

UFRRJ

**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA,
TECNOLOGIA E INOVAÇÃO EM AGROPECUÁRIA**

TESE

**Indicação Geográfica: A Produção de Cachaça em
Paraty – BR e a Elaboração de Salame em Colônia
Caroya – AR**

Andreia Cristina Resende de Almeida

2015



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA, TECNOLOGIA E
INOVAÇÃO EM AGROPECUÁRIA**

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: A PRODUÇÃO DE CACHAÇA EM
PARATY – BR E A ELABORAÇÃO DE SALAME EM COLÔNIA
CAROYA - AR**

ANDREIA CRISTINA RESENDE DE ALMEIDA

Sob a Orientação do Professor
Hector Alberto Alimonda

eCoorientação do Professor
Gustavo Ramón Cimadevilla

Tese submetida como requisito para obtenção do grau de **Doutora**, no Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária Área de Concentração em Políticas Públicas Comparadas.

Seropédica, RJ
Abril/2015

663.55098153 A447i T	<p>Almeida, Andreia Cristina Resende de, 1972- Indicação geográfica: a produção de cachaça em Paraty – BR e a elaboração de salame em Colônia Caroya - AR / Andreia Cristina Resende de Almeida – 2015. 159 f.: il.</p> <p>Orientador: Hector Alberto Alimonda.</p> <p>Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Curso de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária. Bibliografia: f. 118-129.</p> <p>1. Cachaça – Paraty (RJ) – Teses. 2. Cachaça – Controle de produção – Teses. 3. Cachaça – Controle de qualidade – Teses. 4. Agricultura – Controle de qualidade – Teses. I. Alimonda, Hector Alberto, 19-. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Curso de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária. III. Título.</p>
----------------------------	--

É permitida a cópia total ou parcial desta Tese, desde que seja citada a fonte.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
EM AGROPECUÁRIA**

ANDREIA CRISTINA RESENDE DE ALMEIDA

Tese submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Doutora**, no Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária, Área de Concentração em Políticas Públicas Comparadas.

TESE APROVADA EM 22/04/2015.

Hector Alberto Alimonda. Ph.D. UFRRJ
(Orientador)

Cezar Augusto Miranda Guedes. Ph.D. UFRRJ

Georges Gérard Flexor. Dr. UFRRJ

Célia Regina da Silva Dias. Dra. UFF

Heloísa Helena Albuquerque Borges Quaresma Gonçalves. Dra. UFRJ

Dedico este trabalho aos meus filhos, Henrique e Beatriz, luzes que iluminam o meu viver, ao meu marido, Eduardo, pela compreensão nas minhas ausências e incentivo nas horas exatas.

AGRADECIMENTOS

Ao PPGCTIA/UFRRJ, pelo acolhimento e pela possibilidade de realização de uma das minhas metas de vida ao me apresentar caminhos possíveis na minha jornada do doutorado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de estudos para a Missão de Doutorado na Argentina.

À Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa da UFRRJ pela possibilidade de realização do doutorado.

Ao meu professor-orientador Hector Alimonda pelo apoio incondicional, por sua amizade e por sua calma e clareza na condução da minha orientação.

Ao meu coorientador, professor Gustavo Cimadeville pelas valiosas contribuições como meu objeto de estudo na Argentina.

Aos professores Lucia Anjos, Cezar Guedes, Lamounier Villela, Nelson Delgado, Jorge Romano, Jonh Wilkinson e Renato Maluf pelos ensinamentos, compartilhamento de experiências e vivências, além das elucidações que muito me ajudaram a direcionar meu projeto de pesquisa.

À Renata, secretária do PPGCTIA, competente no seu trabalho e um amor de pessoa sempre pronta a ajudar.

Às minhas queridas amigas Heloisa Helena, Alice Leal, Camila Avozani, Maria de Fátima e Olga pelo apoio e incentivo, e agradeço também aos amigos e professores do Instituto Três Rios da UFRRJ pelas palavras encorajadoras e pelas discussões sobre a tese.

À prefeitura de Paraty e aos alambiqueiros de Paraty pela oportunidade de conhecer um pouco mais sobre sua cultura e valores, além do tempo que me cederam para que eu pudesse concluir a pesquisa.

Ao técnico da EMATER de Paraty Giovane Leal, um agradecimento especial por suas informações valiosas, sua competência e parceria, além de ter me possibilitado contatar os alambiqueiros de Paraty.

À Selma, responsável técnica dos alambiqueiros de Paraty por suas informações e seu tempo ao me acompanhar na pesquisa de campo junto aos produtores.

À APACAP pela compreensão com relação à pesquisa e pelas informações disponibilizadas para a tese.

Aos técnicos do INTA de Rio Cuarto e de Jesus Maria na Argentina, este segundo representado pelo Sr. Adolfo Grion, que muito me auxiliaram durante a missão de estudos com informações e orientações sobre o objeto de estudo. Um agradecimento especial ao técnico de Jesus Maria e à secretária de turismo que me colocaram em contato com os elaboradores de salame e me auxiliaram na organização e agendamento das entrevistas.

À prefeitura de Colônia Caroya, e em especial à secretária de turismo Sra. Olga Candussi pelo apoio durante a missão de estudos e, pelas discussões e informações sobre o projeto de IG de Colônia Caroya.

Aos elaboradores de salame de Colônia Caroya pelo tempo que me cederam e pelas entrevistas. À Monica pela hospedagem em Caroya e pela amizade nos momentos de solidão longe da família.

Ofereço este trabalho aos meus pais Aroldo (em memória,) e Nair que sempre incentivaram a seguir pela educação.

Agradeço também à minha cunhada Claudia pelos incontáveis momentos que me estendeu a mão me auxiliando na conclusão da tese, e a toda a família.

Aos meus filhos e ao meu marido, não existem palavras que expressariam o quanto agradeço por existirem na minha vida e me proporcionarem tantas alegrias.

RESUMO

ALMEIDA, Andreia Cristina Resende de. **Indicação Geográfica: a Produção de Cachaça de Paraty – BR e a Elaboração de Salame de Colônia Caroya – AR.** 2015. 158f. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária, Ciência do Solo). Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2015.

