Geographical Origin: A complex Feature of Agro-food Products. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 1–12.
- ALMEIDA, S. DE L.; PAIVA JÚNIOR, F. G. DE; GUERRA, J. R. A estratégia de internacionalização de negócios na perspectiva da tradução cultural: o caso da indicação geográfica no agronegócio. **Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE**, v. 9, n. 2, p. 75–98, 2010.
- ANGLOAMERICAN. **Nossa História**. Disponível em:
<<http://www.angloamerican.com.br/about-us/historia.aspx>>.
- ANGLOAMERICAN. **Releases**. Disponível em:
<http://www.angloamerican.com.br/media/news/year2014.aspx?sc_lang=pt-PT>.
- ANGLOAMERICAN. **Nosso Trabalho com as comunidades**. Disponível em:
<http://www.angloamerican.com.br/sustainable-development/nosso-trabalho-com-as-comunidades.aspx?sc_lang=pt-PT>.

APAQS; SEBRAE. **Questionário de Cadastro Georrefenciado - Sistema Terraview**Serro, 2013.

APPOLINARIO, F. **Metodologia da Ciência: Filosofia e Prática da Pesquisa**. São Paulo: Cengage Learning Nacional, 2012.

APROCAN. **Ofício 08/2015 - Proposta de Marco Legal para os Queijos Artesanais Brasileiros**São Roque de MinasAssociação dos Produtores de Queijo Canastra, , 2015.

ARAGON, L. **Alavancas ou entraves? O papel da Propriedade Industrial no desenvolvimento local**.Anais do VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. **Anais...**Rio de Janeiro: UFF, 2011

ARAGON, L. **A propriedade intelectual como instrumento de políticas públicas para o desenvolvimento local**.Anais do III Encontro Internacional de Ciências Sociais. **Anais...**Pelotas: UFPEL, 2012Disponível em:
<<http://www2.ufpel.edu.br/ifisp/ppgs/eics/dvd/docum>>

ARIS ANUAR, A. N. et al. The Roles of Tourism System towards Development of Tourist Friendly Destination Concept. **Asian Social Science**, v. 8, n. 6, p. 146–155, 2012.

ASHBY, W. R. **An Introduction to Cybernetics**. London: Chapman & Hall, 1956.

BAGGIO, R. Symptoms of complexity in a tourism system. **Tourism Analysis**, v. 13, p. 1–20, 2008.

BANDEIRA-DE-MELLO, R. Softwares em pesquisa qualitativa. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Eds.). . **Pesquisa Qualitativa em estudos organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006.

BARBOSA, D. B. **Uma introdução propriedade intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARHAM, E.; SYLVANDER, B. **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011.

BARIK, R. K.; SAMADDAR, A. B. Service Oriented Architecture based SDI Model for Geographical Indication Web Services. **International Journal of Computer Applications**, v. 25, n. 4, p. 42–49, 2011.

BARJOLLE, D.; SYLVANDER, B.; THÉVENOD-MOTTET, E. Public Policies and Geographical Indications. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 92–105.

BASDEN, A.; WOOD-HARPER, A. T. A philosophical discussion of the Root Definition in Soft Systems Thinking: An enrichment of CATWOE. **Systems Research and Behavioral Science**, v. 23, p. 61–87, 2006.

BASSO, M. Implicações econômicas e sociais da importação paralela no comércio e nos

direitos de propriedade intelectual. In: BASSO, M. (Ed.). . **Propriedade Intelectual e Importação Paralela**. São Paulo: Atlas, 2011. p. 111–121.

BATESON, G. Cybernetic explanation. **The American Behavioral Scientist (pre-1986)**, v. 10, n. 8, p. 29–32, 1967.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Eds.). . **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUER, R. **Gestão da mudança: caos e complexidade nas organizações**. São Paulo: Atlas, 1999.

BEDUSCHI FILHO, L. C.; ABRAMOVAY, R. Desafios para o desenvolvimento das regiões rurais. **Nova Economia**, v. 14, n. 3, p. 35–70, 2004.

BELAS, C. A. **Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. [s.l.] Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2012.

BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A. Origin Products, Geographic Indications and Rural Development. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 75–91.

BENI, M. C. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Senac, 2007.

BERGVALL-KAREBORN, B.; MIRIAMDOTTER, A.; BASDEN, A. Basic principles of SSM modeling: an examination of CATWOE from a soft perspective. **Systemic Practice and Action Research**, v. 17, n. 2, p. 55–73, 2004.

BERTALANFFY, L. VON. **Teoria Geral dos Sistemas**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

BESSIÈRE, J. Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. **European Society for Rural Sociology**, v. 38, n. 1, p. 21–34, 1998.

BORREANI, G.; BERNARDES, T. F.; TABACCO, E. Aerobic deterioration influences the fermentative, microbiological and nutritional quality of maize and sorghum silages on farm in high quality milk and cheese production chains. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v. 37, n. Suplemento especial, p. 68–77, 2008.

BOTELHO, L. L. R.; CUNHA, C. C. D. A.; MACEDO, M. O Método Da Revisão Integrativa Nos Estudos Organizacionais. **Gestão e Sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121–136, 2011.

BOYNE, S.; HALL, D. Place promotion through food and tourism : Rural branding and the role of websites. **Place Branding**, v. 1, n. 1, p. 80–92, 2004.

BRANCO, N. P. N. C. S. et al. Projeto de contribuição à indicação geográfica para farinha de mandioca de tipo copioba. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 396–412, 2012.

BRANCO, N. P. N. C. S. et al. Indicações geográficas (IGS) como ferramenta para desenvolvimento regional: uma prospecção tecnológica sobre igs relacionadas à farinha de mandioca e o potencial da ig da farinha de mandioca copioba do recôncavo baiano. **Geintec**, v. 3, n. 5, p. 205–220, 2013.

BRANDÃO, F. S. et al. Confiança e agregação de valor em carnes com indicação geográfica. **Arq. Bras. Med. Vet. Zootec.**, v. 64, n. 2, p. 458–464, 2012.

BRANDÃO, T. DE S. Turismo, história e gastronomia: uma viagem pelos sabores - Resenha e reflexões. **Revista Turismo Estudos & Práticas**, v. 2, n. 1, p. 111–117, 2013.

BRASIL. **Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950** Brasília, 1950. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L1283.htm>

BRASIL. **Decreto nº 30.691 de 29 de março de 1952. Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal.** Brasília, 1952. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D30691.htm>

BRASIL. **Decreto nº 1.255 de 25 de junho de 1962. Altera o Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952, que aprovou o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal.** Brasília, 1962. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Historicos/DCM/dcm1255.htm#art1>

BRASIL. **Lei 7.889, de , de novembro de 1989** Brasília, 1989. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/17889.htm>

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. . 1990.

BRASIL. **Lei nº 8.171, de 17 de janeiro de 1991. Dispõe sobre a política agrícola.** Brasília: Presidência da República, 1991.

BRASIL. **Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado.** Brasília: Ministério da Administração Federal e da Reforma do Estado, 1995.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de maio de 1996: Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Brasília: Presidência da República, 1996.

BRASIL. Lei nº 11.326 de 24 de julho de 2006 - Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. . 2006.

BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Dispõe sobre a Política Nacional de Turismo [...].** Brasília: Presidência da República, 2008.

BRASIL. **Portaria nº 130, de 26 de julho de 2011. Institui o Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos.** Brasília: Ministério do Turismo, 2011a.

BRASIL. **Instrução Normativa n. 57, de 15 de dezembro de 2011** Brasília Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, , 2011b. Disponível em: <<http://sertaobras.org.br/wp-content/uploads/2011/12/Instrução-Normativa-n57.pdf>>

BRASIL. **Instrução Normativa nº 25 / 2013** Rio de Janeiro Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Instituto Nacional da Propriedade Industrial, , 2013a.

BRASIL. **Instrução Normativa nº30, de 7 de agosto de 2013** Brasília Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, , 2013b.

BRASIL. **Política e Plano Nacional do Turismo: Gestão Descentralizada Territórios e Instituições**. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Apresentaxo_Gestxo_Descentralizada.pdf>.

BRASIL. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013d.

BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013e.

BRASIL. **Instrução Normativa nº 16 de 23 de junho de 2015** Brasília Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, , 2015. Disponível em: <www.agricultura.gov.br>

BRASIL; MAPA. **Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: Módulo II - Indicação Geográfica**. 4. ed. Florianópolis: MAPA; FUNJAB, 2014.

BRASIL; MINISTÉRIO DO TURISMO. **Marco Conceitual**. Disponível em:

<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf>.

BRESSER PEREIRA, L. C.; SPINK, P. **Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial**. 6. Ed. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Seis Interpretacoes sobre o Brasil. **Revista de Ciências Sociais**, v. 25, n. 3, p. 269–306, 1982.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Do Estado Patrimonial ao Gerencial. In: PINHEIRO; WILHEIM; SACHS (Eds.). . **Brasil: um século de transformações**. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

BRESSER-PEREIRA, L. C. **O Conceito Histórico de Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: [s.n.]. Disponível em: <<http://www.bresserpereira.org.br/papers/2006/06.7-conceitohistoricodesenvolvimento.pdf>>.

BRITO, A. L. C.; HELD, T. M. R.; BOTELHO, T. R. Apontamentos acerca da política agrícola brasileira. **Revista Pitágoras**, v. 4, n. 4, p. 1–15, 2013.

BUCCI, M. P. D. **Direito Administrativo e Políticas Públicas**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

BURITY, J. A. **Identidade e múltiplo pertencimento nas práticas associativas locais**. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2003.

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

p. 25–32, 2003.

CAMPANHOLA, C.; GRAZIANO DA SILVA, J. O agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Eds.). . **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Bauru: EDUSP, 2000. p. 145–179.

CAPRA, F. **A Teia da Vida: Uma nova compreensão científica dos sistemas vivos**. 14. Ed ed. São Paulo: Cultrix, 2008.

CARVALHO, G. R.; DIAS, A. B. Indicação geográfica no território do sisal na Bahia: possibilidades e perspectivas. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 365–377, 2012.

CARVALHO, L. DE S. C. **Feira Agroecológica da UFRJ: uma metamorfose dos sentidos ou um caleidoscópio de imaginações? Por que não design?** [s.l.] Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

CASCUDO, L. DA C. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1983.

CASTRO, M. Queijeiros do Brasil se unem por regulamentação. **Estadão - Caderno Paladar**, 3 jun. 2015.

CAVALCANTI, B. S.; PECI, A. Além da (re)forma do aparelho do Estado: para uma nova política de gestão pública. In: CAVALCANTI, B. S.; RUEDIGER, M. A.; SOBREIRA, R. (Eds.). . **Desenvolvimento e construção nacional: políticas públicas**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2005. p. 33–56.

CAZELLA, A. A.; ROUX, B. Agribusiness em questão: a emergência da agricultura multifuncional. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 13, n. 10, p. 46–69, 1999.

CERDAN, C. M. ET AL. **Propriedade Intelectual e Inovação**. Florianópolis: UFSC, 2010.

CGCOM/MDIC. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/sobre/estrutura>>. Acesso em: 20 maio. 2009.

CHECKLAND, P. Soft Systems Methodology: A Thirty Year Retrospective. **Systems Research and Behavioral Science**, v. 58, n. 17, p. 11–58, 2000.

CHECKLAND, P. et al. The Emergent Properties of SSM in Use: A Symposium by Reflective Practitioners. **Systemic Practice and Action Research**, v. 13, n. 6, p. 799–823, 2000.

CHECKLAND, P.; TSOUVALIS, C. Reflecting on SSM: The Link Between Root Definitions and Conceptual Models. **Systems Research and Behavioral Science**, v. 14, n. 3, p. 153–168, maio 1997.

CHECKLAND, P.; WINTER, M. Process and content: two ways of using SSM. **Journal of the Operational Research Society**, v. 57, n. 12, p. 1435–1441, 28 dez. 2006.

CIG/DEPTA/SDC/MAPA. **Indicação Geográfica: Guia para solicitação de Registro de Indicação Geográfica para produtos Agropecuários**. Brasília: MAPA, [s.d.].

CNA. Produtores de queijo artesanal defendem marco regulatório para garantir venda em todo o País. **Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA**, 8 jun. 2015.

COELHO, F. DE S. Reformas e Inovações na Gestão Pública no Brasil Contemporâneo. In: CARNEIRO, J. M. B.; DANTAS, H. (Eds.). . **Parceria Social Público-Privado**. São Paulo: Oficina Municipal, 2012. p. 1–37.

COHEN, E.; AVIELI, N. Food in Tourism: Attraction and Impediment. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 4, p. 755–778, out. 2004.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2. Ed. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COMUNIDADE EUROPEIA. **Regulamento (CE) nº 510/2006 do Conselho da União Europeia**. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>.

CONDRAF. **Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2014.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. G. Sistemas contemporâneos de turismo. In: COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. G. (Eds.). . **Turismo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. p. 3–18.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COOPERSERRO. **A Cooperativa**. Disponível em: <<http://www.coopserro.com.br/cooperativa>>. Acesso em: 13 set. 2015.

COTA JÚNIOR, M. B. G. **Um estudo do Processo de Desenvolvimento de Cultivares por intermédio da Soft Systems Methodology em uma instituição de pesquisa agropecuária** Márcio Barbosa Guimarães Cota Júnior Um estudo do Processo de Desenvolvimento de Cultivares por intermédio da Sof. [s.l.] UFMG, 2008.

COTA JÚNIOR, M. B. G.; FREITAS, J. S.; CHENG, L. C. **Uma análise da Soft Systems Methodology e sua utilização para melhoria do Processo de Desenvolvimento de Cultivares em uma instituição de pesquisa agropecuária**Anais do 1º Congresso Brasileiro de Sistemas/ 3º Congresso Catarinense de Sistemas. **Anais...**Florianópolis: UFSC, 2007Disponível em: <<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/78237/1/Analise-soft.pdf>>

CRAVO, M. A.; COTRIM, W. S. Análise Comparativa Da Legislação Brasileira E Europeia Para Queijos Artesanais. **Cadernos de Pós-Graduação FAZU**, v. 2, 2011.

DA SILVA, A. B. A fenomenologia como método de pesquisa em estudos organizacionais. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; DA SILVA, A. B. (Eds.). . **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Saraiva, 2007.

- DALLABRIDA, V. R. **Governança Territorial e Desenvolvimento: descentralização político-administrativa, estruturas subnacionais de gestão do desenvolvimento e capacidades estatais**. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.
- DALLARI, D. DE A. **Elementos de teoria geral do Estado**. 28.Ed. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- DARBELLAY, F.; STOCK, M. Tourism as complex interdisciplinary research object. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 1, p. 441–458, jan. 2012.
- DARTIGUES, A. **O que é a fenomenologia?** 7. ed. São Paulo: Centauro, 2002.
- DOGAN, B.; GOKOVALI, U. Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 62, p. 761–765, 2012.
- DONAIRES, O. S. Teoria Geral dos Sistemas II. In: MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A. (Eds.). . **Visão sistêmica e administração: conceitos, metodologias e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 15–51.
- DOS SANTOS, C. E. I. DOS S. et al. Elemental characterisation of Cabernet Sauvignon wines using Particle-Induced X-ray Emission (PIXE). **Food Chemistry**, v. 121, n. 1, p. 244–250, jul. 2010.
- DPI/IPHAN. **Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas: Dossiê Interpretativo**. Brasília: [s.n.].
- DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. Indicações Geográficas Brasileiras e Impacto sobre Bens Agrícolas e/ou agroindustriais. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 413–426, 2012.
- DUBEUF, J.; MORALES, F. D. A. R.; GENIS, J. M. C. Initiatives and projects to promote the Mediterranean local cheeses and their relations to the development of livestock systems and activities. **Small Ruminant Research**, v. 93, n. 2-3, p. 67–75, 2010.
- ELLIS, F. **Rural livelihoods and diversity in developing countries: evidence and policy implications**. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- EMATER-MG. **Mapa do Serro**. Disponível em:
<http://www.emater.mg.gov.br/portal.cgi?flagweb=site_pgn_downloads_vert&grupo=135&menu=59>.
- EMATER-MG. **O Programa Queijo Minas Artesanal**. Disponível em:
<http://www.emater.mg.gov.br/portal.cgi?flagweb=site_tpl_queijo&id=3299>.
- EVERETT, S.; AITCHISON, C. The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity: A Case Study of Cornwall , South West England. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 16, n. 2, p. 150–167, 20 fev. 2008.
- FABRIS, J. P.; MACHADO, G. J. C.; GOMES, I. R. A. Evolução da Proteção dos Produtos Tradicionais. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 387–395, 2012.

- FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.
- FALCÃO, T. F.; RÉVILLION, J. P. P. A indicação geográfica de vinhos finos segundo a percepção de qualidade de enófilos. **Ciência Rural**, v. 40, n. 2, p. 453–458, 2010.
- FARIA, L. E.; OLIVEIRA, R. S.; SANTOS, N. Propriedade Industrial: Indicações Geográficas - a origem do produto como diferencial de qualidade e diversidade para inovação no agronegócio brasileiro. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 289–310.
- FARRELL, B. H.; TWINING-WARD, L. Reconceptualizing tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 31, n. 2, p. 274–295, 2004.
- FEROLLA, L. M. **Processos colaborativos na gestão pública: estudo das relações estabelecidas no contexto do Programa Nacional de Educação do Campo**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2013.
- FERREIRA, R. G. P. **As leis do queijo**. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/textos/queijos-artesanais/619-as-leis-do-queijo>>. Acesso em: 1 jan. 2015.
- FERT. **Support for producers of raw-milk cheese with a quality approach**. Disponível em: <<http://www.fert.fr/en/soutien-producteurs-fromage-lait-cru-demarche-qualite/>>. Acesso em: 9 fev. 2015.
- FILGUEIRAS, M. R. D. M. et al. Conformidade das farinhas de mandioca tipo copioba comercializadas nas feiras de Salvador (BA) com parâmetros da legislação: uma contribuição à indicação geográfica (IG) do produto. **Geintec**, v. 2, n. 3, p. 307–326, 2012.
- FRANÇA, O. E. **O Caso Queijo do Serro como Sistema Agroalimentar Local - SIAL: complementaridade entre produção agroalimentar e turismo**. [s.l.] Universidade de Brasília, 2012.
- FRANCO, M. L. P. B. **Análise de Conteúdo**. 4. ed. Brasília: Liber Livro, 2012.
- FREIRE, P. **Cartas a Cristina: reflexões sobre minha vida e minha práxis**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.
- FREY, K. Políticas Públicas: Um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas. **Planejamento e Políticas Públicas**, n. 21, p. 211–259, 2000.
- GALDINO, L. C. F.; COSTA, M. L. DA. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. **Observatório de Inovação do Turismo**, v. VI, n. 4, p. 1–24, 2011.
- GASTAL, S.; MOESCH, M. M. **Turismo, Políticas Públicas e Cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GIESBRECHT, H. O. et al. **Indicações Geográficas Brasileiras**. 1. ed. Brasília: SEBRAE, INPI, 2014.

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. SÃO PAULO: Atlas, 2002.
- GONÇALVES, M. F. W. **Propriedade Industrial e a Proteção dos Nomes Geográficos: indicações geográficas, indicações de procedência e denominações de origem**. Curitiba: Juruá, 2008.
- GONÇALVES, P. M. Metodologia de Sistemas Flexíveis (Soft Systems Methodology - SSM). In: MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A. (Eds.). . **Visão sistêmica e administração: conceitos, metodologias e aplicações.2**. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 161–172.
- GOVERS, R.; HECKE, E. VAN; CABUS, P. Delineating Tourism: Defining the usual environment. **Annals of Tourism Research**, v. 35, n. 4, p. 1053–1073, out. 2008.
- GRAZIANO DA SILVA, J. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. **Estudos Avançados**, v. 15, n. 43, p. 37–50, 2001.
- GRAZIANO DA SILVA, J.; VILARINHO, C.; DALE, P. J. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A.; FROEHLICH, J. M.; RIEDL, M. (Eds.). . **Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil**. Campinas: Papirus, 2000. p. 15–62.
- GREN, M.; HUIJBENS, E. H. Tourism theory and the earth. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 1, p. 155–170, jan. 2012.
- GRETZEL, U. et al. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**, v. in press, 2015.
- GUERREIRO-RAMOS, A. A nova ignorância e o futuro da administração pública na América Latina. **Revista de Administração Pública**, v. 17, n. 1, p. 32–65, 1983.
- HARBUTT, J. **O livro do queijo**. São Paulo: Globo, 2010.
- HORNG, J.; TSAI, C. S. Government websites for promoting East Asian culinary tourism : A cross-national analysis. **Tourism Management**, v. 31, n. 1, p. 74–85, 2010.
- HORODYSKI, G. S. et al. Souvenirs Gastronômicos como Lembranças de Viagem : um estudo de caso em Curitiba – Brasil. **Via@ - Revista Internacional e interdisciplinar de turismo**, n. 2, p. 1–16, 2014.
- HORODYSKI, S. G.; MANOSSO, F. C.; GÂNDARA, J. M. G. O consumo de souvenirs e a experiência turística em Curitiba (PR). **Caderno Virtual de Turismo**, v. 12, n. 3, p. 323–342, 2012.
- HUSSERL, E. **A idéia da Fenomenologia**. Lisboa: Edições 70, 1990.
- HWANG, L. J.; WESTERING, J. VAN; CHEN, H. Exploration of the Linkages between the Gastronomy and Heritage of Tainan City, Taiwan. **Advances in Hospitality and Leisure**, v. 1, n. 04, p. 223–235, 2004.
- IBGE. **Produto Interno Bruto dos Municípios**. Disponível em:

<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

IBGE. **IBGE Cidades@**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

IBRAVIN. **História do Vinho no Brasil**. Disponível em: <<http://www.ibravin.org.br/historia-do-vinho-no-brasil>>. Acesso em: 1 jan. 2015.

IMA. **Queijo Minas Artesanal**. Disponível em: <<http://www.ima.mg.gov.br/certificacao/queijo-minas-artesanal-link>>.

IMA. **Instituto Mineiro de Agropecuária - Institucional**. Disponível em: <<http://www.ima.mg.gov.br/institucional>>. Acesso em: 1 jan. 2014b.

IMA. **Portaria nº 517, de 14 junho de 2002**Belo Horizonte, 2002a. Disponível em: <http://www.ima.mg.gov.br/component/docman/doc_details/209-portaria-517>

IMA. **Portaria nº 518, de 14 de junho de 2002**Belo Horizonte, 2002b. Disponível em: <http://www.ima.mg.gov.br/component/docman/doc_details/210-portaria-518>

IMA. **Portaria nº 818, de 12 de dezembro de 2006**Belo Horizonte, 2006. Disponível em: <http://www.ima.mg.gov.br/component/docman/doc_details/338-portaria-818>

IMA. **Legislação Queijo Minas Artesanal**. Disponível em: <<http://www.ima.mg.gov.br/certificacao/queijo-minas-artesanal-link/1488-legislacao-queijo-minas-artesanal>>. Acesso em: 1 mar. 2015a.

IMA. **Produtores de Queijo Minas Artesanal**. Disponível em: <http://www.ima.mg.gov.br/component/docman/doc_details/680-produtores-queijo-minas-artesanal->>.

INPI. **Manual de Marcas**. Disponível em: <<http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>>. Acesso em: 1 fev. 2015.

INPI. **Tabela de Retribuições pelos serviços do INPI (valores em Reais)**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/stories/Tabela_Retribuicao_2012_IMPRESSOS.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2013a.

INPI. **Relatório Anual INPI 2010**. Brasília: MDIC; INPI, 2011b.

INPI. **Quanto Custa - Indicação Geográfica**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/quanto_custa_indicacao_geografica>.

INPI. **Planilha de Acompanhamento dos Pedidos/Registros de Indicação Geográfica**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/docs/planilha_de_ig_11-06-2013.pdf>.

INPI; DICIG. Despacho 331. **RPI**, n. 2113, p. 247–248, 2011.

INPI; DIRTEC. SEÇÃO I Representações e Postos Avançados. **RPI**, n. 2086, p. 273–274, 2010.

IOMG. **Governo inicia pavimentação da rodovia de Conceição do Mato Dentro ao Serro.** Disponível em: <<http://www.iof.mg.gov.br/index.php?acao-do-governo/acao-do-governo-arquivo/Governo-inicia-pavimentacao-da-rodovia-de-Conceicao-do-Mato-Dentro-ao-Serro.html>>. Acesso em: 1 maio. 2015.

IPHAN. **Patrimônio Imaterial.** Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginaIphan>>.

IPHAN. **Registro dos queijos artesanais de Minas Gerais, nas regiões do Serro, da Serra da Canastra e Salitre/Alto Paraíba. Processo nº01450.012192 / 2006-65.** Belo Horizonte: IPHAN, 2008.

JOAQUIM, G. Turismo e mundo rural: que sustentabilidade? In: RODRIGUES, A. B. (Ed.). . **Turismo Rural: práticas e perspectivas.** São Paulo: Contexto, 2001. p. 35–45.

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

KELLE, U. Análise com auxílio de computador: codificação e indexação. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Eds.). . **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Petrópolis: Vozes, 2002.

KIRK, D. Hard and soft systems: a common paradigm for operations management ? **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 7, n. 5, p. 13–16, 1995.

KIVELA, J.; CROTTS, J. C. Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 30, n. 3, p. 354–377, 1 ago. 2006.

KRAHL, M. F. L. Características básicas do turismo rural: um olhar sobre o Brasil e o Distrito Federal. In: STEINBERGER, M. (Ed.). . **Territórios Turísticos no Brasil Central.** Brasília: LGE Editora, 2009.

LANGWORTHY, A.; HOWARD, J.; MAWSON, F. **Building Relationships between Tourism and Agribusiness: Models and benefits of co-operation.** Lilydale: Swinburne University of Technolog, 2006.

LEIPER, N. The framework of tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 6, n. 4, p. 390–407, 1979.

LIMA FILHO, D. DE O. et al. O turismo rural como alternativa econômica para a pequena propriedade rural no Brasil. **Turismo - Visão e Ação**, v. 9, n. 1, p. 69–81, 2007.

LIMA, R. DE S.; DOULA, S. M. A tradição e a lei: O queijo minas artesanal e os impasses da legislação sanitária no impedimento de sua comercialização fora do estado de MG. **Revista Faz Ciência**, v. 15, n. 20, p. 181–195, 2012.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETO, A. **Teoria do Turismo.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.

LÓPEZ, X. A. A.; MARTÍN, B. G. Productos Agroalimentarios de Calidad, Turismo Y Desarrollo Local: El Caso del Priorat. **Cuadernos Geográficos**, v. 34, n. 1, p. 83–94, 2004.

MANCINI, M. C. Geographical Indications in Latin America Value Chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest? **Journal of Rural Studies**, v. 32, p. 295–306, 2013.

MAPA. **Indicações Geográficas: Apoio a projetos**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/apoio-projetos>>. Acesso em: 21 ago. 2013a.

MAPA. **O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/ministerio>>. Acesso em: 1 set. 2015b.

MAPA. **Portaria nº 146, de 07 de março de 1996** Brasília, 1996. Disponível em: <<http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/servlet/VisualizarAnexo?id=4344>>

MAPA. **Política Agrícola**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/politica-agricola>>.

MAPA. **Plano Agrícola e Pecuário 2013/2014**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2013a.

MAPA. **Indicação Geográfica - IG**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica>>. Acesso em: 20 ago. 2013b.

MAPA. **CrITÉrios utilizados na seleção dos candidatos**. Disponível em: <<http://labmin.ufsc.br/mapaig4/criterios-de-selecao-dos-candidatos/>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

MARSDEN, T.; FLYNN, A. Servicing the city: Contested transitions in the rural realm. **Journal of Rural Studies**, v. 9, n. 3, p. 201–204, 1993.

MARTINELLI, D. P.; JOYAL, A. **Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas**. São Paulo: Manole, 2004.

MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A. **Visão sistêmica e administração: conceitos, metodologias e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MARTINO, G. Quality uncertainty and allocation of decision rights in the European protect designation of origin. **Revista de Administração**, v. 48, n. 2, p. 375–392, 2013.

MARTINS, U.; AMORIM, E.; SCHLUTER, R. A Promoção da Gastronomia Brasileira em Brochuras Turísticas – Uma Análise do Caso da Bolsa de Turismo de. **Rosa dos Ventos**, v. 4, n. III, p. 335–351, 2012.

MATIAS-PEREIRA, J. A gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil é consistente? **Revista de Administração Pública**, v. 45, n. 3, p. 567–590, 2011a.

MATIAS-PEREIRA, J. Política de Ciência, Tecnologia e Inovação: Uma avaliação da gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil. **Intependent Journal of**

Management & Production, v. 2, n. 2, p. 44–75, 2011b.

MATTOS, A. G. **Caracterização das Práticas de Manejo e das Populações de Erva-Mate (*Ilex paraguariensis* A. Sant. Hil) nativa em exploração no planalto norte catarinense**. [s.l.] Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

MCKERCHER, B. A chaos approach to tourism. **Tourism Management**, v. 20, n. 4, p. 425–434, 1999.

MDA. **Política Setorial do Leite (PSL)**. Disponível em:
<<http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/Leite/2490468>>.

MDA. **Programa de Diversificação Econômica**. Disponível em:
<<http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas//div>>.

MDA. **Ministério do Desenvolvimento Agrário**. Disponível em:
<<http://www.mda.gov.br/sitemda/pagina/institucional>>. Acesso em: 1 ago. 2015c.

MEDEIROS, M. D. L.; PASSADOR, J. L.; BECHELENI, D. G. A fenomenologia e a pesquisa em Turismo: Reflexões para aplicação com base no Turismo Gastronômico. **Turismo - Visão e Ação**, v. 13, n. 1, p. 20–34, 2010.

MELO, A. C. A.; SILVA, E. L. DA. **Queijo Minas Artesanal: Patrimônio Brasileiro Proibido e Oportunidade para o Desenvolvimento do Turismo Rural em Serro/MG** Anais do VIII Fórum Internacional de Turismo do Iguassu. **Anais...Foz do Iguaçu**: UNIVALI, UNIOESTE, 2014

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. D. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto - Enfermagem**, v. 17, n. 4, p. 758–764, 2008.

MENDES, P. P. M.; ANTONIAZZI, L. O uso das indicações geográficas como instrumento de proteção e desenvolvimento da agricultura brasileira. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **. Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 343–366.

MENESES, J. N. C. **Queijo Artesanal de Minas: patrimônio cultural do Brasil**. Belo Horizonte: IPHAN, 2006.

MENEZES, S. DE S. M. Queijo artesanal: identidade, prática cultural e estratégia de reprodução social em países da América Latina. **Revista Geográfica de América Central**, v. XIII, n. Número Especial EGAL, p. 1–16, 2011.

MILL, R. C.; MORRISON, A. M. **The tourism system**. 6. ed. Dubuque, Iowa: Kendall Hunt Publishing, 2009.

MINAS GERAIS. **Lei nº 14.185/2002. Dispõe sobre o Processo de Produção de Queijo Minas Artesanal**. Belo Horizonte: Minas Gerais Diário do executivo, 2002a.

MINAS GERAIS. **Decreto 42645/2002** Belo Horizonte, 2002b. Disponível em:
<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=4264>>

5&comp=&ano=2002>

MINAS GERAIS. **Decreto 44163/2005** Belo Horizonte, 2005.