A tese busca demonstrar que para o êxito na implementação de uma Indicação Geográfica (IG) é necessário que os atores tenham uma reserva significativa de capital social. Os atores dos projetos para busca do selo de Indicação Geográfica (IG) precisam fortalecer a interação por meio da participação cívica e reforçar suas instituições com vistas à realização de suas iniciativas sociais. A obtenção do selo de IG pode ter transbordamentos positivos como a promoção do desenvolvimento territorial sustentável e a melhoria da qualidade de vida das comunidades. As Indicações Geográficas (IGs) enquanto um selo de reconhecimento da qualidade de determinados produtos e/ou serviços (no caso da legislação brasileira) ganharam ênfase na Europa a partir do século XVIII quando foram criadas legislações específicas para o reconhecimento e proteção de produtos e regiões. Em meados do século XX as IGs passaram a ser utilizadas como uma ferramenta estratégica e política de proteção dos produtos europeus. Na América Latina a discussão sobre IGs é relativamente recente, porém vem ganhando destaque, sobretudo a partir do reconhecimento de produtos que trazem embutidos a valorização da cultura e da tradição e que estão enraizados a um território, como nos casos estudados na tese que são a cachaça de Paraty no sul fluminense no Brasil e o salame da Colônia Caroya em Córdoba na Argentina. No Brasil, existem 49 registros de IG e na Argentina há apenas três casos para produtos agroalimentares (dois para embutidos e um para a carne caprina da região da Patagônia). No Brasil são conceituadas como institutos da propriedade intelectual e dividem-se em Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). Na Argentina dividem-se em Indicação Geográfica e Denominação de Origem com normas parecidas com as da União Europeia. O enraizamento sociocultural dos produtos e a relevância da formação de redes são aspectos essenciais na compreensão das IGs, assim como a questão do capital social. A formulação de capital social se aproxima da teoria de redes cuja ideia principal é a de que o comportamento dos atores está alicerçado na rede de relações sociais que ele estabelece e/ou mantém. O comportamento dos atores constitui outro aspecto discutido ao longo da tese, pois num contexto de produtos com selo de IG há uma série de incertezas como a questão da adequação do preço praticado e da qualidade. Buscou-se apoio metodológico na abordagem da sociologia econômica incluindo a Teoria das Convenções e a discussão sobre Capital Social. Sobre os resultados obtidos por meio dos dois estudos de caso foi possível observar que os produtores reconhecem que a obtenção do selo de IG pode promover as iniciativas sociais e contribuir para a valorização da cultura e da tradição, no entanto não sinalizaram como a obtenção do mesmo pode contribuir para o desenvolvimento territorial. Constatou-se também que as perspectivas para adoção da IG por parte dos produtores não se limita a cumprir regras, se adequar à legislação e seguir os trâmites burocráticos, mas que o ponto inicial de proteção se desloca para a importância da qualidade e da utilização da IG como um instrumento de valorização da origem dos produtos, cultura e multifuncionalidade da agricultura.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Convenções. Qualidade.

ABSTRACT

ALMEIDA, Andreia Cristina Resende de. **Geographical Indications: the Production of Cachaça from Paraty – BR and the Preparation of Salame from Colônia Caroya – AR.** 2015. 159 p. Thesis (Doctorate in Science, Technology and Innovation in Agriculture). Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2015.

The aim of this thesis is to show that for a successful implementation of a Geographical Indication (GI) it is necessary for the actors to have a significant reserve of social capital. In order to obtain the Geographical Indication label, the project's actors need to strengthen interaction through civic participation and reinforcement of their institutions with a view to accomplishing the social initiatives. Obtaining the GI label can bring about positive results such as the fostering of the sustainable territorial development and the communities' life quality improvement. The Geographical Indications (GI's) is a quality recognition label for specific products and/or services, in the case of Brazilian legislation. It's gained force in Europe as of the 18th century when specific regulations were created to recognize and protect products and regions. In the mid-twentieth century the GI's came to be used as a strategic tool and protection policy for European products. In Latin America the discussion on GI's is relatively recent. However, it has been gaining prominence, especially from the recognition of products embedding the appreciation of culture and tradition and being rooted in a territory, as the cases studied in this thesis, namely the cachaça from Paraty (a city in the south of Rio de Janeiro State, Brazil) and the salami from Colonia Caroya in Cordoba, Argentina. There are forty-nine GI registries in Brazil, while in Argentina there are only three cases for agri-food products (two for sausages and one for goat's meat in the Patagonia region). In Brazil, they are conceptualized as intellectual property institutes and are divided into Indication of Origin and Designation of Origin. In Argentina, they are divided into Geographical Indication and Designation of Origin, with regulations similar to the ones in the European Union. The sociocultural roots of products and the importance of networks building are essential aspects for understanding the GI's, as well as the social capital issue. The social capital formulation approximates to the networks theory whose main idea is that the actors' behavior is founded on the social relationships network that it establishes and/or maintains. The actors' behavior is another aspect discussed throughout the thesis, for in a context of products bearing GI labels there is a series of uncertainties such as the question of the adequacy of price charged and the quality. A methodological support was intended while approaching the Economic Sociology, including the Theory of Conventions and the discussion on Social Capital. The results obtained by means of the two case studies showed that the producers recognize that obtaining the GI label can foster the social initiatives and contribute to the appreciation of culture and tradition, although they did not signal how the GI label attainment could contribute to territorial development. The study also found that the prospects for GI adoption on the part of the producers is not limited to complying with rules, conforming to legislation and following the bureaucratic procedures, but that the starting point for protection moves towards the importance of quality and the use of GI as an appreciation instrument of products origin, culture and multifunctional agriculture.

Key words: Geographical Indication. Conventions. Quality.

RESUMENEXTENDIDO

ALMEIDA, Andreia Cristina Resende de. **Indicación Geográfica: la Producción de la Cachaza de Paraty - BR y la Producción del Salame de Colonia Caroya** –AR.2015. 179p. Tesis (Doctorado en Ciencia, Tecnología e Innovación en Agricultura). Pró-reitoria de Pesquisa e Pós Graduação. Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro, RJ, 2015.

1. Introducción

La tesis pretende demostrar que para que haya una implementación exitosa de un Indicación Geográfica (IG) es necesario que los actores tengan un capital de reserva significativa. Los actores de la acción colectiva, como en el caso de proyectos para la búsqueda e implementación de sello Indicación Geográfica (IG) necesitan fortalecer la interacción a través de la participación ciudadana y fortalecer sus instituciones con el fin de llevar a cabo sus iniciativas sociales.