MINAS GERAIS. **Decreto 44864/2008** Belo Horizonte, 2008. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=44864&comp=&ano=2008>>

MINAS GERAIS. **Lei 19492, de 13 de janeiro de 2011** Belo Horizonte, 2011. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=19492&comp=&ano=2011>>

MINAS GERAIS. **Lei 20549, de 18 de dezembro de 2012** Belo Horizonte, 2012. Disponível em:

<<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=20549&comp=&ano=2012>>

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Conheça as linhas de crédito do Pronaf**. Disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-creditorural/linhas-de-cr%C3%A9dito>>. Acesso em: 1 jul. 2014.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Glossário de Turismo**. Disponível em:

<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/espaco_academico/glossario/detalhe/T.html>. Acesso em: 1 ago. 2015.

MIRANDA, B. V. **Diferenciação e Geração de Renda nos Sistemas Agroindustriais**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2009.

MOLETTA, V. F.; GOIDANICH, K. L. **Turismo rural**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

NALLE JR, C.; PASSADOR, C. S. Uma proposta de desenvolvimento: Capital Humano, Capital Social, Territorialidade, Cidadania e Sustentabilidade. In: PASSADOR, C. S.; PASSADOR, J. L. (Eds.). **Gestão Pública e desenvolvimento no Século XXI: casos da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf)**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2007. p. 17–41.

NANAYAKKARA, T. **Role of Intellectual Property in Enhancing the Competitiveness of the Tourism Industry**. Disponível em:

<http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/tourism_ip.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2015.

NASCIMENTO, R. C. DO. Reflexões sobre planejamento turístico regional no limite do SISTUR. In: BENI, M. C. (Ed.). **Turismo: Planejamento Estratégico e capacidade de gestão**. Barueri: Manole, 2012. p. 45–68.

- NASCIMENTO, J. S. et al. Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 353–364, 2012.
- NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. DA G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 378–386, 2012.
- NEILSON, J. Institutions, the governance of quality and on-farm value retention for Indonesian specialty coffee. **Singapore Journal of Tropical Geography**, v. 28, n. 2, p. 188–204, jul. 2007.
- NEIVA, A. C. G. .; SERENO, J. R. B.; FIORAVANTI, M. C. S. Indicação Geográfica na Conservação e Agregação de valor ao gado curraleiro da comunidade kalunga. **Arch. Zootec**, v. 60, n. 231, p. 357–360, 2011.
- NOGUEIRA, M. A. **As possibilidades da política: as idéias para a reforma democrática do Estado**. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- NUNES, K. S.; MELLO, R. C. DE. Um Estudo de Caso sobre a Indicação Geográfica como Estratégia para Comercialização do Queijo Minas Artesanal do Serro. **REAC**, v. 1, n. 2, p. 1–20, 2013.
- OLIVEIRA, L. M. DE; PINTO, M. C. C. **O desenvolvimento gerencial na administração pública do estado de São Paulo**. São Paulo: Secretaria de Gestão Pública / Fundap, 2009.
- OLIVEIRA, S. M. DE; RUBIN, S.; NUNES, T. Estratégia de Diferenciação por meio do selo de indicação de procedência da região do vale dos vinhedos no estado do Rio Grande do Sul. **Revista de Economia Agrícola**, v. 57, n. 1, p. 5–18, 2010.
- OLIVEIRA, E. H. DA S. Place branding in strategic spatial planning: A content analysis of development plans, strategic initiatives and policy documents for Portugal 2014-2020. **Strategic spatial planning**, v. 8, n. 1, p. 23–50, 2015.
- OLIVEIRA, M. DE A. S.; ROSSETTO, A. M. Políticas Públicas para o Turismo Sustentável no Brasil - Evolução e Perspectivas de Crescimento para o Setor. **Turismo - Visão e Ação**, v. 15, n. 3, p. 322–339, 2013.
- OMPI. **Indicaciones Geograficas**. Disponível em: <http://www.wipo.int/geo_indications/es/>. Acesso em: 1 jun. 2014.
- OMT. **Glossary of tourism terms**. Disponível em: <<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>>. Acesso em: 1 maio. 2015.
- ORENSTEIN, J. Brasil queijo a queijo. **Folha de São Paulo, Caderno Paladar**, 2013.
- ORIGIN. **oriGIn - Organization for an International Geographical Indications Network**. Disponível em: <www.origin-gi.com>.
- OSBORNE, D.; GAEBLER, T. **Reinventando o governo: como o espírito empreendedor está transformando o setor público**. Brasília: MH Comunicação, 1994.

PASSADOR, C. S. **A Educação Rural no Brasil - O caso da escola do campo no Paraná.** São Paulo: Annablume, 2006.

PASSADOR, C. S. **Observações sobre Educação no Campo e Desenvolvimento no Brasil.** [s.l.] Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2012.

PASSADOR, J. L. **Teoria das organizações e cultura brasileira: um ensaio sobre pioneiros e empreendedores brasileiros.** [s.l.] Universidade de São Paulo, 2011.

PAULA, A. P. P. DE. Administração Pública Brasileira entre o gerencialismo e a gestão social. **RAE**, v. 45, n. 1, p. 36–49, 2005a.

PAULA, A. P. P. DE. **Por uma nova gestão pública: limites e potencialidades da experiência contemporânea.** Rio de Janeiro: FGV, 2005b.

PAULA, M. DE. Institucionalização, estratégia de desenvolvimento e padrão de espacialização: eixos estruturantes para uma retrospectiva do planejamento governamental do turismo no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 13, n. 2, p. 253–272, 2013.

PAULA, T. DE; MOESCH, M. M. Pela transversalidade da questão social nas políticas públicas setoriais: um ensaio sobre as políticas públicas de turismo. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 13, n. 2, p. 183–198, 2013.

PAULA, V. A. F. DE; CAVALCANTI, M. F. Aplicação da Metodologia SSM em uma Empresa de Prestação de Serviços Educacionais. In: MARTINELLI, D. P.; VENTURA, C. A. A. (Eds.). **Visão sistêmica e administração: conceitos, metodologias e aplicações.** São Paulo: Saraiva, 2006. p. 199–209.

PEREIRA, D. **Regras Sanitárias Constrangem Produtores De Queijo Que Querem Usar O Nome “Canastra”.** Disponível em: <<http://www.sertaobras.org.br/blog/2015/03/30/as-controversias-da-indicacao-geografica/>>. Acesso em: 1 abr. 2015.

PETROMAN, I.; PETROMAN, C. Agritourism and its forms. **Lucrări Științifice**, v. 53, n. 2, 2010.

PIRES, E. L. S. et al. **Governança Territorial: Conceitos, Fatos e Modalidades.** Rio Claro: UNESP-IGCE, 2011.

PIRES, M. C. S. **Memória e Arte do Queijo do Serro: O Saber sobre a mesa.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

PLAZA, C. M. C. A. et al. **Propriedade Intelectual na Agricultura.** Belo Horizonte: Fórum, 2012.

PNUD; FJP; IPEA. **IDHM.** Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/o_atlas/idhm>.

PORTO, P. C. R. As marcas coletivas na agropecuária. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura.** Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 255–288.

PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G.; QUEIROZ, O. T. M. M. **Turismo, Espaço e**

Estratégias de Desenvolvimento Local. João Pessoa: UFPB, 2012.

PUTNAM, R. **Comunidade e democracia: A experiência da Itália Moderna.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

QUALITEST; MINAS GERAIS. **Pesquisa de Demanda Turística no Estado de Minas Gerais: Alta e Baixa Temporada 2014.** Disponível em:
<http://www.minasgerais.com.br/observatorioturismomg/?page_id=15>. Acesso em: 1 maio. 2015.

QUEIROZ, O. T. M. M. O Meio Rural e Sua Apropriação pelo Turismo. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G.; QUEIROZ, O. T. M. M. (Eds.). . **Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local.** João Pessoa: UFPB, 2012. p. 45–60.

QUEIROZ, P. G. **Turismo Rural e Desenvolvimento Local na Agricultura Familiar** Anais do XLIII Congresso da SOBER. **Anais...**Ribeirão Preto: SOBER, 2005Disponível em:
<<http://www.sober.org.br/palestra/2/373.pdf>>

RAMOS, A. Ginja de Óbidos e Alcobaça: um produto tradicional a defender e preservar. **Revista da APH**, v. 92, n. 1, p. 21–26, 2008.

REGINA, M. DE A. et al. Influência da altitude na qualidade das uvas ' Chardonnay ' e ' Pinot Noir ' em Minas Gerais. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 32, n. 1, p. 143–150, 2010.

RÉVIRON, S.; CHAPPUIS, J.-M. Geographical Indications: Collective Organization and Management. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition.** Oxfordshire: CABI, 2011. p. 45–62.

RIBEIRO, J. U. Política e Administração. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 37, p. 166–193, 2006a.

RIBEIRO, J. U. Elementos para um quadro de referência. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 38, p. 173–198, 2006b.

RIBEIRO, M.; SOUTO, C. B.; GOMES, E. M. L. Uma Análise das Políticas Públicas em Turismo e Patrimônio Cultural em Dois Municípios do Estado de Alagoas/Brasil: Penedo e Piranhas. **Cultur: Revista de Cultura e Turismo**, v. 03, n. 02, p. 2–10, 2009.

RISCAROLLI, V. et al. Segmentação de Mercado em Empresas de Base Tecnológica : O caso da Segmentação de Espumantes. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, n. 3, p. 90–107, 2014.

ROCHA, A. M. C. N.; BARREIRO, M. G.; MORAIS, A. M. M. B. Modified atmosphere package for apple “Bravo de Esmolfe”. **Food Control**, v. 15, n. 1, p. 61–64, 2004.

RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil: ensaio de uma tipologia. In: RODRIGUES, A. B. (Ed.). . **Turismo Rural: práticas e perspectivas.** São Paulo: Contexto, 2001. p. 101–116.

RODRIGUES, M. A. C.; MENEZES, J. C. S. DE. A Proteção Legal à Indicação Geográfica

no Brasil. **Revista da ABPI**, v. 48, n. set/out, p. 3–21, 2000.

RODRIGUES, M. M. A. **Políticas Públicas**. São Paulo: Publifolha, 2010.

ROQUE, A. M. **Turismo no espaço rural: um estudo multicaso nas regiões sul e sudoeste de Minas Gerais**. [s.l.] Universidade Federal de Lavras, 2001.

SÁ, R. DE O.; SILVA, P. L. DA. **Políticas agrícolas do Brasil e da União Européia: Existe convergência de interesses nas políticas? Aspectos gerais e suas implicações**. Anais do 48º Congresso SOBER. Anais...Campo Grande: SOBER, 2010

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2000.

SACHS, I. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SAES, M. S. M.; TRENTINI, F. Desenvolvimento econômico, sustentabilidade e direito ambiental. In: FERRAZ, A. C. C.; BITTAR, E.; LEISTER, M. (Eds.). . **Direitos Humanos Fundamentais: Doutrina, prática, jurisprudência. vol.1**. Osasco: EDIFIEO, 2009. p. 131–147.

SALM, J. F.; MENEGASSO, M. E. Os Modelos de Administração Pública como Estratégias Complementares para a Coprodução do Bem Público. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 25, p. 97–120, 2009.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5.Ed. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

SANTOS, J. S. **Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil: um estudo a partir do Queijo Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul**. [s.l.] Universidade Federal de Pelotas, 2014.

SANTOS, J. S.; MENASCHE, R. **Importância dos utensílios tradicionais na elaboração do queijo artesanal da região de Serro, em Minas Gerais, Brasil**Anais do XV ENPOS. Anais...Pelotas: UFPEL, 2011

SARAVIA, E. J. Introdução à teoria da política pública. In: SARAVIA, E. J.; FERRAREZI, E. (Eds.). . **Políticas Públicas: coletânea**. Brasília: ENAP, 2006.

SARMENTO, E. C. et al. Prediction of soil orders with high spatial resolution: response of different classifiers to sampling density. **Pesquisa Agropecuária brasileira**, v. 47, n. 9, p. 1395–1403, 2012.

SAUTIER, D.; BIÉNABE, E.; CERDAN, C. Geographical Indications in Developing Countries. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 138–153.

SCAFF, F. C. Prefácio. In: TRENTINI, F. (Ed.). . **Teoria Geral do Direito Agrário Contemporâneo**. São Paulo: Atlas, 2012. p. xi–xii.

SCARPINO, M. **Tourism Systems: An Analysis of the Literature for Improved Subnational Development**. Disponível em: <<http://88.198.249.35/d/TOURISM-SYSTEMS-AN-ANALYSIS-OF-THE-LITERATURE.pdf>>. Acesso em: 18 maio. 2015.

SCHNEIDER, S. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **RBCS**, v. 18, n. 51, p. 99–121, 2003.

SCHNEIDER, S. Turismo em Comunidades Rurais: inclusão social por meio de atividades não-agrícolas. In: **Diálogos do Turismo: Uma viagem de inclusão**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. p. 1–13.

SCHUCK, M. R. et al. Identificação Molecular da uva “goethe” de Urussanga-SC por marcadores microssatélites. **Revista Brasileira de Fruticultura**, v. 32, n. 3, p. 825–831, 2010.

SCOTTO, G.; CARVALHO, I. C. DE M.; GUIMARÃES, L. B. **Desenvolvimento sustentável**. Petrópolis: Vozes, 2007.

SEAPA-MG. **A Secretaria**. Disponível em: <<http://www.agricultura.mg.gov.br/institucional>>. Acesso em: 13 set. 2015.

SEBRAE. **Resposta Técnica: Indicações geográficas**. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a9b9d2b7b7a0b0b64fe4ff3ff051f2c3/\\$File/2014_08_14_RT_Maio_Agro_IndicacaoGeografica_pdf.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a9b9d2b7b7a0b0b64fe4ff3ff051f2c3/$File/2014_08_14_RT_Maio_Agro_IndicacaoGeografica_pdf.pdf)>.

SEBRAE; APAQS. **Apresentação do Diagnóstico dos Produtores de Queijo Minas Artesanal da Região do Serro**, 2014.

SEBRAE; ESPM. **Estudos de Mercado Sebrae/ESPM: Queijos Nacionais**. [s.l: s.n.].

SECCHI, L. **Políticas Públicas: Conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

SECRETARIA DE AGRICULTURA DE TAPIRA/MG. **Produtores buscam Selo de Indicação Geográfica do queijo minas artesanal em Araxá**. Disponível em: <http://www.tapira.mg.gov.br/php/news/mostrar_noticia.php?recordID=1024>.

SEGOV-MG. **Estado ganha centros de maturação para o Queijo Minas Artesanal**. Disponível em: <<http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/estado-ganha-centros-de-maturacao-para-o-queijo-minas-artesanal/>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

SEN, A. K. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

SERTÃOBRAS. **SerTãoBras: Quem somos?** Disponível em: <<http://www.sertaobras.org.br/quemsomos/>>.

SHAYER, L. Intellectual Property, Innovation and Development: The Access to Knowledge Approach. In: SHAYER, L. (Ed.). **Access to Knowledge in Brazil**. New York: Bloomsbury Academic, 2010. p. 1–12.

SHERWOOD, R. M. **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: EDUSP, 1992.

SICONV. **Propostas (filtrado por identificador do proponente): AGRIFERT**. Disponível em:

<http://api.convenios.gov.br/siconv/v1/consulta/propostas.html?id_proponente=62035480000183>. Acesso em: 12 set. 2015.

SILVEIRA, N. **Propriedade Intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial**. 4. Ed. ed. Barueri: Manole, 2011.

SLOW FOOD BELO HORIZONTE. **Slow Food Belo Horizonte**. Disponível em:

<<http://www.slowfoodbh.org/tag/indicacao-geografica/>>.

SLOW FOOD BELO HORIZONTE. **Slow Food Belo Horizonte**. Disponível em:

<<http://www.slowfoodbh.org/>>. Acesso em: 10 mar. 2015b.

SLOW FOOD BRASIL. **GT dos Queijos Artesanais**. Disponível em:

<<http://www.slowfoodbrasil.com/textos/queijos-artesanais/555-a-formacao-do-grupo-de-trabalho-sobre-queijos-artesanais-do-slow-food-brasil>>.