Los estudios de casos son la cachaça de Paraty, en el sur de Rio de Janeiro en Brasil y salame Colonia Caroya en Córdoba en Argentina. En Brasil, hay 49 registros de IG y en Argentina hay sólo tres casos de los productos agroalimentarios (dos para el embebido y una para la carne de cabra en la región de la Patagonia), hasta el momento de la finalización de la investigación de campo para la tesis. Los IG pueden tener diferentes clasificaciones y leyes diferentes, pero también tienen puntos en común como el tema de la protección de la tradición, la cultura, el saber hacer de los productores y la necesidad de formar una red de cooperación entre los diferentes actores.

En Brasil se conceptualizan como institutos de propiedad intelectual y se dividen en función de origen (IP) y la Denominación de Origen (DO). Argentina se divide en indicación geográfica o denominación de origen con normas similares a la Unión Europea. Las raíces socioculturales de los productos y la importancia de los aspectos de construcción de la red son esenciales en la comprensión de la IGS, así como el tema del capital social. Hay diferentes maneras de que el capital social puede presentarse todo lo cual puede facilitar la acción individual o colectiva.

La formulación de capital social se aproxima a la teoría de redes cuya idea principal es que el comportamiento de los actores tiene sus raíces en la red de relaciones sociales que establecen y / o mantienen. La formación de redes de cooperación entre los actores y la interacción de éstos con otras organizaciones e instituciones es esencial para la generación y el valor añadido en los territorios productivos. El comportamiento de los actores es otro aspecto discutido a lo largo de la tesis, ya que en el contexto de los productos con etiqueta GI son una serie de incertidumbres, tales como la cuestión de la adecuación del precio cobrado y la calidad que se mueve con el origen del proceso de producción.

La hipótesis que guió el desarrollo de la investigación de tesis era que la Indicación Geográfica promoven las iniciativas sociales del capital social, favoreciendo el desarrollo territorial. Además de la hipótesis a lo largo del desarrollo de la investigación algunas cuestiones se suscitaron incluso antes de la investigación exploratoria. Debido a que es los países con un número reducido de productos y servicios con un sello GI, en comparación con los países europeos, se pone en duda en qué medida que los productores entendieron lo que significaba para obtener el sello de reconocimiento de las indicaciones geográficas, por lo que se formularon las siguiente preguntas:

I - Cómo productores entienden el sello de reconocimiento de las indicaciones geográficas?

II - Los productores que soliciten el reconocimiento del sello GI entienden que conseguir los mismos contribuye a la mejora de la cultura y las tradiciones del territorio y, en consecuencia, podría contribuir al desarrollo regional y la mejora de la calidad de vida?

II –Los productores pueden entender que la etiqueta GI sólo sirve como una herramienta estratégica de marketing para aumentar su cuota de mercado en una lógica de exclusión?

2. Los Procedimientos Metodológicos

La metodología utilizada para la preparación de la tesis se caracteriza en cuanto a los propósitos cualitativos, descriptivos y explicativos, con los datos obtenidos a través de la investigación de campo, revisión de la literatura, documentos y estudios de caso. Según Vergara (2003, p.47), "la investigación descriptiva expone las características de una población determinada o particulares fenómeno."

La investigación explicativa y bibliográfica se destinó a aclarar los factores de la IG y su relación con la multifuncionalidad de la agricultura y la calidad para contribuir al desarrollo territorial rural. La investigación de campo se realizó en Paraty en Brasil, donde los productores de cachaza recibieron en 2007 el sello de indicación geográfica en la indicación del modo de origen, y en Colonia Caroya en Argentina, una región productora de vinos, pero que ha destacado para el desarrollo integrado y, en particular, salami, según la tradición traída por los inmigrantes friulanos.

La elección de los casos fue dado por las particularidades que tenían. En Brasil el caso de la cachaza fue el primero en aplicar el sello para una bebida portadora de una importante carga cultural para el país, además del fuerte apoyo de las instituciones públicas y la enseñanza y la investigación, así como la coordinación de los actores y la producción de la tradición en la región. En Argentina el caso de salami fue el primer experimento llevado a cabo a través de una asociación con los actores institucionales, como el INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), el apoyo de la Municipalidad de Colonia Caroya y la tradición friulana. Ambos casos tienen esas características de experiencias pioneras y el hecho de que los productores tienen dificultad de articular el proceso de implementación de sus indicaciones geográficas. La conclusión de las elecciones fue que las experiencias podrían contribuir a la reflexión sobre el tema. Es una búsqueda que implica la valorización de la tradición artesanal en ambos países, y por lo tanto, se llevaron a cabo dos estudios de caso, con el fin de buscar datos empíricos sobre los enlaces, las normas y la cuestión de la confianza entre los actores para esta acción colectiva, es decir, se trató de examinar la cuestión del capital social existente.

Se buscó apoyar el enfoque metodológico de la sociología económica, incluyendo la Teoría de las Convenciones y la discusión sobre el Capital Social. La Teoría de Las Convenciones se define como una cadena que involucra la sociología, la gestión y la economía, y por lo tanto ayudó a desarrollar la encuesta para ampliar el análisis y entender el tema del comportamiento de los actores. Para el estudio de campo se utiliza un cuestionario mixto, que consiste en preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas. Las informaciones obtenidas de los productores se complementaron con los datos obtenidos mediante métodos cualitativos para la investigación en fuentes secundarias y trabajos académicos. De esta manera, hemos tratado el análisis más completo posible a través de un proceso de triangulación de la información.

Acerca de los métodos cualitativos se realizaron observaciones de campo, entrevistas parcialmente estructuradas, además de las notas en un diario. Las entrevistas transcurridos desde el diálogo con los productores y representantes institucionales que permitan la libertad de expresión en los temas, sino que dirigen para la tesis. Todas las entrevistas y reuniones fueron grabadas y transcritas.

3. Resultados y Conclusiones

Las indicaciones geográficas son una forma de organización simbólica del territorio, con la intención de movilizar a diferentes actores en una interacción no sólo guiada por la búsqueda de ventajas competitivas, sino sobre todo marcada por la apreciación del potencial local, sus tradiciones, su cultura, y la necesidad de la creación de redes de diversos actores.