SLOW FOOD BRASIL. **O movimento Slow Food**. Disponível em:

<<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>>.

SOUSA, M. T. C. **Direito e Desenvolvimento: uma abordagem a partir das perspectivas de liberdade e capacitação**. [s.l.] Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.

SOUZA, R. O. DE. As políticas Públicas de Turismo no Brasil e no Ceará entre 1990-2010 e suas contribuições para o Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno de Cultura e Ciência**, v. 12, n. 2, p. 116–132, 2013.

SPERAT-CZAR, A. **Os queijos de leite cru**. [s.l.: s.n.].

SUH, J.; MACPHERSON, A. The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of “Boseong” green tea. **Area**, v. 39, n. 4, p. 518–527, dez. 2007.

TÁVORA, F. L. A política agrícola brasileira: análise e histórico recente. **Revista de Informação Legislativa**, v. 40, n. 157, p. 153–207, 2003.

TEIXEIRA, A. R.; SOUZA, M. DE; WANDSCHEER, E. A. R. A Emergência do Associativismo Enquanto Forma de Gestão de Roteiros Turísticos Rurais. In: PORTUGUEZ, A. P.; SEABRA, G.; QUEIROZ, O. T. M. M. (Eds.). **Turismo, Espaço e Estratégias de Desenvolvimento Local**. João Pessoa: UFPB, 2012. p. 71–82.

TERRA, L. A.; PASSADOR, J. L. A Phenomenological Approach to the Study of Social Systems. **Systemic Practice and Action Research**, v. 28, n. 6, p. 613–627, 2015.

TONINI, H. Vinhos , Turismo e Pluriatividade na Agricultura. **Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, p. 218–227, 2013.

TREGGAR, A. et al. Regional foods and rural development: The role of product qualification. **Journal of Rural Studies**, v. 23, n. 1, p. 12–22, jan. 2007.

TREGGAR, A.; GIRAUD, G. Geographical Indications, Consumers and Citizens. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). . **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 63–74.

TRENTINI, F. **Denominação de Origem: elemento fundamental às atuais empresas rurais**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2006.

TRENTINI, F. **Teoria Geral do Direito Agrário Contemporâneo**. São Paulo: Atlas, 2012.

TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. B. (Ed.). . **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 131–143.

TULIK, O. **O Turismo rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

UNWTO. **The World Tourism Organization (UNWTO)**. Disponível em: <www.unwto.org>. Acesso em: 1 jan. 2015.

VALENTE, M. E. R. **Indicação Geográfica de Alimentos e Bebidas: Comparação de Regulamentos Brasil e União Européia e Estudo de Caso com os produtores de cachaça da região de Ouro Preto - MG**. [s.l.] Universidade Federal de Viçosa, 2011.

VALENTE, M. E. R. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, p. 551–558, 2012.

VALENTE, M. E. R.; PEREZ, R.; FERNANDES, L. R. R. DE M. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**, v. 43, n. 7, p. 1330–1336, 2013.

VARELLA, M. D. **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. São Paulo: Lex Editora, 2005.

VARELLA, M. D.; BARROS, A. F. G. Indicações Geográficas e Arranjos Produtivos Locais. In: VARELLA, M. D. (Ed.). . **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. São Paulo: Lex Editora, 2005. p. 361–385.

VASCONCELOS, D. A. L. DE. Conceitos e Modelos em Turismo: uma evolução do reducionismo aos sistemas turísticos. **Turismo - Visão e Ação**, v. 7, n. 1, p. 155–171, 2005.

VEIGA, J. E. et al. **O Brasil Rural precisa de uma estratégia de Desenvolvimento**. Brasília: Convênio FIPE - IICA (MDA/CNDRS/NEAD), 2001.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

VEIGA, J. E. Repensar o Desenvolvimento. In: VEIGA, J. E. (Ed.). . **Meio Ambiente & Desenvolvimento**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. p. 119–167.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2008.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Aplicação da Propriedade Intelectual no Agronegócio. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). . **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 21–50.

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 Gestão, Inovação e Tecnologia**, v. 2, p. 327–343, 2012.

WANDERLEY, M. DE N. B. A valorização da agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**2, v. 2, n. 2, p. 29–37, 2000.

WEISSBACH, P. R. M. **Subsídios para a formulação de políticas públicas para o turismo no espaço rural na Rota das Terras - RS**. [s.l.] Universidade Estadual Paulista, 2007.

WIPO. **Principios Básicos de La Propriedad Industrial**. Disponível em:

<http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/es/intproperty/895/wipo_pub_895.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2013a.

WIPO. **Academia de la OMPI**. Disponível em: <<http://www.wipo.int/academy/es/>>. Acesso em: 1 set. 2015b.

WIPO. **Convenção da União de Paris**. . 1975.

WIPO. **WIPO Intellectual Property Handbook**. Genebra: Organização Mundial da Propriedade Intelectual, 2004.

WIPO. **About the WIPO**. Disponível em: <<http://www.wipo.int/about-wipo/en/>>. Acesso em: 20 ago. 2013.

WIPO. **Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas**. Disponível em: <<http://www.wipo.int/policy/es/sct/>>.

WIPO. **Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas y Reglamento del Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas**. Disponível em: <http://www.wipo.int/meetings/es/doc_details.jsp?doc_id=304256>. Acesso em: 1 ago. 2015.

WTO. **Understanding WTO: The agreements**. Disponível em:

<http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm1_e.htm>. Acesso em: 20 ago. 2013.

WTO. **The World Trade Organization**. Disponível em:

<https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/inbrief_e/inbr00_e.htm>. Acesso em: 1 set. 2015.

YAMAGUCHI, C. K. et al. Indicação Geográfica como Instrumento de Criação do Conhecimento nos Vales da Uva Goethe. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 3, n. 2, p. 145–160, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2.Ed. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANCAN, C.; SANTOS, P. DA C. F. DOS; CRUZ, N. J. T. DA. Mecanismos de Coordenação na Formação de Redes de Cooperação: Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE). **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 36, p. 193–209, 2013.

ZEE, E. VAN DER; VANNESTE, D. Tourism networks unravelled ; a review of the literature on networks in tourism management studies. **Tourism Management Perspectives**, v. 15, p. 46–56, 2015.

ZIMMERMANN, A. **Turismo Rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: Ed. do autor, 1996.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificações de indicação de procedência. **Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias**, v. 22, n. 3, p. 311–318, 2009.

Apêndice A – Trabalhos de Pós-Graduação sobre Indicações Geográficas já defendidos no Brasil

Abaixo apresentam-se os trabalhos listados nos repositórios (Banco de Teses da CAPES - <http://bancodeteses.capes.gov.br/> e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - <http://bdtd.ibict.br/>) por meio dos descritores: “indicação geográfica”; “indicação de procedência” e “denominação de origem”, com e sem o uso de aspas, em 21/01/2015.

AUTOR	TÍTULO	IES	PROGRAMA DE PÓS-GRAD.	TIPO	ANO
ALMEIDA, C. M. S. DE.	Análise multielementar e de razões isotópicas como ferramentas de denominação de origem geográfica de vinhos brasileiros	PUC/RJ	Química	Doutorado	2012
ALMEIDA, S. DE L.	Inovação e [Re] articulação de Significados Culturais: Disputas e alianças pela atribuição de sentidos ao Queijo de Coalho Artesanal no Contexto da Indicação Geográfica “Agreste de Pernambuco	UFPE	Administração	Doutorado	2012
ARÊDES, A.	Certificação de Origem através da indicação geográfica para o café “Cerrado Goiano.”	UFG	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2011
BARBOSA, J. N.	Isótopos estáveis para a discriminação da origem geográfica de cafés especiais da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	UFLA	Agronomia	Doutorado	2012
BARBOSA, P. M. D. S.	A importância do uso de sinais distintivos coletivos: Estudo de caso da indicação de procedência “Paraty” do estado do Rio de Janeiro - Brasil	INPI	Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento	Mestrado Profissional	2011
BELAS, C. A.	Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil	UFRRJ	Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade	Doutorado	2012
BRANDÃO, F. S.	Percepções do consumidor de carne com indicações geográficas	UFRGS	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2009
BRUCH, K. L.	Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícolas	UFRGS	Direito	Doutorado	2011
CARVALHO, M. A. DE.	Meio Ambiente e Patrimônio Cultural: Indicações Geográficas de produtos e serviços amazônicos como elemento de proteção jurídica	UEA	Direito Ambiental	Mestrado Acadêmico	2007
COIADO, D. G. S.	Caracterização do setor apícola do Mato Grosso do Sul: Apelação de Origem Controlada e Indicação Geográfica como possibilidade de valorizar e diferenciar o mel da região central e sudoeste do estado	UCDB	Desenvolvimento Local	Mestrado Acadêmico	2011
CUNHA, C. B. V	Indicações Geográficas: Regulamentação Nacional E Compromissos Internacionais	USP	Direito	Mestrado Acadêmico	2011
DULLIUS, P. R.	Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial: As experiências do Rio Grande do Sul	UFSM	Extensão Rural	Mestrado Acadêmico	2009
FALCADE, I.	Indicações Geográficas, O Caso Da Região Com Indicação De Procedência Vale Dos Vinhedos	UFRGS	Geografia	Mestrado Acadêmico	2005
FALCADE, I.	A Paisagem Como Representação Espacial: A Paisagem Vitícola Como Símbolo Das Indicações De Procedência De Vinhos Das Regiões Vale Dos Vinhedos, Pinto Bandeira E Monte Belo (Brasil)	UFRGS / Borgonha	Geografia	Doutorado	2011
FALCÃO, T. F	A indicação Geográfica de Vinhos Finos segundo a percepção de confrades brasileiros	UFRGS	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2008

FERNÁNDEZ, M. G. V.	Indicações Geográficas E Seus Impactos No Desenvolvimento Dos Pequenos Produtores Do Vale Dos Vinhedos - RS	UNB	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2012
FILHO, S. D. A. R.	Indicações Geográficas: A proteção do patrimônio cultural brasileiro na sua diversidade	PUC/SP	Direito	Doutorado	2009
FLORES, S. S.	Desenvolvimento territorial sustentável a partir da vitivinicultura: o caso dos “Vinhos da Campanha.”	UFRGS	Geografia	Mestrado Acadêmico	2011
FRANÇA, O. E.	O Caso Queijo do Serro como Sistema Agroalimentar Local - SIAL: complementaridade entre produção agroalimentar e turismo	UNB	Agronegócios	Mestrado Acadêmico	2012
FREITAS, J. C. B. E.	As indicações geográficas como objeto do Direito Agrário	UFG	Direito	Mestrado Acadêmico	2012
GLASS, R. F.	Estratégia Mercadológica: As indicações geográficas como diferencial competitivo no mercado de vinhos	UNB	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2008
GOLLO, S. S.	Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da indicação de procedência Vale dos Vinhedos - Serra Gaúcha/RS	UFRGS	Administração	Doutorado	2006
JEZIORNY, D. L.	Território vale dos vinhedos. Instituições, indicação geográfica e singularidade na vitivinicultura da serra gaúcha	UFU	Economia	Mestrado Acadêmico	2009
LOPES, N. DE O. V. E.	A indicação geográfica como forma de valorização da biodiversidade no planalto norte catarinense	UFSC	Agroecossistemas	Mestrado Acadêmico	2011
MAFRA, L. A. S.	Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro	UFRRJ	Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade	Doutorado	2008
MALFAIA, G. C.	As convenções sociais de qualidade como suporte à configuração de sistemas agroalimentares locais competitivos: Um estudo <i>cross country</i> na pecuária de corte.	UFRGS	Agronegócio	Doutorado	2007
MARCON, C.	A percepção dos enófilos brasileiros em relação aos sistemas de certificação de vinhos finos	UFRGS	Agronegócio	Mestrado Acadêmico	2013
MATTOS, A. G.	Caracterização das Práticas de Manejo e das Populações de Erva-Mate (<i>Ilex paraguariensis</i> A. Sant. Hil) nativa em exploração no planalto norte catarinense	UFSC	Recursos Genéticos Vegetais	Mestrado Acadêmico	2011
MEURER, A. Z.	Caracterização Química e Climática de Populações Naturais de Erva-Mate (<i>Ilex Paraguariensis</i> St. Hill) no Planalto Norte Catarinense	UFSC	Recursos Genéticos Vegetais	Mestrado Acadêmico	2012
MOLINARI, G. T.	A construção social da qualidade e o desenvolvimento: um estudo na microrregião produtora de vinhos finos Vale dos Vinhedos	UFRGS	Agronegócios	Mestrado Acadêmico	2011
MONTEIRO, M. P. B.	A viabilidade do registro da indicação geográfica (IG) “Lagoa da Confusão - TO” para as sementes de feijão	UFG	Agronegócios	Mestrado Acadêmico	2011
NETO, A. F. DOS S.	A Gestão de Design e o Direito de Propriedade Industrial Brasileiro: Uma abordagem para identificação e proteção de grupos produtivos atrelados à origem por meio de marca e indicação geográfica	UFSC	Design e Expressão Gráfica	Mestrado Acadêmico	2011
NETO, T. M. DOS S.	Caracterização da microbiota láctica, não láctica e utilização do tratamento óhmico para processamento de queijo de coalho	UFRPE	Ciência Veterinária	Doutorado	2010
NIEDERLE, P.	Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França	UFRRJ	Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade	Doutorado	2011
OLIVEIRA, A. C. D. DE.	Propriedade Intelectual de Fitoterápicos - A posição Brasileira no cenário internacional	UFRJ	Biotecnologia Vegetal	Doutorado	2011
PADILHA, A. G.	A influência do Direito da Concorrência na proteção internacional dos direitos de propriedade intelectual: Especial referência aos artigos 8.2 e 40 do acordo TRIPS	USP	Direito	Mestrado Acadêmico	2012

PAULUS, B.	O cotidiano no Vale dos Vinhedos: uma compreensão a partir das representações sociais.	UNISINOS	Ciências Sociais	Mestrado Acadêmico	2009
REIS, L. L. D. M.	Indicação de Procedência: Uma nova dimensão da competitividade para o território da APAEB-Valente	UNIFACS	Desenvolvimento Regional e Urbano	Mestrado Acadêmico	2008
SCHMIDT, C. M.	Criação e apropriação de valor no sistema agroindustrial do vinho do Vale dos Vinhedos	USP	Administração	Doutorado	2010
SOUZA, M. C. M. DE.	Cafés Sustentáveis e Denominação de Origem: A certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários	USP	Ciência Ambiental	Doutorado	2006
SOUZA, N. C. DE	Mensuração do Desempenho da cadeia de suprimentos da carcinicultura marinha no estado do Ceará: O caso do camarão com indicação geográfica por denominação de origem Costa Negra	UFCE	Logística e Pesquisa Operacional	Mestrado Acadêmico	2011
THAINES, A. H.	Desenvolvimento Regional Sob a Ótica Do Reconhecimento Da Indicação Geográfica: O Case Do Vale Dos Vinhedos	UNIJUÍ	Desenvolvimento	Mestrado Acadêmico	2011
VALDUGA, V.	O processo de desenvolvimento do enoturismo no vale dos vinhedos	UCS	Turismo	Mestrado Acadêmico	2012
VALENTE, M. E. R.	Indicação Geográfica de Alimentos e Bebidas: Comparação de Regulamentos Brasil e União Europeia e Estudo de Caso com os produtores de cachaça da região de Ouro Preto - MG	UFV	Ciência e Tecnologia de Alimentos	Mestrado Acadêmico	2011
VARGAS, I. C. S.	Indicações Geográficas No Brasil: Possibilidades Para Os Produtores Inseridos Na Área De Proteção Ambiental Do Ibirapuitã – Rs	UFSM	Extensão Rural	Mestrado Acadêmico	2008

Quadro 40: Lista de Teses e Dissertações sobre Indicações Geográficas defendidas no Brasil

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Vale mencionar que esses trabalhos podem exprimir pesquisas, e consequentemente visões, que ainda não tenham sido publicadas em periódicos tendo em vista o prazo de análise desses. Assim sendo, são interessante material para análise futura.