Los resultados obtenidos por los dos estudios de caso se observa que los productores reconocen que conseguir el sello IG puede promover iniciativas sociales y contribuir al desarrollo de la cultura y la tradición, aunque no explícito como puede contribuir al desarrollo regional.

También se encontró que las perspectivas de adopción de IG por productores no se limitan a las reglas siguientes, conforme a las leyes y los requisitos burocráticos. El punto de partida para la protección se mueve a la importancia de la calidad y el uso de IG como fuente de instrumento de valoración de los productos agrícolas elaborados en relación con la diversidad y la multifuncionalidad de la agricultura.

La relación entre lo que nos expone Putnam (1996) sobre el capital social nos acerca a una análisis de los procesos de acción colectiva, como las indicaciones geográficas. Lo que hemos observado en los casos estudiados en el campo de la investigación en Brasil y en Argentina fue que para la solicitud de la junta IG, que es una iniciativa social, valores como la confianza, la cooperación, la reciprocidad eran de suma importancia para los grupos, que nos lleva a decir que donde había un capital social de reserva significativa.

Al iniciar la consideración del tema de la capital se indicó que el mismo se presenta como una alternativa de supervivencia económica de sus miembros, ya que fue el esfuerzo conjunto de los productores en ambos casos, y teniendo como base en la confianza mutua que se enfrentaron temas como enfrentar la competencia global. Tanto en el caso de Paraty como en el caso de los productores de Colonia Caroya se presentan situaciones de competencia desleal. Esto fue abordado en las discusiones con los grupos para los que se describen las acciones con el fin de inhibir la competencia desleal, que fue el caso de los productos fraudulentos reportados como salame fuera de especificación y cachaza falsa. La reserva de capital es la diferencia para que pudieran seguir adelante con los planes discutidos en grupos. Se observó en ambos casos hubo un compromiso social significativa, más allá del hecho de que trató de organizarse en asociaciones.

En el caso de Colonia Caroya se formó una asociación informal y en el caso de Paraty se formó inicialmente una asociación formal, sin una oficina física. Las reuniones entre los productores de cachaza inicialmente tomaron lugar en la residencia de uno de sus miembros y reuniones de productores de salami también se llevaron a cabo en los hogares, o en el Ayuntamiento o el City Club, porque como era una asociación informal no había una sede física.

De la investigación surge que es cierto que la obtención del sello de reconocimiento GI mejoró la autoestima de los productores de los casos. Es claro que para obtener otros desafíos se han generado, por ejemplo, la secuencia de reconocimiento como a mantener y promover el producto. Otro punto sería cómo hacer entender al consumidor y apreciar la importancia de un producto con sello GI, dado que la mayoría (más del 90%) de los encuestados consideró que los consumidores no entienden el significado de un producto con sello IG.

El modelo CQFD propuesto inicialmente por Sylvander (1991) y aplicado por Tiberio, Christopher y Fragata (2001) permite el análisis de las características (C) físicos y tecnológicos que se pueden observar con los productos, los vínculos directos e indirectos entre las dimensiones de calidad (Q), que son percibidos por el consumidor (organoléptica, de

higiene y de salud, nutrición, comercial y simbólica), la calidad (F) factores (origen del proceso de desarrollo de productos, la tradición, la historia, la cultura, el patrimonio) y los elementos Identificación (D) de producto.

Por los principios de la Teoría de Las Convenciones y sobre el análisis de los casos, es evidente que tanto las cualidades de salame de Colonia Caroya como la cachaza de Paraty estaban siendo construidos socialmente y se corresponden con el resultado de múltiples formas de relación como se observa en las convenciones nacionales, comercial, industrial e incluso cívica, así como la notoriedad.

En los modelos de transacción CQFD, observamos el modelo CQ donde el consumidor o comprador tiene un papel de particular importancia en la evaluación de la calidad y este problema se ve reforzada cuando la mayoría de los productores informaron que los consumidores buscan el mismo producto sin necesidad de la publicidad intensiva, pero sobre todo por la reputación que se ha transmitido por vía oral.

En combinación CQFD se observa en el caso de salame características observables del producto como, por ejemplo, el aspecto y el precio son los elementos clave de la coordinación. Esto corresponde a los elementos del mercado de convenciones donde la calidad del producto se define por el mercado y el precio de su principal regulador. Esta característica fue reportada por los productores como un ejemplo de lo que tendría que tener en cuenta en el mercado con el precio como el principal regulador.

En el caso de la cachaza, la reputación de la bebida es un fuerte factor de impacto en las decisiones de compra de los consumidores. Otro punto es la posibilidad de degustar la bebida, porque de acuerdo a la preferencia del consumidor puede variar de un sabor más intenso y dulce o más débil. También hay una preferencia para una bebida de color translúcido. Todos estos aspectos se analizan en el momento de la transacción, además del precio que es un regulador.

En ciertas situaciones, los productores informaron que dependiendo de la reputación del producto, la cuestión del reconocimiento con el sello GI sería irrelevante, ya que las decisiones de compra de los consumidores se basan en la confianza y el entendimiento mutuo como factores de calidad. El punto es que el comprador / consumidor estaría valorando la cultura, el patrimonio y la sociedad, lo que corresponde a la dimensión organoléptica y simbólica.

El desarrollo de toda la cadena de producción de salame en Colonia Caroya puede fortalecer el acuerdo industrial y el modelo CQFD en un futuro próximo, pero hasta el momento de las entrevistas y la investigación de campo lo que observamos es la artesanía con énfasis en las convenciones nacionales, comerciales y cívicas con referencias a conceptos relacionados con el territorio, la tradición y la cultura y el saber hacer.

Cuando se pidió a los fabricantes de salame información sobre los proveedores de insumos respondieron que antes el proyecto era más fácil, porque había ahora muchos requisitos burocráticos. Toda la carne (cerdo y ternera) debe ir primero en el refrigerador antes de ser comprada por los fabricantes. Así que los proveedores han tenido que adaptarse para cumplir con este requisito. Todos los encuestados informaron que el municipio construiría un refrigerador para facilitar el proceso.