Apêndice B – Detalhamento da Revisão Integrativa

A revisão integrativa buscou analisar a perspectiva e realidade brasileira com relação às indicações geográficas. Assim sendo, optou-se pela realização da busca de referências em banco de dados brasileiro (Periódicos CAPES). A revisão foi iniciada em 2014 com a busca de artigos e em janeiro de 2015 houve sua atualização com a inserção de novos artigos e releitura dos anteriormente listados.

Os descritores escolhidos para a realização das buscas foram “indicação geográfica”; “indicação de procedência” e “denominação de origem”. Primeiramente foi inserida a palavra de busca e, em seguida, aplicado o filtro “artigos”. A última data que se baixou arquivos para o fim de conclusão da revisão integrativa foi no dia 23/01/2015. Mesmo com a marcação do filtro no sistema, houve alguns resultados que não se referiam a artigos e foram excluídos. Além disso, foram desconsiderados na análise trabalhos sem relação com o tema de indicações geográficas. Para essa exclusão foram analisados títulos, resumos e palavras-chave. Alguns trabalhos foram listados em mais de uma busca, assim sendo, para a contabilização do total de trabalhos analisados os trabalhos repetidos foram desconsiderados. No quadro de resultado das buscas os termos de referência são elencados na ordem em que foram buscados nos sistemas.

Palavra - Chave	Resultado da Busca	Excluídos / Motivo de Exclusão			Analisa dos
“Indicação Geográfica”	22	6	Duplicidade	2	16
			Indisponível	0	
			Sem relação com o tema da pesquisa	2	
			Outro tipo de Documento (Caso de Ensino; Nota; Editorial)	2	
“Indicação de Procedência”	9	5	Duplicidade (Arquivo já resultante da busca anterior)	5	4
			Indisponível online	0	
			Sem relação com o tema da pesquisa	0	
			Sem relação com o tema da pesquisa	0	
“Denominação de Origem”	17	11	Duplicidade (Arquivo já resultante da busca anterior)	6	6
			Indisponível online	2	
			Sem relação com o tema da pesquisa	0	
			Outro tipo de Documento (Caso de Ensino; Nota; Editorial)	3	
Total de artigos					26

Quadro 41: Resultado da Busca no Portal de Periódicos CAPES

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

AUTORES	TÍTULO	REVISTA	ANO
ROCHA; BARREIRO; MORAIS	Modified atmosphere package for apple “Bravo de Esmolfe.”	Food Control	2004
SEQUEIRA,	A Região Vinhateira do Alto Douro, entre o livre-cambismo e o proteccionismo.	Universum (Talca)	2006
BORREANI; BERNARDES; TABACCO	Aerobic deterioration influences the fermentative, microbiological and nutritional quality of maize and sorghum silages on farm in high quality milk and cheese production chains.	Revista Brasileira de Zootecnia	2008
PANZONE; MALTA; SIMÕES; BALDI	Country of origin bias and firm’s international procurement: A case study on the rice sector in Portugal.	Economia Global E Gestão	2009
ZUIN; ZUIN	Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificações de indicação de procedência.	Revista Colombiana de Ciencias Pecuaria	2009
ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA	A estratégia de internacionalização de negócios na perspectiva da tradução cultural: o caso da indicação geográfica no agronegócio	Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE	2010
DOS SANTOS; DA SILVA; BOUFLEUR; DEBASTIANI; STEFENON; AMARAL; DIAS	Elemental characterisation of Cabernet Sauvignon wines using Particle-Induced X-ray Emission (PIXE).	Food Chemistry	2010
FALCÃO; RÉVILLION	A indicação geográfica de vinhos finos segundo a percepção de qualidade de enófilos	Ciência Rural	2010
REGINA; DO CARMO; FONSECA; PURGATTO; SHIGA	Influência da altitude na qualidade das uvas ‘Chardonnay’ e ‘Pinot Noir’ em Minas Gerais.	Revista Brasileira de Fruticultura	2010
SCHUCK; MOREIRA; VOLTOLINI; GUERRA; GRANDO; APARECIDO	Identificação Molecular da uva “goethe” de Urussanga-SC por marcadores microsatélites.	Revista Brasileira de Fruticultura	2010
NEIVA; SERENO; FIORAVANTI	Indicação Geográfica na Conservação e Agregação de valor ao gado curraleiro da comunidade kalunga.	Arch. Zootec	2011
BRANCO; CAZUMBA; ANDRADE; CARDOSO; DRUZIAN	Projeto de contribuição à indicação geográfica para farinha de mandioca de tipo copioba.	Geintec	2012
BRANDÃO; CEOLIN; CANOZZI; RÉVILLION; BARCELLOS	Confiança e agregação de valor em carnes com indicação geográfica.	Arq. Bras. Med. Vet. Zootec.	2012
VIEIRA; WATANABE; BRUCH	Perspectivas De Desenvolvimento Da Vitivinicultura Em Face Do Reconhecimento Da Indicação De Procedência Vales Da Uva Goethe.	Geintec	2012
CARVALHO; DIAS	Indicação geográfica no território do sisal na Bahia: possibilidades e perspectivas.	Geintec	2012
FABRIS; MACHADO; GOMES	Evolução da Proteção dos Produtos Tradicionais.	Geintec	2012
MATOS; SILVA; MENDONÇA; SANTOS; NUNES; DRUZIAN	Conformidade das farinhas de mandioca tipo copioba comercializadas nas feiras de Salvador (BA) com parâmetros da legislação: uma contribuição à indicação geográfica (IG) do produto.	Geintec	2012
NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA	A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região.	Geintec	2012
NASCIMENTO; NUNES; FIALHO; BANDEIRA	Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses.	Geintec	2012
SARMENTO; GIASSON; WEBER; FLORES; HASENACK	Prediction of soil orders with high spatial resolution: response of different classifiers to sampling density.	Pesquisa Agropecuária Brasileira	2012

VALENTE; PEREZ; RAMOS; CHAVES	Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia.	Ciência Rural	2012
MARTINO	Quality uncertainty and allocation of decision rights in the European protect designation of origin.	Revista de Administração	2013
VALENTE; PEREZ; FERNANDES	O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto.	Ciência Rural	2013
YAMAGUCHI; VIEIRA; BRUCH; NETO; WATANABE; FELISBERTO	Indicação Geográfica como Instrumento de Criação do Conhecimento nos Vales da Uva Goethe.	Perspectivas Em Gestão & Conhecimento	2013
ZANCAN; SANTOS; CRUZ	Mecanismos de Coordenação na Formação de Redes de Cooperação: Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE).	Revista de Ciências Da Administração	2013
RISCAROLLI; SOUZA; RODRIGUES; ZUCCO	Segmentação de Mercado em Empresas de Base Tecnológica: O caso da Segmentação de Espumantes.	Revista Brasileira de Marketing	2014

Quadro 42: Lista de Artigos analisados na Revisão Integrativa

Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Apêndice C – Roteiro Temático

O presente roteiro foi delineado de forma aberta e flexível de forma a poder sofrer alterações de acordo com a interação com os sujeitos de pesquisa. Sua aplicação se deu pessoalmente, por meio da ida do pesquisador a campo de maneira que entrevista e observação se deu em alguns momentos de forma concomitante. Esse modelo foi utilizado na primeira visita junto a APAQS e em todas as visitas aos produtores.

Eixos norteadores

História pessoal / engajamento com queijo do serro

Conhecimento e interesse pelo tema IG / IP

Envolvimento no processo de alcance da IP

Percepção de consequências da IP

Envolvimento com outros atores

Dificuldades e Vantagens para se produzir e comercializar o queijo artesanal do serro

Queijo e Turismo

Apêndice D – Roteiro de Entrevistas

As entrevistas realizadas com representantes da APAQS (segunda visita), EMATER, COOPERSEURO, de pesquisador envolvido com a região e de lojas especializadas foram norteadas por um roteiro bastante semelhante. Houve algumas variações diante da realidade previamente conhecida com relação a cada um e ainda conforme o andamento da entrevista.

D.1 Questões para APAQS (Jorge Simões) – Visita II – QUINTA 16/04

1. O senhor me explicou bastante com relação ao processo de obtenção da indicação de procedência

a) Se você conhece ou já ouviu falar nas instituições.

EM CASO POSITIVO

b) Se você ou sua instituição possui algum tipo de relação com elas E/OU

c) Se percebe relação entre essas instituições. **De que modo / em que momento?**

*Essa é uma lista ampla que pode contemplar instituições/pessoas que talvez não conheça, bem como pode haver pessoas/instituições que acredite ser relevantes no contexto do queijo do Serro que podem ser adicionadas.

• MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	• SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
• MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário	• Secretaria de Turismo e Cultura
• MTUR – Ministério	• COOPERSEURO - Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro
• INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual	• AASER - Associação dos Amigos do Serro
• Associações de Proteção à Propriedade Industrial (AIPPI / ABPI)	• Anglo American Brasil
• OriGIN – Organização para uma rede internacional de indicações geográficas	• FERT – Associação para cooperação internacional para o desenvolvimento agropecuário em países emergentes e em desenvolvimento
• IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária	• SerTãoBras - ONG pela legalização do queijo de leite cru
• FAEMG - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais	• Slow Food
• EMATER – MG - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais	• Comércio Local
• EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária	• Distribuidores
• Instituições de Ensino Superior(UFV/ UFU / UFJF / UFPEL / UFVJM)	• Comerciantes de outros locais (Bruno Cabral / Mestre Queijeiro; Fernando Oliveira / A Queijaria)
	• APROCAN ou outras Associações de IGs

2. Quais os **problemas e vantagens** que você percebe nas articulações locais existentes?

3. Encontrei um **roteiro turístico** de 1 dia para a sua propriedade ofertado pela AMR Turismo de Diamantina. Poderia comentar sobre essa parceria?

4. Para esse novo ano há **alguma mudança de proposta ou percepção** para a APAQS e para o uso da indicação geográfica?

D.2 Questões para Secretaria de Turismo e Cultura do Serro – QUINTA 16/04

1. Quais as atribuições da Secretaria de Turismo e Cultura junto aos produtores do queijo do serro? De que forma tem se dado esse trabalho?
2. Com relação à indicação de procedência comente como foi a participação da Secretaria antes, durante e depois do registro?
3. Como um dos objetivos do trabalho é compreender o sistema territorial da indicação de procedência do Serro, mencionarei algumas instituições e gostaria que me falasse:
 - a) Se você conhece ou já ouviu falar nas instituições.

EM CASO POSITIVO

- b) Se você ou sua instituição possui algum tipo de relação com elas E/OU
- c) Se percebe relação entre essas instituições. De que modo / em que momento?

*Essa é uma lista ampla que pode contemplar instituições/pessoas que talvez não conheça, bem como pode haver pessoas/instituições que acredite ser relevantes no contexto do queijo do Serro que podem ser adicionadas.

• MTUR – Ministério do Turismo	• AASER - Associação dos Amigos do Serro
• MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	• Anglo American Brasil
• MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário	• FERT – Associação para cooperação internacional para o desenvolvimento agropecuário em países emergentes e em desenvolvimento
• INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual	• SerTãoBras - ONG pela legalização do queijo de leite cru
• Associações de Proteção à Propriedade Industrial (AIPPI / ABPI)	• Slow Food
• OriGIN – Organização para uma rede internacional de indicações geográficas	• Comércio Local
• IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária	• Distribuidores
• FAEMG - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais	• Comerciantes de outros locais (Bruno Cabral / Mestre Queijeiro; Fernando Oliveira / A Queijaria)
• EMATER – MG - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais	• Instituto Até
• EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária	• Aprocan - Associação dos Produtores de Queijo da Canastra
• Instituições de Ensino Superior (UFV/ UFU / UFJF / UFPEL / UFVJM)	
• SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	
• APAQS – Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	
• COOPERSERRO - Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro	

4. Quais os problemas e vantagens que vocês percebem nas articulações locais existentes?
5. Acredita que a indicação de procedência alterou alguma coisa?
6. A seu ver quais os desafios impostos ao queijo serro artesanal e ao desenvolvimento turístico atrelado a essa questão?

D.3 Questões para EMATER – SEXTA 17/04

1. Quais as atribuições da EMATER-MG junto aos produtores do queijo do serro? De que forma tem se dado esse trabalho?
2. Com relação à indicação de procedência comente como foi a participação da EMATER antes, durante e depois do registro?
3. Como um dos objetivos do trabalho é compreender o sistema territorial da indicação de procedência do Serro, mencionarei algumas instituições e gostaria que me falasse:
- d) Se você conhece ou já ouviu falar nas instituições.

EM CASO POSITIVO

- e) Se você ou sua instituição possui algum tipo de relação com elas E/OU
- f) Se percebe relação entre essas instituições. De que modo / em que momento?

*Essa é uma lista ampla que pode contemplar instituições/pessoas que talvez não conheça, bem como pode haver pessoas/instituições que acredite ser relevantes no contexto do queijo do Serro que podem ser adicionadas.

• MTUR – Ministério do Turismo • MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento • MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário • INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual • Associações de Proteção à Propriedade Industrial (AIPPI / ABPI) • OriGIN – Organização para uma rede internacional de indicações geográficas • IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária • FAEMG - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais • EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária • Instituições de Ensino Superior (UFV/ UFU / UFJF / UFPEL / UFVJM) • SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas • APAQS – Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro • COOPERSERRO - Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro	• AASER - Associação dos Amigos do Serro • Anglo American Brasil • FERT – Associação para cooperação internacional para o desenvolvimento agropecuário em países emergentes e em desenvolvimento • SerTãoBras - ONG pela legalização do queijo de leite cru • Slow Food • Comércio Local • Distribuidores • Comerciantes de outros locais (Bruno Cabral / Mestre Queijeiro; Fernando Oliveira / A Queijaria) • Instituto Até • Aprocan - Associação dos Produtores de Queijo da Canastra
4. Quais os problemas e vantagens que vocês percebem nas articulações locais existentes?
 5. Acredita que a indicação de procedência alterou alguma coisa?
 6. A seu ver quais os desafios impostos ao queijo serro artesanal?

D.4 Questões para Pesquisador - CLEUBE BOARI (UFVJM) – SEGUNDA 20/04

1. Desde quando você trabalha junto aos produtores do queijo do serro? De que forma tem se dado esse trabalho?
2. Conhece outros pesquisadores que trabalham com assuntos relacionados ao queijo do serro? De que forma acredita que esses estudos têm impactado?
3. Quais os problemas e vantagens que você percebe nas articulações locais existentes?
4. Como um dos objetivos do trabalho é compreender o sistema territorial da indicação de procedência do Serro, mencionarei algumas instituições e gostaria que me falasse:
 - a) Se você conhece ou já ouviu falar nas instituições.
 - b) Se você ou sua instituição possui algum tipo de relação com elas E/OU
 - c) Se percebe relação entre essas instituições. De que modo / em que momento?

EM CASO POSITIVO

*Essa é uma lista ampla que pode contemplar instituições/pessoas que talvez não conheça, bem como pode haver pessoas/instituições que acredite ser relevantes no contexto do queijo do Serro que podem ser adicionadas.

• MTUR – Ministério do Turismo	• AASER - Associação dos Amigos do Serro
• MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	• Anglo American Brasil
• MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário	• FERT – Associação para cooperação internacional para o desenvolvimento agropecuário em países emergentes e em desenvolvimento
• INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual	• SerTãoBras - ONG pela legalização do queijo de leite cru
• Associações de Proteção à Propriedade Industrial (AIPPI / ABPI)	• Slow Food
• OriGIN – Organização para uma rede internacional de indicações geográficas	• Comércio Local
• IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária	• Distribuidores
• FAEMG - Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais	• Comerciantes de outros locais (Bruno Cabral / Mestre Queijeiro; Fernando Oliveira / A Queijaria)
• EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária	• Instituto Atá
• Instituições de Ensino Superior (UFV/ UFU / UFJF / UFPEL / UFVJM)	• Aprocan - Associação dos Produtores de Queijo da Canastra
• SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas	
• APAQS – Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	
• COOPERSERRO - Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro	

5. Acredita que a indicação de procedência alterou alguma coisa?
6. A seu ver quais os desafios impostos ao queijo serro artesanal?