Con respecto a Paraty se observó que la cadena se hace avanzar sólo como un punto para mejorar el suministro de materia prima es el caso de la caña de azúcar. Así como en Colonia Caroya, se encontró una producción artesanal con un énfasis en las convenciones nacionales, comerciales y cívicas. El territorio es importante para los “alambiqueiros”, así como la forma en que tratan con la tierra y su cultura con miras a la multifuncionalidad y las cuestiones ambientales.

Desde el campo y el enfoque convencionista era evidente que no es sólo la cuestión de la protección que prevalece como justificación para obtener el sello de IG. Hay una

complejidad del mercado y el establecimiento de reglas porque los actores adoptan comportamientos y justificaciones y las reglas de diferentes referencias como los diferentes "mundos". Como las entrevistas, en un principio los productores no sabían muy bien lo que el sello estaba sirviendo y sólo con el tiempo y después de las reuniones de trabajo fueron tomando conciencia del proyecto y comenzaron a tomar posesión de la cuestión.

Otro punto observado es que después de un periodo de la apropiación, las perspectivas de adopción de IG por productores no se limitan a las reglas siguientes, conforme a las leyes y seguir los trámites burocráticos. El punto de partida para la protección mueve a la importancia de la calidad y el uso de la IG como una herramienta para valorar el origen de los productos. Una de las líneas que se repiten durante las entrevistas fue que el sello con los orígenes del saber hacer, la tradición y la calidad se conservan.

En la dinámica de funcionamiento de la investigación de mercado se recogieron datos sobre la industria de bebidas alcohólicas específicamente acerca de la cachaça en Brasil y Argentina trabajó como la comercialización de embutidos. Como las dos regiones son centros turísticos, los productores informaron que la prioridad era la calidad y no tenía interés en aumentar la producción, ya que son las propias producciones artesanales y son los consumidores que llaman a sus puertas en busca de sus productos. Este hecho fue vinculado a la sensación de orgullo, ya que para ellos significaba la apreciación de sus productos, el reconocimiento de la calidad de la elaboración.

Sobre el precio no se observó una diferencia competitiva entre los productores artesanales y no había indicios de que por el precio, su valor se refleja lo que se considera justo. Estas indicaciones muestran otra limitación de la tesis y abre posibilidades para otras investigaciones que se trata sólo de un comercio justo.

El punto esencial es que es necesario que exista una coordinación y cooperación entre múltiples partes interesadas, como los gobiernos, asociaciones, universidades, instituciones, a través de una estructura de gobierno y coordinación bien estructurados para el éxito en el proyecto de IG. Y que se observó en ambos casos, además del fuerte deseo de los productores.

Palabras clave: Indicación Geográfica. Convenciones. Calidad.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Multifuncionalidade e Agricultura.....	75
Figura 2. Distribuição dos volumes de Produção de Paraty de 2008.	90
Figura 3. Córdoba Nortenha.	92
Figura 4. Localização de Colônia Caroya.	92
Figura 5. Destaque da Rota 9 perpassando Córdoba.	93
Figura 6. Limite administrativo de Colônia Caroya (azul, linha delgada), área geográfica da Indicação Geográfica (azul, linha grossa) e os povoados vizinhos.	93
Figura 7. Avenida San Martin.	94
Figura 8. Sótão da empresa Mio Nonnino.....	110
Figura 9. Análise sensorial do salame típico de Colônia Caroya.	116

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Mundos de Boltanski e as grandezas.	28
Tabela 2. Formas de convenção.....	32
Tabela 3. O modelo CQFD.....	36
Tabela 4. Modelos de transação e formas de coordenação.....	37
Tabela 5. Acordos relacionados com a propriedade intelectual e Indicações Geográficas.	42
Tabela 6. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 1999 e 2007).	48
Tabela 7. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 2009 e 2012).	49
Tabela 8. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 07/02/2012 e 25/09/2012)...	51
Tabela 9. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 2012 e 2013).	53
Tabela 10. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (2014).	54
Tabela 11. Diferenças entre denominação de origem e indicação de procedência no Brasil. ...	55
Tabela 12. Empresas produtoras de salame e habilitação para comercialização.....	115
Tabela 13. Atores e instituições que apoiaram a IG do salame de Colônia Caroya.	117
Tabela 14. Princípios da teoria das convenções.	119
Tabela 15. Convenções e modelo CQFD.	120
Tabela 16. Convenções e modelo CQFD-Paraty.	121

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas
- ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
- AOC – *Appellation d’Origine Contrôlée* ou Apelação de Origem Controlada
- APACAP – Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty
- APL – Arranjo Produtivo Local
- CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
- CNA - Censo Nacional Agropecuário
- CNUMAD – Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento
- CUP – Convenção da União de Paris sobre Direitos de Propriedade Intelectual
- DO – Denominação de Origem
- EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
- FAO – Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
- GATT – *General Agreement on Tariffs and Trade*
- IBRAC – Instituto Brasileiro de Cachaça
- IG – Indicação Geográfica
- IGs – Indicações Geográficas
- IGP – *Indication Géographique Protégée*
- IICA – Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura
- INAO – Instituto Nacional das Apelações de Origem
- INDEC – Instituto Nacional de Estatística e Censos Argentinos
- INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual
- INRA – Instituto Nacional de Pesquisa Agrícola da França
- INTA – *Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*
- IO – Indicação de Origem
- IP – Indicação de Procedência
- IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

ISO – *International Organization for Standardization*

MAPA – Ministério da Agricultura e do Abastecimento

MINAGRI – Ministério da Agricultura, Pecuária e Pesca

OMC – Organização Mundial do Comércio

ONU – Organização das Nações Unidas

PPGCTIA – Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária

PROPPG – Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

PTC – Programa Territórios da Cidadania

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENASA – Serviço Nacional de Saúde e Qualidade Alimentar

TRIPS /Trade – *Agreement on Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights*