D.5 Questões para Lojas Especializadas

As lojas foram selecionadas tendo em vista o seu destaque na mídia enquanto empreendedores que estão disseminando a cultura do queijo artesanal brasileiro e tendo em vista a acessibilidade. No caso das lojas “De Lá” e “Mestre Queijeiro” as entrevistas foram realizadas nas referidas lojas em momentos que os proprietários consideraram de menor movimento. No caso da loja “A Queijaria” a pesquisadora participou de um workshop no dia 20/05/2015 realizado em um espaço de eventos próximo à loja no qual houve uma exposição da proposta do empreendedor, foram apresentados alguns queijos e houve sua degustação e a entrevista foi realizada na loja no dia 22/05/2015.

D.5.1 Loja DE LÁ (Belo Horizonte, 22/04/2015)

1. Como surgiu a ideia da loja e qual a sua proposta de empreendimento?
2. Qual o seu perfil do seu cliente?
3. Como e por que começou a trabalhar com o queijo serro?
4. Com quantos produtores da região trabalha atualmente? Quais foram os critérios para selecioná-los?
5. Teve algum outro contato na região com (APAQS; COOPERSERRO; etc)?
6. Qual a sua opinião com relação às indicações geográficas?
7. No caso do queijo serro percebe alguma diferença?
8. Qual a relação do queijo com o turismo na sua opinião?

D.5.2 Loja Mestre Queijeiro (São Paulo, 21/05/2015)

1. Como surgiu a ideia da loja e qual a sua proposta de empreendimento?
2. Qual o seu perfil do seu cliente?
3. Como surgiu e se efetivou a proposta do Prêmio?
4. Como é o seu relacionamento com as instituições como Slow Food, Senac, SEBRAE?
5. Como e por que começou a trabalhar com o queijo serro?

6. Com quantos produtores da região trabalha atualmente? Quais foram os critérios para selecioná-los?
7. Teve algum outro contato na região com (APAQS; COOPERSERRO; etc)?
8. Qual a sua opinião com relação às indicações geográficas?
9. No caso do queijo serro percebe alguma diferença?
10. Qual a relação do queijo com o turismo na sua opinião?
11. Percebe alguma oportunidade e/ou desafio para o queijo artesanal?

D.5.3 Loja A Queijaria (São Paulo, 22/05/2015)

1. Como surgiu a ideia da loja e qual a sua proposta de empreendimento?
2. Qual o seu perfil do seu cliente?
3. Como surgiu e se efetivou a proposta do Prêmio?
4. Como é o seu relacionamento com as instituições como Slow Food, Senac, SEBRAE?
5. Como e por que começou a trabalhar com o queijo serro?
6. Com quantos produtores da região trabalha atualmente? Quais foram os critérios para selecioná-los?
7. Teve algum outro contato na região com (APAQS; COOPERSERRO; etc)?
8. Qual a sua opinião com relação às indicações geográficas?
9. No caso do queijo serro percebe alguma diferença?
10. Qual a relação do queijo com o turismo na sua opinião? Já pensou em organizar visita técnica à região do Serro à semelhança da que realiza na Canastra?
11. Percebe alguma oportunidade e/ou desafio para o queijo artesanal?

Apêndice E – Listagem de Sites analisados

Foi efetivada uma busca pelos sites oficiais dos municípios (prefeitura ou secretaria específica) componentes da região produtora do queijo do serro verificando: a) quais os atrativos são divulgados; b) a existência de alguma menção (textual ou imagem) com relação ao queijo; c) existência de referência ao registro de indicação geográfica. Não foram encontrados sites oficiais para os municípios de Coluna e Serra Azul de Minas. Assim análises foram feitas nos sites listados abaixo, em janeiro e revisadas em junho de 2015.

Município	Site	Responsável
Alvorada de Minas	http://www.alvoradademinas.mg.gov.br/	Prefeitura
Conceição do Mato Dentro	http://cmd.mg.gov.br/	Prefeitura
Dom Joaquim	http://www.domjoaquim.mg.gov.br/	Prefeitura
Matelândia	http://pmmaterlandia.mg.gov.br/	Prefeitura
Paulistas	http://paulistas.mg.gov.br/	Prefeitura
Rio Vermelho	http://riovermelho.mg.gov.br/	Prefeitura
Sabinópolis	http://sabinopolis.mg.gov.br/	Prefeitura
Santo Antônio de Itambé	http://santoantoniodoitambe.mg.gov.br/	Prefeitura
Serro	http://www.serro.mg.gov.br/	Prefeitura

Apêndice F – Fórum Online com *expertise*

curso de

**PROPRIEDADE INTELECTUAL
& INOVAÇÃO NO AGRONEGÓCIO**

4ª Edição Módulo II

INDICAÇÃO

GEOGRÁFICA

Você acessou como: MIRNA DE LIMA MEDEIROS Sair

Página inicial

→

Meus cursos

→

Cursos

→

MAPAIG4

→

Intervalo Interativo

→

Intervalo Interativo

→

IGs e Turismo

Mostrar respostas aninhadas

IGs e Turismo

por MIRNA DE LIMA MEDEIROS - terça, 4 novembro 2014, 00:07

Caros colegas,

Estou desenvolvendo minha tese de doutorado sobre o sistema territorial conformado pelas indicações geográficas. Gostaria de contar com vossa colaboração no sentido de responder duas questões:

Qual a relação entre indicações geográficas e Turismo?

Como essa relação pode se efetivar?

- A opinião de vocês é de grande valia! Caso tenham interesse em receber a tese após a sua conclusão e defesa (previsto para 2016) basta deixar o e-mail na postagem

- As respostas poderão ser utilizadas no trabalho, mas serão mantidas sob anonimato salvo se explicitado pelo respondente o desejo de que seu nome seja divulgado.

Abrços,

Mirna de Lima Medeiros

minadelimamedeiros@gmail.com

Responder

Navegação

Página inicial

□

Minha página inicial

>

Páginas do site

>

Meu perfil

>

Curso atual

>

MAPAIG4

>

Usuários

>

Notícias e Programação do Curso

>

Aulas 9 e 10

>

Apresentações das Aulas

>

Fóruns de Conteúdo

>

Fórum de Dúvidas

>

Enquetes

>

Exercícios Complementares

>

Questionário de Avaliação Individual

>

Intervalo Interativo

>

Intervalo Interativo

>

IGs e Turismo

>

Fórum de Avaliação

>

Atividades Orfas

Apêndice G – Questionário enviado a operadores de turismo

As questões foram enviadas por meio de e-mail no mês de maio de 2015 (12/05/2015) e reencaminhadas, devido à ausência de resposta, no mês de junho (19/06/2015). Foram postadas mensagens a uma empresa de turismo receptivo da cidade de Diamantina – MG que realiza um passeio a uma fazenda produtora de queijo e a outra que tinha base em Belo Horizonte e tentou trabalhar, sem sucesso, com roteiro relacionado ao queijo por volta do ano de 2008. Os nomes das empresas foram suprimidos, uma a pedido do respondente e a outra devido à ausência de retorno.

G.1 Questões para Operadora de Turismo – Não Atuante

Conforme combinado encaminho algumas questões com relação à sua experiência na região do queijo serro (MG). A finalidade do uso dos dados é acadêmica. Ao final, após a defesa e depósito da tese, todos os participantes ou interessados poderão ter acesso aos resultados da pesquisa por meio da divulgação da sua versão digital.

Desde já agradecemos sua válida colaboração e contamos com sua opinião sincera com relação às questões colocadas:

1. Comente sobre a proposta de negócio da empresa e qual era sua função na época que trabalhavam com a região do queijo serro.
2. Qual foi a razão de terem escolhido o queijo do serro como foco de um roteiro em 2008?
3. Quais eram as atividades e serviços oferecidos ao turista?
4. Quais foram as dificuldades enfrentadas e razão de encerramento das atividades na região?
5. Com quais instituições a WHL.travel possuía contato na região? Como era a relação?

Caso queira fazer algum comentário ou sugestão adicional a sua opinião é sempre bem vinda.

Caso deseje podemos manter as respostas sem identificação pessoal e da empresa. Caso prefira desse modo pedimos que destaque que não quer se identificar e/ou à empresa. Caso não mencione explicitamente consideraremos que consente a exposição do seu nome na tese como os demais entrevistados.

G.2 Questões para Operadora de Turismo – Atuante

Olá,

Meu nome é Mirna de Lima Medeiros. Sou professora e estou desenvolvendo a minha tese de doutorado sobre a região produtora do queijo do serro. Verifiquei no site da ARM um roteiro que inclui passeio ao Serro para conhecer a produção de queijo. Gostaria de contar com a opinião de vocês em meu trabalho que inclui também a perspectiva de turistas, produtores e outros atores locais.

A finalidade do uso dos dados é acadêmica e após a conclusão da tese todos os participantes ou interessados poderão ter acesso aos resultados da pesquisa por meio da divulgação da sua versão digital. Assim, contando com vossa colaboração, encaminho algumas questões com relação à sua experiência na região do queijo serro (MG).

Caso desejem saber mais sobre mim, meu currículo pode ser visualizado em: <http://lattes.cnpq.br/8842456018278636>.

Desde já agradecemos sua válida colaboração e contamos com sua opinião sincera com relação às questões colocadas:

1. Comente sobre a proposta de negócio da empresa.
2. Qual foi a razão de terem escolhido o queijo do serro como foco de um roteiro?
3. Quais as atividades e serviços oferecidos ao turista relacionado ao queijo serro?
4. Quais os pontos positivos e dificuldades enfrentadas no desenvolvimento das atividades turísticas na região do serro?
5. Houve alguma mudança (positiva e/ou negativa) após o registro de indicação geográfica do queijo serro?
6. Com quais instituições possuem contato na região do serro? Como é a relação entre as instituições?

Caso queira fazer algum comentário ou sugestão adicional a sua opinião é sempre bem-vinda.

Caso deseje podemos manter as respostas sem identificação pessoal e da empresa. Caso prefira desse modo pedimos que destaque que não quer se identificar e/ou à empresa. Caso não mencione explicitamente consideraremos que consente a exposição do seu nome na tese como os demais entrevistados.

Apêndice H – Questionário online aplicado aos Turistas

O questionário foi implantado na plataforma *monkey survey* e o link foi enviado para 4 pessoas de diferentes setores para que verificassem o funcionamento do link, bem como efetivassem a leitura, preenchimento e críticas com relação ao texto e tempo dedicado. Diante desses pré-testes algumas mudanças (textuais e de formato de resposta) foram realizadas e as respostas testes foram apagadas antes da divulgação do *link* para respostas. A versão final (H.3) permaneceu aberta a respostas de 20/04/2015 a 06/06/2015, pois foram estabelecidos 45 dias completos desde a primeira divulgação.

A divulgação da pesquisa foi solicitada via *facebook* por meio do texto abaixo (H.1) enviado em mensagem privada às páginas das prefeituras e/ou secretarias de turismo dos municípios da região, exceto no caso do município do Serro cujo pedido foi feito pessoalmente devido à entrevista realizada com o Secretário de Turismo e Cultura. Houve casos em que após o contato via *facebook* foi solicitado envio de e-mail e/ou correspondência oficial que foram enviados conforme solicitação. Abaixo, após a descrição do texto postado, são descritos os endereços, número de pessoas que “curtem” a página e datas de pedidos e aceite (quando esse foi concedido) (H.2). Há que se destacar que algumas páginas fizeram várias postagens de divulgação como o caso do Serro e Conceição do Mato Dentro. Essa última além de postar no *facebook* escreveu uma notícia no site oficial.

A pesquisadora também divulgou o link em sua página pessoal e contatou as páginas oficiais dos circuitos turísticos dos quais uma ou mais das cidades da região pertencem.

H.1 Solicitação de Apoio na Divulgação de Pesquisa via *Facebook*

Olá,

Meu nome é Mirna de Lima Medeiros. Sou professora e estou desenvolvendo a minha tese de doutorado sobre a região produtora do queijo do serro. Entre os objetivos da tese há um que busca verificar o perfil, motivação e conhecimento do turista com relação a indicações geográficas. Gostaria de contar com o apoio de vossa página no facebook para postar o link de um questionário (<https://pt.surveymonkey.com/s/SDPJY63>).

Caso desejem saber mais sobre mim, meu currículo pode ser visualizado em: <http://lattes.cnpq.br/8842456018278636> . Podemos também providenciar um documento/carta institucional caso desejem. Nos comprometemos a disponibilizar os dados coletados por meio da divulgação da tese no formato digital quando esta estiver concluída.

Para maior visualização seria interessante que a postagem fosse feita por vocês, mas caso prefiram e autorizem posso publicar na linha do tempo da página. No caso da postagem feita por vocês, sugiro a seguinte chamada:

Alvorada de Minas, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio do Itambé, Serra Azul de Minas e Serro. Você JÁ VISITOU ALGUM DESSES MUNICÍPIOS? Participe de uma pesquisa e concorra a livros de professores da Universidade de São Paulo! É bem rápido e simples! Leva poucos minutos. <https://pt.surveymonkey.com/s/SDPJY63> Preencha e compartilhe!

H.2 Contatos realizado para efetivação de postagens do link da pesquisa com os turistas

Relação de Páginas dos Municípios da Região do Queijo Serro				
Municípios	Páginas	likes*	Pedido	Postagem
Alvorada de Minas	Prefeitura https://www.facebook.com/prefeituraalvorademinas?fref=ts Secretaria de Cultura, Turismo e Meio Ambiente https://www.facebook.com/alvoradademinasmg?fref=ts	1301 310	21/04/15 27/04/15	Não respondeu
Coluna	Prefeitura https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-Municipal-de-Coluna-MG/495313800528508?fref=ts	1619	21/04/15	22/04/15
Conceição do Mato Dentro	Prefeitura https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-Municipal-de-Concei%C3%A7%C3%A3o-do-Mato-Dentro/275238169272386	4654	21/04/15	22/04/15 (site e facebook)
Dom Joaquim	Prefeitura? https://www.facebook.com/DomJoca/info?tab=milestone	963	21/04/15	21/04/15
Materlândia	https://www.facebook.com/materlandia/timeline	430	21/04/15	24/04/15 postagem autorizada
Paulistas	https://www.facebook.com/PaulistasMG?ref=br_rs	1054	21/04/15 27/04/15	21/04/15
Rio Vermelho	Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio Cultural https://www.facebook.com/pages/Cultura-Turismo-e-Patrim%C3%B4nio-Cultural-de-Rio-Vermelho-MG/253564501477448?fref=ts	671	21/04/15 27/04/15	Não respondeu
Sabinópolis	Prefeitura https://www.facebook.com/PrefeituradeSabinopolis	1097	21/04/15 28/04/15 – envio de carta solicitada	Sem retorno após o envio da carta
Santo Antônio do Itambé	Secretaria de Turismo e Cultura https://www.facebook.com/culturaitambe?fref=ts	167	21/04/15 27/04/15 06/05/15 - contato via telefone e envio e-mail	Sem retorno após os contatos
Serra Azul de Minas	Prefeitura https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-Municipal-Serra-Azul-de-Minas/929196720459041?fref=ts	84	21/04/15 27/04/15	09/05/15 Postagem autorizada
Serro	Prefeitura https://www.facebook.com/pages/Prefeitura-de-Serro/343889072379005?fref=ts	1897	16/04/15 27/04/15	07/05/15
Circuitos Turísticos que englobam as cidades em estudo				
Organização	Páginas	likes*	Pedido	Postagem
Circuito Serra do Cipó	https://www.facebook.com/circuitoserradocipo?fref=ts	6477	21/04/15; 27/04/15	Não divulga no facebook. Envio de e-mail aos parceiros.
Circuito dos Diamantes	https://www.facebook.com/circuitodosdiamantes?fref=ts	1570	21/04/15 27/04/15	Não divulga no facebook. Envio de e-mail aos associados.
Circuito Serra do Cabral	https://www.facebook.com/circuitoserradocabral?fref=ts	223	21/04/15; 27/04/15	Não respondeu
Circuito das Pedras Preciosas	https://www.facebook.com/ctpedraspreciosas?fref=ts	4525	21/04/15; 27/04/15	Não respondeu
Página Pessoal da Pesquisadora		851 amigos		27/04/15 04/06/15

* Número de pessoas que curtem a página referente ao dia 03/04/15

H.3 Telas do questionário online aos turistas

Tela 1: Apresentação da pesquisa

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG

Pesquisa

Esse questionário faz parte da pesquisa de doutorado de Mirna de Lima Medeiros, sob orientação do Prof. João Luiz Passador, vinculada à FEA-RP/USP.