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

WIPO – *World Intellectual Property Organization*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	11
2.1. Construção das Indicações Geográficas: Como Surgem?	11
2.2. Indicações Geográficas de Produtos Rurais, Redes Sociais e Capital Social.....	16
2.3. Indicações Geográficas e a Nova Sociologia Econômica.....	21
2.4. As Indicações Geográficas e a Teoria Das Convenções.....	23
2.5. A Dinâmica da Qualidade no Mercado de Produtos com Selo de Indicação Geográfica.....	29
2.6. A Construção Social da Qualidade	30
2.7. Qualidade, Inovação e Tipicidade	33
2.8. Qualidade, Diferenciação e Origem dos Produtos com Selo de IG.....	33
2.9. O Modelo CQFD e as Convenções de Qualidade	35
2.9.1. Aspectos jurídicos das indicações geográficas	40
2.9.2. A legislação sobre as indicações geográficas e denominações de origem no Brasil.....	44
2.9.3. A legislação sobre as indicações geográficas e denominações de origem na Argentina	55
3. A MULTIFUNCIONALIDADE DA AGRICULTURA.....	57
3.1. Concepções de Multifuncionalidade da Agricultura	59
3.2. Recorte Histórico da Noção de Multifuncionalidade da Agricultura e Desenvolvimento	61
3.3. O Papel e o Lugar do Rural no Desenvolvimento e a Multifuncionalidade.....	64
3.4. Território e Multifuncionalidade da Agricultura	71
4. DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL	76
4.1. O Desenvolvimento Territorial Rural.....	79
4.2. Políticas Públicas de Desenvolvimento Territorial Rural.....	82
5. LOCAL DE ESTUDO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	86
5.1. Descrição de Paraty: Recorte Histórico, Social e Econômico	86
5.1.1. Caso da produção de cachaça de Paraty no Brasil.....	86
5.1.2. História de Paraty e a tradição de produção de cachaça artesanal	86
5.1.3. Cachaça e suas origens	88
5.1.4. A produção de cachaça de Paraty	89
5.2. Descrição de Colônia Caroya: Recorte Histórico, Social e Econômico.....	90
5.2.1. Recorte histórico de Colônia Caroya	94
5.2.2. Colônia Caroya e suas origens.....	96

5.2.3. As atividades produtivas de Colônia Caroya e a elaboração de salame	97
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	99
6.1. A Indicação Geográfica da Cachaça de Paraty - BR	99
6.1.1. A Produção de cachaça artesanal de Paraty - BR e a IG	101
6.1.2. Perfil dos produtores de cachaça de Paraty	103
6.2. A Elaboração de Salame de Colônia Caroya - AR	104
6.3. A Indicação Geográfica do Salame de Colônia Caroya	108
6.4. Tradição e Tipicidade: a IG de Paraty e a IG de Colônia Caroya	111
6.5. Qualidade e Modelo CQFD	114
6.6. A Teoria das Convenções e o Modelo CQFD	118
7. CONCLUSÕES	122
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	126
9. APÊNDICE	138

1. INTRODUÇÃO

O padrão de desenvolvimento adotado desde o final da Segunda Guerra Mundial nos revelou um contexto de transformações de grande envergadura resultado de rupturas de ordem social, econômica, cultural, política e demográfica. Alguns fenômenos antes mais característicos dos países centrais vêm ocorrendo também em países periféricos como o Brasil e a Argentina que fazem parte do MERCOSUL. Um exemplo desses fenômenos é o caso dos selos de reconhecimento da qualidade de produtos como o selo de Indicação Geográfica (IG) que tem se difundido também em outros países fora do mercado europeu. A valorização de produtos artesanais, por meio dos selos de reconhecimento e que são elaborados por micro ou pequenos produtores rurais tem redimensionado e provocado transformações na maneira como se olha o rural e suas potencialidades, além da própria questão do desenvolvimento do território.

No bojo dessas transformações e rupturas observa-se a valorização da diversidade e da qualidade de produtos e serviços, com regimes de produção e consumo mais flexíveis típicos de uma economia de escopo em contraposição à produção e ao consumo em massa e à economia de escala. As Indicações Geográficas (IGs) se inserem nessa discussão ao passo que se observa o deslocamento dos esforços de qualificação para a origem do processo de produção, modificando dessa forma o papel que era desempenhado predominantemente pelo setor industrial. Assim, é inegável o fato de que se está diante de um novo paradigma em comparação com o sistema de produção em larga escala e consumo de massa de produtos homogêneos, aos moldes da perspectiva industrial do taylorismo e do fordismo.

Pode-se correlacionar o êxito do modelo de larga escala aos princípios da revolução verde os quais estavam focados no aumento da produtividade e competitividade a partir do uso intensivo de insumos químicos no intuito de melhorar a eficiência no campo. Por outro lado, com a difusão e implementação das IGs para os produtos agroalimentares observam-se transformações no modelo de larga escala, baseado na quantidade e facilitado pelas técnicas e métodos da revolução verde, para um com a priorização da qualidade na origem sendo perseguida em todas as etapas da produção.

Essa mudança pode ser também analisada tomando como exemplo o contexto e a evolução histórica das políticas de desenvolvimento rurais implementadas por meio da PAC (Política Agrária Comum) na União Europeia que foi um dos pilares de transformação no meio rural, por volta da década de 1960. No caso da Europa, a PAC cumpriu seus principais objetivos de incremento da agricultura e garantia de abastecimento agroalimentar. Isso possibilitou o crescimento do setor agrário com o fomento de uma agricultura intensiva, subsidiada e protegida.

Nos anos 1980, frente às pressões internas com relação ao aspecto protecionista da PAC foi feita a sua revisão onde se buscou um novo modelo centrado na diversificação e inovação, e formulação de políticas de apoio ao mundo rural com enfoque integrador, territorial e priorizando a questão da multifuncionalidade da agricultura. As principais dimensões abordadas foram a produtiva, a ambiental e a social.

Já nos anos 1990, observa-se na União Europeia o estabelecimento de um marco legal com o intuito de priorizar a qualidade e aumentar a confiança dos consumidores. A proposta era assegurar que as práticas agrícolas ou o processamento dos produtos que fossem feitos segundo métodos específicos de produção, e também proteger os produtos territoriais ou regionais bem como oferecer aos produtores uma ferramenta estratégica para que pudessem comercializar seus produtos.

Após esse período ocorre uma nova reforma da PAC, a agenda 2000, que impulsionou vários produtos vinculando produção, tradição e território. E a partir desta perspectiva pode-se

correlacionar com a proliferação das marcas coletivas e instrumentos de proteção como Denominações de Origem Protegida (DOP) e a Indicação Geográfica Protegida (IGP) no caso da União Europeia em prol do desenvolvimento territorial inclusive, segundo nos expõe Froehlich (2012). Com relação ao Brasil e à Argentina observam-se ainda poucas experiências de selos de reconhecimento como as IGs comparando-as em relação aos países centrais, embora tenha se observado um salto na última década.

Sobre os produtos brasileiros podem-se citar o caso da cachaça de Paraty no Rio de Janeiro, o qual é um dos objetos de pesquisa da tese, e que recebeu o primeiro selo de Indicação de Procedência (IP) no país para cachaça. Outros exemplos são o vinho do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul que foi a primeira IP reconhecida no Brasil, do queijo da Serra da Canastra, do café do cerrado de Minas Gerais, da carne do Pampa Gaúcho, das frutas de Pernambuco, entre outros. Um fato também interessante é que, segundo a legislação brasileira que permite o reconhecimento de serviços, entre as IGs reconhecidas pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) consta o primeiro caso de um reconhecimento de serviços que é o de Porto Digital em Recife no estado de Pernambuco. Na Argentina, em termos de exemplos, observa-se o salame de Colônia Caroya na província de Córdoba, o qual recebeu o selo de Indicação Geográfica (IG) em 2013e que também constitui um objeto de pesquisa da tese.

Observa-se no sítio do INPI um total de 49 registros de IG no Brasil, entre produtos nacionais e estrangeiros, sendo a última atualização no final de 2014 quando constavam 33 Indicações de Procedência (IP), oito Denominações de Origem (DO) nacionais e oito DO de outros países. Os produtos destas regiões apresentam traços que os diferenciam dos demais e, assim, ganham maior competitividade tanto no mercado nacional quanto no internacional. A qualidade, a padronização e a conformidade desses produtos com as respectivas indicações e certificações representam o resultado do esforço e da atuação conjunta de grupos de produtores de determinados territórios, juntamente com outros atores, que estabelecem padrões e características comuns. É importante ressaltar que essas características comuns tem relação com a tradição, a tipicidade e a cultura do local, como se fossem traços de identidade ou signos distintivos, além dos aspectos físicos e climáticos do território.

No Brasil, entre os pedidos de registro de IG no INPI, existem inúmeros produtos que são de origem agropecuária, e diante de tal fato, pode-se afirmar que uma das razões para a busca do selo de reconhecimento deve-se, particularmente, a essa mudança de foco que tem ocorrido na produção agrícola uma vez que se observa o deslocamento dos esforços de qualificação para a origem dos produtos com a valorização de seus aspectos qualitativos.

As IGs se diferem em termos de nomenclatura e legislação entre os diversos países, no entanto em termos de conceito observam-se pontos de convergência e finalidades comuns. Os autores Guedes e Silva (2011) publicaram um artigo sobre as Denominações Territoriais (DT) onde comparam Brasil, Argentina e Espanha, e também esclarecem as diferenças de nomenclatura. Sobre a legislação pode-se recorrer a Gurgel (2005) o qual nos esclarece que, conforme a legislação brasileira, as IGs são conceituadas como institutos da propriedade industrial que tem o objetivo de proteger e atestar uma característica peculiar de um produto ou serviço associados a uma determinada região.

Para Guedes e Silva (2011) as DT representam um caminho estratégico aos pequenos produtores, pois se relacionam com as características tangíveis do território como o solo, o relevo, o clima, como também se relacionam com os saberes do patrimônio cultural imaterial das pessoas que ali vivem, trabalham e tiram seu sustento. Em comparação com o agronegócio, observa-se nesse campo um saber deslocalizado, com foco na monocultura e na economia de escala, entre outros aspectos, diferentemente do que ocorre com os pequenos produtores e especialmente com a agricultura familiar.

As empresas e os produtores ao buscarem o selo de reconhecimento têm, dentre seus objetivos, a intenção de comunicar que seus produtos possuem qualidade. As firmas, geralmente, se estruturam no sentido de encontrar caminhos estratégicos diante de um contexto de concorrência global e de rápidas mudanças tecnológicas, e a IG pode ser um caminho. Este fato é apontado nas recomendações estratégicas na literatura sobre Gestão e Negócios, Organização da Produção, Organização e Métodos, Economia e Mercado, entre outras. Mas apesar de ser uma análise importante, sobretudo para os produtores e empresários, buscar-se-á outro enfoque que não o estratégico.

Pelo exposto então, a certificação pode possibilitar a obtenção de vantagens competitivas, facilitando o acesso a mercados a partir de uma estratégia competitiva pautada pela inovação, inclusive na sua forma de gestão. O que se pode destacar como inovador além do produto em si com sua qualidade superior, é que existe uma premissa básica de cooperação entre os diversos atores envolvidos para requerer o reconhecimento de IG, e é esse enfoque que será abordado. Sendo assim, observa-se uma inovação não apenas no produto, mas também na gestão e na forma de organização, pois precisam atuar em rede e fortalecer os vínculos. Para essa discussão pode-se recorrer a Granovetter (1973; 1985), Putnam (1996; 2000), e também em teses sobre IG como as de Nierdele (2010) e de Froehlich (2002), além dos autores argentinos como o Marcelo Champredonde e a Elena Schiavone.

Em termos de relevância dos assuntos a serem discutidos ao longo da tese, é correto afirmar que a busca por alternativas mais sustentáveis em si tratando do mundo rural é um desafio e tem sido a tônica de discussão em diversas pautas e propostas na tentativa de soluções. A importância dos ecossistemas, do meio ambiente, a noção de território e sua centralidade têm sido colocadas no centro das reflexões, assim como, a questão das Indicações Geográficas e da multifuncionalidade da agricultura às quais norteiam as propostas que fazem parte das ações políticas em favor da revalorização da cultura, das tradições e dos territórios.

A noção de território e sua centralidade guardam em si uma proximidade com a multifuncionalidade da agricultura, pois com as reformulações da PAC nos países europeus, conforme já citado, observa-se que na orientação das políticas agrícolas e rurais, ambas as noções (território e multifuncionalidade) tomam em consideração as dimensões sociais, ambientais e culturais além da dimensão econômica de mercado e da proximidade e da localidade.