O objetivo desse questionário é identificar o perfil, motivações e interesses dos visitantes de 11 municípios do estado de Minas Gerais que produzem o queijo do serro (Alvorada de Minas, Coluna, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio de Itambé, Serra Azul de Minas e Serro). Caso não tenha visitado esses locais agradecemos, mas pedimos que não continue a pesquisa.

Não é preciso se identificar, mas caso queira ter acesso ao trabalho quando ele estiver finalizado e concorrer ao sorteio de 2 livros é necessário que deixe seu e-mail ao final.

12%

Tela 2: Perfil dos respondentes

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG

Perfil do Visitante

***1. Com relação aos seus dados pessoais, responda:**

Cidade/Estado de Residência

Idade

Renda Familiar Estimada

25%

Observação: Tendo em vista a não especificação do período (mensal ou anual, por exemplo) para a auferição da renda e a presença de resultados significativamente discrepantes entre si nessa questão mostrando que houve interpretações diferentes. A análise da renda familiar foi desconsiderada na apresentação do perfil dos respondentes.

Tela 3: Tipo de visita por município

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG					
Visitas Realizadas					
Para responder considere apenas as viagens feitas para fora do seu local de moradia que não realiza no seu dia a dia. Caso tenha realizado várias visitas marque a opção que mais ocorreu com relação à duração das visitas realizadas.					
*2. Com relação à duração das visitas:					
	Nenhuma visita	Visita sem pernoite	Visita com 1 pernoite	Visita com 2 ou 3 pernoites	Visita com mais de 3 pernoites
Alvorada de Minas	☐	☐	☐	☐	☐
Coluna	☐	☐	☐	☐	☐
Conceição do Mato Dentro	☐	☐	☐	☐	☐
Dom Joaquim	☐	☐	☐	☐	☐
Materlândia	☐	☐	☐	☐	☐
Paulistas	☐	☐	☐	☐	☐
Rio Vermelho	☐	☐	☐	☐	☐
Sabinópolis	☐	☐	☐	☐	☐
Santo Antônio do Itambé	☐	☐	☐	☐	☐
Serra Azul de Minas	☐	☐	☐	☐	☐
Serro	☐	☐	☐	☐	☐

38%

[Anterior](#)
[Seguinte](#)

Observação: A questão foi inserida de forma a verificar se os viajantes são excursionistas ou turistas e ainda qual o período de permanência no destino

Tela 4: Motivação da visita por município

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG						
Motivação da(s) Visita(s)						
Caso tenha visitado mais de uma vez conte o motivo que ocorreu mais vezes.						
*3. Com relação ao motivo pelo qual realizou a visita						
	Não Visitei	Lazer, recreação e descanso	Visitas a parentes e amigos	Negócios e motivos profissionais	Tratamento de saúde	Religião/peregrinações
Alvorada de Minas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Coluna	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Conceição do Mato Dentro	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dom Joaquim	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Materlândia	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Paulistas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Rio Vermelho	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sabinópolis	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Santo Antônio do Itambé	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Serra Azul de Minas	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Serro	☐	☐	☐	☐	☐	☐

60%

[Anterior](#)
[Seguinte](#)

Observação: Foi utilizada a classificação recomendada pela OMT por motivo da visita (ou viagem).

Tela 5: Contato com o produto antes, durante e depois da visita

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG		
Contato com o queijo do serro		
*4. Marque a opção que corresponde à sua opinião com relação às afirmações abaixo.		
	Sim	Não
Consumi o queijo do serro durante a visita.	☐	☐
Comprei o queijo do serro para levar para consumir em minha casa.	☐	☐
Comprei o queijo do serro para dar de presente.	☐	☐
Visitei um local de produção de queijo durante a visita.	☐	☐
Pagaria a mais pelo queijo caso tivesse garantia de sua produção segundo a forma tradicional	☐	☐
Pagaria mais pelo queijo caso tivesse certeza de sua qualidade higiênico-sanitária	☐	☐
Pagaria a mais pelo queijo caso este tivesse alguma indicação que remetesse ao local que visitei (como nome ou foto da cidade)	☐	☐
Pagaria a mais pelo queijo caso tivesse uma embalagem que facilitasse o seu transporte.	☐	☐
Conheci o queijo do serro durante a visita	☐	☐
O queijo do serro foi um dos fatores que motivou a minha visita	☐	☐

82%

Anterior Seguinte

Observação: Com base no referencial teórico com relação a indicações geográficas e turismo pode-se perceber que os produtos poderiam ser fatores motivadores do deslocamento, serem consumidos no local (de forma contumaz ou dentro de uma atividade relacionada com sua produção ou degustação, por exemplo) ou como souvenir gastronômico. A questão objetivou verificar essas utilizações, bem como se alguns atributos da indicação geográfica seriam considerados para o pagamento de um valor monetário superior.

Tela 6: Interesse por atividades relacionadas ao queijo

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG			
Interesse em novas atividades			
Você teria interesse em participar de atividades relacionadas ao queijo do serro na cidade que visitou ou em uma das outras cidades listadas: Alvorada de Minas, Coluna, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio do Itambê, Serra Azul de Minas e Serro.			
*5. Marque conforme o seu interesse em atividades relacionadas ao queijo.			
	Sim	Talvez	Não
Concurso de eleição do melhor queijo (do município e/ou região)	☐	☐	☐
Concurso de eleição de representantes do queijo (ex: rainha, embaixador, etc.)	☐	☐	☐
Degustação	☐	☐	☐
Festivais Gastronômicos	☐	☐	☐
Harmonização do queijo com cafés	☐	☐	☐
Harmonização do queijo com cervejas	☐	☐	☐
Harmonização do queijo com vinhos	☐	☐	☐
Harmonização do queijo com outras bebidas	☐	☐	☐
Lojas especializadas / Queijaria	☐	☐	☐
Museu	☐	☐	☐
Oficinas/Cursos quanto à fabricação do queijo	☐	☐	☐
Oficinas/Cursos quanto à maturação do queijo	☐	☐	☐
Oficinas/Cursos quanto ao preparo de receitas com queijo	☐	☐	☐
Visita à produção do queijo	☐	☐	☐
Outro (especifique)	<input type="text"/>		

75%

Anterior Seguinte

Observação: Foram listadas atividades existentes (concursos e visita), outras em desenvolvimento (museu) e que poderiam ser desenvolvidas com vistas a verificar o interesse do viajante em ditas atividades.

Tela 7: Conhecimento e atitude com relação a indicações geográficas

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG

Registro de Indicação Geográfica

*6. Marque a alternativa que melhor descreve o seu grau de conhecimento com relação as questões abaixo:

	Nenhum conhecimento	Pouco Conhecimento	Conhecimento Mediano	Muito Conhecimento	Extremo conhecimento
Queijo Minas Artesanal	☐	☐	☐	☐	☐
Queijo do Serro	☐	☐	☐	☐	☐
Indicação geográfica	☐	☐	☐	☐	☐
Indicação de procedência	☐	☐	☐	☐	☐
Denominação de origem	☐	☐	☐	☐	☐

*7. Marque a alternativa que melhor descreve a sua atitude com relação as questões abaixo:

	Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Indiferente	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente
Prefiro comprar queijos e outros produtos com registro de indicação geográfica	☐	☐	☐	☐	☐
Prefiro comprar queijos e outros produtos com registro de indicação de procedência	☐	☐	☐	☐	☐
Prefiro comprar queijos e outros produtos com registro de denominação de origem	☐	☐	☐	☐	☐
Visitaria uma cidade se soubesse que ela possui um produto com registro de indicação geográfica	☐	☐	☐	☐	☐
Visitaria uma cidade se soubesse que ela possui um produto com registro de indicação de procedência	☐	☐	☐	☐	☐
Visitaria uma cidade se soubesse que ela possui um produto com registro de denominação de origem	☐	☐	☐	☐	☐

88%

Anterior

Seguinte

Tela 8: Agradecimento e contato

Turismo na Região do Queijo do Serro/MG

Finalização

Agradecemos por sua participação na pesquisa. Caso queira conhecer um pouco mais sobre os pesquisadores, o trabalho e/ou o GPublic | Centro de Estudos em Gestão e Políticas Públicas Contemporâneas da USP ou caso tenha alguma crítica ou sugestão estamos a disposição por meio do e-mail mirmamedeiros@fearp.usp.br

8. Caso deseje receber o resultado dessa pesquisa e concorrer a uma das publicações do GPublic/USP deixe o seu e-mail.

Garantimos que esse dado não será divulgado ou repassado sob nenhuma hipótese e que será utilizado apenas com o fim de fornecer a devolutiva solicitada.

100%

Anterior

Concluir Pesquisa

Apêndice I – Referencial de Codificação

Nós	
Nome	
Antecedentes ou Gatilhos	
Elementos do Desenvolvimento Territorial	
Capacidades Territoriais	
Capital Físico - Econômico	
Capital Humano	
Capital Social	
Cidadania	
Condições de Sustentabilidade	
Elementos do Sistema	
Atores	
AASER	
AIPPI e ABPI	
ANGLO	
APAQS	
Aprocan	
Chefs de Cozinha	
Comércio Local	
Cooperativa	
Distribuidor	
EMATER	
EMBRAPA	
FAEMG	
FERT	
IES	
IMA	
Imprensa	
INPI	
Lojas Especializadas	
MAPA	
MDA	
MTUR	
OriGIN	
Prefeituras	
SEBRAE	
SENAC	
SerTãoBras	
SETUR	
Slow Food	
Clientes	
Donos	
Oportunidades ao Sistema	
Restrições Ambientais	
Administrativa	
Conhecimento Específico	
Cultural	
Econômica	
Geográfica	
Legal	
Política	
Social	
Transformação	
Weltanschauung - Visão de Mundo	
Rede	
Turismo	
Consumo Turístico	
Antes da Visita	
Depois da Visita	
Durante a Visita	
Entrave	
Situação	
Existente	
Potencial	

Anexo A – Questionário aplicado no Diagnóstico do Queijo Minas Artesanal do Serro (2013-2014)

APAQS - ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES ARTESANAIS DO QUEIJO DO SERRO CADASTRO GEORREFERENCIADO - SISTEMA TERRAVIEW			1) GPS:
2) W:	3) N:	4) Altitude (m):	5) Foto:
6) Município:			
7) Distância aproximada da propriedade ao centro urbano (cidade) no menor trecho percorrido (km):			
8) Distrito:		9) Comunidade:	
IDENTIFICAÇÃO GERAL			
10) Nome do entrevistado:		11) Sexo: (1) Feminino (2) Masculino	
12) Função na propriedade: (1) Proprietário (2) Posseiro (3) Parceiro (4) Funcionário (5) Meeiro (6) Arrendatário (7) Outro			
13) Nome do proprietário:		14) Apelido:	
15) Idade:	16) Sexo: (1) Feminino (2) Masculino		17) Telefone de contato:
18) RG:		19) CPF:	
20) Nome da Propriedade:			
21) Área total da propriedade: () Hectares ou () Alqueires			
22) Possui energia elétrica na propriedade? (1) Não (2) Sim		23) Caso positivo quantos KVA: (1) 05 KVA (2) 10 KVA (3) 15 KVA	
24) Número de Inscrição de Produtor Rural: (1) Não (2) Sim, qual n°:			
25) É cooperado a alguma instituição? (1) Não (2) Sim (3) Qual: _____			
26) Caso não seja cooperado, qual o motivo (+1)? (1) Não percebivantagens (2) Pouco conhecimento da instituição (3) Distância (4) Custos (5) Outros _____			
27) É associado a APAQS - Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro? Se sim, ir para questão 29 (1) Não (2) Sim			
28) Caso não seja associado, qual o motivo (+1)? (1) Não percebi vantagens (2) Pouco conhecimento da associação (3) Distância (4) Custos (5) Outros _____			
29) Situação cadastral da queijaria no IMA: (1) Registrado (2) Relacionado (3) Cadastrado (4) Nenhuma		30) Número de cadastro no IMA:	
31) Se é cadastrado ao IMA, quais as principais vantagens percebidas (+1): (1) Maior preço recebido (2) Maior visibilidade no mercado (3) Melhoria na qualidade (4) Não percebi vantagem (5) Outro, citar: _____			
32) Situação cadastral junto ao serviço de inspeção/SIF: (1) Registrado (2) Relacionado (3) Cadastrado (4) Nenhuma		33) Número no serviço de inspeção:	
34) Se é cadastrado junto ao serviço de inspeção, quais as principais vantagens percebidas (+1)? (1) Maior preço recebido (2) Maior visibilidade no mercado (3) Melhoria na qualidade (4) Não percebi vantagem (5) Outro, citar: _____			
PRODUÇÃO - LEITE			
35) Quais as principais raças utilizadas (+1)? (1) Gir (2) Holandês (3) Jersey (4) Girolando (5) Zebu (6) Mestiço (7) Outras, citar: _____			
36) Pastagens (+1): (1) Braquiária % _____ (2) Capim gordura% _____ (3) Pastagem nativa% _____ (4) Provisório% _____			
37) Sistema de produção? (1) A pasto (2) Confinado (3) Semi-confinado			
38) Caso seja a pasto: (1) Período das águas (2) Ano todo			
39) Suplementação alimentar (+1): (1) Ração comercial (2) Ração preparada na fazenda (3) Silagem (4) Capineira (5) Cana (6) Não utiliza			
40) Suplementação mineral (+1): (1) Sal comum (2) Mistura pronta (3) Preparado na fazenda (4) Proteinado (5) Não utiliza			
41) Possui tronco e bezerreiro? (1) Não (2) Sim			
42) Possui sala de ordenha? Se não, ir para questão 46 (1) Não (2) Sim		43) Sala de ordenha é coberta? (1) Não (2) Sim	
44) Sala de ordenha é cimentada? (1) Não (2) Sim		45) Possui ordenha mecânica? (1) Não (2) Sim	
46) Quantas ordenhas diárias: (1) Uma (2) Duas		47) Ordenha: (1) Com bezerro (2) Sem bezerro	
48) Produção de leite pela manhã (média por dia): _____		49) Produção de leite à tarde (média por dia): _____	

50) Produção total de leite (média por dia): _____			
51) Possui sala/área de espera? (1) Não (2) Sim		52) Curral é calçado? (1) Não (2) Sim	
53) Tem ponto de água? (1) Não (2) Sim		54) Se possui, a água utilizada é clorada? (1) Não (2) Sim	
55) Possui implantada as boas práticas de produção de leite? (1) Não (2) Sim			
56) Possui treinamento em boas práticas de produção? (1) Não (2) Sim			
57) Faz limpeza dos utensílios? (Latão, balde, coador, ordenhadeira, etc) apenas com água (3) Limpeza com água quente detergente, etc.)		(1) Não faz limpeza (2) Limpeza (4) Água + desinfetante (Ex: Água sanitária, (5) Outros _____	
58) Faz limpeza dos tetos antes da ordenha? (1) Não faz limpeza (2) Lavagem das tetas com água (3) Lavagem das tetas com água e detergente (4) Outros			
59) Faz secagem do úbere? (1) Não seca (2) Seca com papel toalha (3) Seca com toalha de pano (4) Outros _____			
60) Realiza teste de mastite? Se não, ir para questão 62 (1) Não (2) Sim		61) Caso sim, qual: (1) Caneca telada ou de fundo preto; Frequência: ____ (2) CMT; Frequência: _____	
62) Faz tratamento de mastite? (1) Não (2) Sim		63) Faz o tratamento da mastite nas vacas secas? (1) Não (2) Sim	
64) No caso do uso de antibióticos, para o controle da mastite ou outras enfermidades, fica sem tirar leite no período recomendado na bula do remédio ou pelo veterinário? (1) Não (2) Sim			
65) Infraestrutura existente: Benfeitorias/Equipamentos/Máquinas/Estradas (1) Tratamento de dejetos (lavagem do curral, etc.) (11) Casa de trabalhador (21) Picadeira (2) Queijaria impermeabilizada (12) Casa sede (22) Sulcador (3) Mesa; material: _____ (13) Paiol (23) Gerador (4) Tanque; material: _____ (14) Silo graneleiro (24) Carroça (5) Equipamento de proteção EPI (15) Silo para silagem (25) Carro de boi (6) Trator (16) Arado (26) Plantadeira mecânica (7) Ensiladeira (17) Grade (27) Plantadeira manual (8) Desintegrador/Picador/Moedor (18) Pulverizador (28) Ordenha mecânica (9) Tanque de resfriamento (19) Bomba (10) Açude/Represa (20) Conjunto de irrigação			
66) Número de vacas em lactação (média dos últimos doze meses): _____			
67) Número total do rebanho leiteiro (média dos últimos doze meses): _____			
68) Quais as vacinas aplicadas no rebanho (+1)? (1) Nenhuma (2) Aftosa (3) Leptospirose (4) Raiva (5) Carbúnculo [mal do ano, manqueira] (6) Brucelose (7) Tétano (8) IBR/BVD (9) Outras _____			
69) Quais os exames realizados no rebanho (+1)? (1) Nenhuma (2) Tuberculose (3) Brucelose			
70) Qual o destino dado aos animais soro positivos para Brucelose e/ou Tuberculose (+1)? (1) Abate em frigorífico (2) Sacrifício na propriedade (3) Marcação na face e abate no frigorífico (4) Venda para terceiros (5) Nenhum			
71)) Faz marcação dos animais? (1) Não (2) Brinco (3) Tatuagem (4) Eletrônico (5) A fogo (6) Outros			
DESTINO DA PRODUÇÃO			
72) Destino da produção: (1) Queijeiro: ____% (2) Local: ____% (3) Regional: ____% (4) Entrepasto: ____% (5) interestadual: ____% (6) Outros: ____%, citar: _____			
73) Finalidade do leite (+1)	74) Porcentagem %		
(1) Venda do Leite			
(2) Produção de queijo			
PRODUÇÃO DIÁRIA DE QUEIJO			
75) Nome do Queijo: _____			
76) Tipo	77) Quantidade (unidades)	78) Peso total/dia	79) Preço médio recebido pelo queijo
(1) Fresco			
(2) Meia cura			

(3) Curado			
(4) Outros: (mussarela, requeijão, etc.)			
80) Dado sua estrutura atual da queijaria e terra, em quantas unidades de queijo você poderia aumentar sua produção? (1) Nenhuma, Já opero no limite (2) Quantos em unidade_____			
81) Caso exista a possibilidade de aumento da produção e tendo a terra e a queijaria como fator limitante, qual seria o seu gargalo hoje? (1) Mão-de-obra especializada (2) Equipamentos (3) Capacitação (4) Matéria prima (leite) (5) Sala de resfriamento (6) Mercado (7) Outros			
82) Coalho: (1) Pó (2) Líquido			
83) Marca do coalho (+1): (1) BV (2) Bom pastor (3) Coalhopar (4) Outros, citar:			
84) Usa pingo? (1) Não (2) Sim		85) Usa rala? (1) Não (2) Sim	
86) Como utiliza o coalho? (1) Coloca direto no leite total (2) Dilui no pingo (3) Dilui na água (4) Dilui em volume pequeno de leite			
87) Salga: (1) Sal grosso (2) Sal fino (3) Não salga			
88) Caso salgue, onde coloca o sal: (1) No leite (2) No coador (3) No queijo			
89) Tempo de maturação: (1) Até 03 dias: _____% (2) De 04 a 10 dias: _____% (3) De 11 a 20 dias: _____% (4) Acima de 21 dias: _____%			
90) Tem ponto de água na queijaria? Se não, ir para questão 92 (1) Não (2) Sim		91) A água é clorada? (1) Não (2) Sim	
92) Práticas sanitárias (+1): (1) Higienização diária das instalações (2) Higienização esporádica das instalações (3) Higienização dos equipamentos imediatamente após o uso (4) Higienização esporádica dos equipamentos (5) Controle de pragas (6) Uso de uniformes (7) Higiene pessoal (8) Barreira sanitária			
93) Possui implantado Boas Práticas de Fabricação (BPF)? (1) Não (2) Sim			
94) Possui treinamento em BPF? (1) Não (2) Sim			
95) Há quanto tempo produz queijo?			
96) Com quem aprendeu? (1) Familiares (2) Amigos/Conhecidos (3) Curso técnico (4) Outro, citar:			
INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG)			
97) Você conhece o termo Indicação Geográfica (IG)? Se não, ir para questão 99 (1) Não (2) Sim			
98) Em caso Positivo, que benefícios você espera de uma IG (+1)? (1) Aumento do turismo. (2) Proteção da biodiversidade. (3) Satisfação, orgulho da relação produto e produtor. (4) Facilidade de acesso ao mercado. (5) Reconhecimento dos consumidores. (6) Estímulo à melhoria qualitativa do produto Queijo Serro. (7) Aumento no preço do produto. (8) Reconhecimento e proteção do saber fazer, reputação e origem geográfica "Serro". (9) Outro, citar:			
99) Você sabe que a Região da Serro recebeu o registro de Indicação Geográfica (Indicação de Procedência)? (1) Não (2) Sim			
CARACTERIZAÇÃO AMBIENTAL BÁSICA			
100) Há água corrente na propriedade (rio/córrego/ribeirão/riacho)? Se não, ir para questão 103 (1) Não (2) Sim		101) Esta água está poluída? Se Não ou Não sei, ir para questão 103 (1) Não (2) Sim (3) Não sei	
102) Tipo de poluição? (1) Esgoto (2) Carniça (3) Lixo sólido (4) Agrotóxico (5) Garimpo (6) Soro do queijo (7) Outros			
103) Possui nascente na propriedade? Se não, ir para questão 107 (1) Não (2) Sim		104) Quantas nascentes existem?	105) Estão conservadas? (1) Não (2) Sim
			106) Alguma nascente secou? (1) Não (2) Sim
107) Fonte de captação de água (+1): (1) Nascente (2) Córrego/Rio (3) Poço artesiano (4) Cisterna (5) Barragem/Açude (6) Outros			
108) A água utilizada possui registro? (1) Não (2) Sim		109) Possui vegetação na propriedade? Se não, ir para questão 112 (1) Não (2) Sim	
110) Qual o tipo de vegetação (+1)? (1) Mata fechada (2) Capoeira (3) Campo (4) Mata ciliar (5) Cerrado		111) Possui reserva legal registrada (averbação de mata)? (1) Não (2) Sim	
112) Existe erosão na propriedade? Se não, ir para questão 114 (1) Não (2) Sim		113) Se sim, tem feito algum tipo de trabalho para preservação? (1) Não (2) Sim	

114) Qual o tipo de resíduo é gerado na propriedade (+1)? (1) Embalagens de agrotóxicos (2) Produtos veterinários (3) Dejetos de animais (4) Sobras de culturas (5) Soro do queijo (6) Outros
115) O que é feito com as embalagens de agrotóxicos (+1)? (1) Devolve ao fornecedor (2) Queima (3) Enterra (4) Reutiliza (5) Outros
116) O que é feito com as embalagens de produtos veterinários (+1)? (1) Devolve ao fornecedor (2) Queima (3) Enterra (4) Reutiliza (5) Outros
117) O que é feito com o dejetos animal (+1)? (1) Compostagem (2) Joga direto em culturas para adubação (3) Deixa no local de origem (4) Outros
118) O que é feito com a sobra de culturas (+1)? (1) Compostagem (2) Deixa no solo para adubação (3) Utiliza em artesanato (4) Outros
119) O que é feito com o soro do queijo (+1)? (1) Utilizado para fins alimentícios humano (2) Tratamento (efluente) (3) Nutrição de suínos (4) Direcionado a mananciais de água (5) Outros
120) Possui regularização ambiental para produção de queijo? (1) Não (2) Sim

AGROTURISMO / TURISMO RURAL

121) Trabalha com Agroturismo em sua propriedade? Se sim, ir para questão 123 (1) Não (2) Sim	
122) Caso não trabalhe, tem interesse em atuar na área? (1) Não (2) Sim Se não, ir para questão 127 Se sim, ir para questão 125	123) Há quanto tempo você trabalha com agroturismo? (1) Até 02 anos (2) De 03 a 05 anos (3) Acima de 05 anos
124) Qual atividade no agroturismo você exerce em sua propriedade (+1) ? Após marcar, ir para questão 126 (1)Serviços de hospedagem na propriedade (hotelaria) (2)Serviços de alimentação (restaurantes e/ou degustação de queijos) (3)Turismo de conhecimento (visitas à produção de queijo Serro) (4)Turismo ecológico (cachoeiras, trilhas ecológicas, etc.) (5)Pesque-pague (6)Camping (7)Turismo de aventura (8)Outros	125) Qual atividade no agroturismo você gostaria de exercer (+1) ? Após marcar, ir para questão 127 (1)Serviços de hospedagem na propriedade (hotelaria) (2)Serviços de alimentação (restaurantes e/ou degustação de queijos) (3)Turismo de conhecimento (visitas à produção de queijo Serro) (4)Turismo ecológico (cachoeiras, trilhas ecológicas, etc.) (5)Pesque-pague (6)Camping (7)Turismo de aventura (8)Outros
126) Qual são as principais dificuldades encontradas (+1) ? (1) Treinamento/Capacitação (2) Financiamento (3) Mão de obra/Funcionários (4) Marketing (5) Não conhecimento do setor turístico (6) Gerenciamento (7) Baixo volume de turistas (8) Alta sazonalidade (9) Outros	

ASPECTOS SÓCIO-ECONÔMICOS - RENDA E ACESSO AO CRÉDITO

127) Você pode afirmar com certeza qual seu lucro financeiro por unidade vendida (Queijo)? (1) Não (2) Sim		
128) A propriedade tem buscado reduzir os custos de produção? (1) Não (2) Sim		
129) Qual a sua renda total mensal familiar? (Aposentadoria + produção agrícola + bolsa governo + outras atividades) (R\$)		
130) Qual a receita mensal (em média) com a produção de queijo? (1) Até 01 salário mínimo (2) Acima 01 até 03 Salários mínimos (3) Acima de 03 até 05 Salários mínimos (4) Acima de 05 até 10 Salários mínimos (5) Acima de 10 até 20 Salários mínimos (6) Acima de 20 Salários mínimos		
131) Apenas a renda gerada pela produção de queijo Serro da propriedade é suficiente para a sobrevivência familiar? (1) Não (2) Sim		
132) Quantas pessoas na família? (1) Crianças até 12 anos____ (2) Adolescente até 18 anos (3) Adulto até 65 anos_____ (4) Idosos acima de 65 anos		
133) Quantas pessoas da família dependem da renda do queijo? (1) Todas (2) n ^o _____		
134) Faz uso de crédito rural? Se não, ir para questão 137 (1) Não (2) Sim		
135) Para quê (+1) ? (1) Investimento (2) Custeio (3) Não sabe	136) Fonte de recurso (+1) : (1) Financiamento específico(s) ofertado(s) por cooperativas (2) PROGER (3) PRONAF (4) BNDES (5) Outros	
137) Qual o motivo para não fazer uso do crédito? (4) Medo de não arcar com os compromissos	(1) Juros altos (5) Outros	(2) Falta de informação (3) Burocracia

GESTÃO DA PROPRIEDADE E MÃO DE OBRA UTILIZADA

138) Quem gerencia a propriedade? (1) Proprietário (2) Gerente (3) Outros
139) A propriedade faz controle financeiro das contas a pagar, contas a receber, estoque, compras? Se não, ir para questão 141 (1) Não (2) Sim
140) Caso positivo, de que forma? (1) Planilhas eletrônicas de fluxo de caixa (2) Livro de registros (3) Anotações em blocos e/ou cadernos (4) Outros
141) A propriedade faz algum tipo de previsão para os meses futuros do que tem que pagar e do que deverá receber mensalmente? (1) Não (2) Sim

142) A propriedade possui computador? Se não, ir para questão 144 (1) Não (2) Sim	143) A propriedade possui Internet? (1) Não (2) Sim
144) Acesso à informação (+1): (1) Rádio (2) TV (3) Jornal (4) Revistas (5) Livros (6) Internet (7) Não interessa por isso (8) Outros	
145) Faz uso de Assistência Técnica (+1)? (1) Não usa (2) Sindicatos (3) Firma particular (4) Cooperativas (5) ONGs (6) EMATER-MG (7) EMBRAPA (8) SEBRAE (9) Profissional liberal (10) EPAMIG (11) Prefeituras (12) Outros	
146) Se não faz uso, por quê (+1)? (1) Não necessito (2) Má qualidade (3) Nunca procurei (4) Preço (5) Baixa disponibilidade (6) Outros	
147) Qual o tipo de mão de obra utilizada na propriedade na atividade leite/queijo (+1)? (1) Familiar (2) Contratada (3) Outros	
148) Quantas pessoas da família trabalham na propriedade na atividade leite/queijo? ()	
149) Quantas pessoas contratadas trabalham na propriedade na atividade leite/queijo? ()	
CONDIÇÕES GERAIS	
150) Possui abastecimento de água na residência? (1) Não (2) Sim	
151) Condições das estradas: (1) Péssima (intransitável na época de chuvas) (2) Ruim (3) Regular (4) Boa (5) Muito boa	
152) Possui número de inscrição social (NIS)? Se não, ir para questão 154 (1) Não (2) Sim nº _____	
153) Se sim, qual programa de governo?	
154) Tem documentação legalizada da terra ou propriedade? (1) Não (2) Sim	
155) Quais as principais dificuldades/problemas identificados na produção/comercialização do queijo artesanal (+1)? (1) Alto custo de adequações físicas (2) Dificuldade de adequação às boas práticas de produção (3) Alto custo de insumos (4) Estradas ruins (5) Dificuldades de acesso a linhas de crédito (6) Baixa qualificação da mão de obra (7) Baixo preço recebido pelo queijo (8) Não valorização, por parte do consumidor, da legislação junto ao serviço de inspeção (9) Não valorização, por parte do consumidor, da Indicação Geográfica (10) Falta de conhecimento dos custos de produção (11) Dificuldade em acessar diretamente o varejista (12) Dificuldade em acessar diretamente o consumidor final (13) Baixa qualidade das pastagens (14) Baixo potencial genético do rebanho para a produção de leite (15) Clima (16) Abates sanitários de animais positivos (17) Indenização para Brucelose e tuberculose (18) Desunião de classe (19) Dificuldade de acesso à assistência técnica (20) Dificuldade em atender a legislação (21) Outro, citar _____	
156) A sua produção sofre algum tipo de interferência por parte do ICMBio/IBAMA? (1) Não (2) Sim	
157) Caso sim, qual(is)?	
158) Sugestões e críticas:	