Especificamente sobre a emergência da discussão ambiental no meio rural, a qual também se relaciona com IG, território e multifuncionalidade da agricultura, Abramovay (1999; 2007) nos esclarece que o desenvolvimento sustentável se refere ao processo de ampliação permanente das liberdades substantivas dos indivíduos de forma tal que possibilite estimular a manutenção e a regeneração dos serviços prestados pelos ecossistemas às sociedades humanas. Existe uma infinidade de fatores que podem influenciar e determinar o desenvolvimento, e dessa maneira, as perspectivas futuras dependerão das decisões tomadas pelos atores que são os protagonistas dos processos em curso.

Esse pensamento de respeito à diversidade, ao múltiplo, ao diferente, enfim aos sistemas complexos como é o caso da produção agrícola para atender a uma demanda agroalimentar crescente se coadunam com a questão sobre que tipo de desenvolvimento se deseja. Se um modelo pautado pela inclusão ou pela exclusão. A IG, enquanto ferramenta pode auxiliar na difusão das ideias de respeito à natureza e ao próximo como também pode se tornar um “bem de clube” monopolizado por um grupo restrito e limitado de atores.

Por fim, de acordo com o que nos expõe Glass e Castro (2009), as IGs podem se constituir como uma ferramenta coletiva de promoção mercadológica, destacando os lugares, as pessoas e os produtos, ressaltando sua herança histórica e cultural. E assim, se abre um caminho para ocupar uma posição reconhecida e de destaque no mercado. A partir do

momento em que ocorre o reconhecimento de uma IG, funciona como se o produtor fizesse uma “comunicação” ao mercado que determinado produto ou serviço apresenta uma garantia de qualidade e de procedência.

O ponto de partida para compreender o mercado foi visualizá-lo a partir das influências sociais, políticas e econômicas, e não como uma “entidade sagrada” e regida por uma “mão invisível”. Sobre a qualidade dos produtos com selo de IG, o entendimento é que ela é primordial para a obtenção do selo de IG, sendo esta construída socialmente e incorporada desde o início do processo produtivo.

As IGs se constituem então como um instrumento de proteção jurídica com vistas à valorização da tradição de produtos locais ou regionais. Suas origens, em termos de reconhecimento da qualidade de produtos vinculados a um determinado local ou região, remontam ao século IV A.C, mais precisamente na Grécia com a indicação de procedência de vinhos, e o conhecido exemplo do Mármore Carrara do período do Império Romano.

É fato que as IGs que ganharam ênfase em países centrais da Europa com a criação de legislações específicas para proteção de produtos regionais a partir do século XVIII. Na atualidade, elas representam diferenciais competitivos para diversos produtos e serviços em todos os continentes, como é o caso do reconhecimento mundial da qualidade dos vinhos franceses. E, exemplificar a qualidade dos vinhos franceses é apenas uma referência, pois a França é o país que mais se destaca historicamente na regulamentação técnica e legal das Indicações Geográficas, principalmente com relação aos seus produtos lácteos, além dos vinhos (SOUZA, 2006).

Para Mafra (2008) os motivos para a ênfase que os países europeus atribuíram à IG foi com o intuito de proteger seus produtores contra o uso indevido e ilegal de nomes de regiões e de marcas que já estavam consagradas e reconhecidas nos mercados agrícolas. Ao passo que a ideia inicial era de proteção, observa-se também a difusão do reforço à valorização das potencialidades das regiões produtoras e da origem dos referidos produtos.

Tendo em visto a importância do tema, sobretudo para os países do MERCOSUL, a tese tem por objetivo geral colaborar nas reflexões sobre a questão das IGs no Brasil e na Argentina a partir dos estudos de dois casos distintos de produtos que obtiveram o selo de reconhecimento de IG¹. No Brasil o foco é o caso da cachaça artesanal de Paraty no estado do Rio de Janeiro e na Argentina o caso da produção artesanal de salame na municipalidade de Colônia Caroya na província de Córdoba.

Trata-se de um tema relativamente recente e com grande relevância para os dois países da América Latina, ao passo que na Europa os selos de proteção e de reconhecimento são amplamente difundidos. Para a obtenção do selo IG deve se estabelecer uma relação estreita com o território onde os produtos e serviços (no caso da legislação brasileira) são desenvolvidos e que de certa forma, em maior ou menor grau, trarão impactos para o desenvolvimento territorial e para o meio rural. Pode-se incluir também a importância dos laços, dos vínculos e da confiança que devem existir entre os atores para o êxito de uma ação coletiva, que é o caso dos processos de solicitação de IG.

Como os selos de reconhecimento permitem que a origem dos produtos seja valorizada, observa-se então que os produtores têm assim uma ferramenta estratégica importante para comunicar ao mercado e aos seus clientes e consumidores de seus produtos que atuam na busca por qualidade em todas as etapas do processo de produção, iniciando, por

¹Para efeito de esclarecimento, a legislação no Brasil prevê que as IGs se dividem em Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), onde a IG se constitui como gênero e a IP e a DO são duas espécies. No caso da Argentina, a legislação prevê a Indicação Geográfica (IG) e a Denominação de Origem (DO), sem distinção entre gênero e espécie.

exemplo, pela escolha da matéria prima e dos métodos que serão aplicados. Todo esse processo tende a elevar o grau de confiança que se estabelece entre as diversas partes, a reforçar as normas e as instituições e, conseqüentemente, ao aumento do capital social (PUTNAM, 1996).

Como se tratam de produtos diferentes, porém com aspectos comuns em termos de processos de solicitação de selo de reconhecimento e produção artesanal, cabem alguns esclarecimentos sobre os mesmos. A título de diferenciação da cachaça industrial, observa-se que para a produção de cachaça artesanal são dispensadas a cabeça e a cauda no processo de destilação do mosto fermentado da cana de açúcar. A cabeça é a primeira parte que é produzida e contém um teor alcoólico superior ao permitido na legislação e possui elementos estranhos à cachaça pura, assim como a cauda que é a última parte. É aproveitado somente o coração com a gradação correta e corresponde ao está entre a cabeça e a cauda. Na cachaça industrial é produzida em coluna de destilação contínua, além de não ser fabricada em alambique de cobre, a cabeça e a cauda são utilizadas para a produção da cachaça, e a gradação é ajustada a partir de análises que são realizadas no processo.

Segundo pesquisa do SEBRAE (2010) de Minas Gerais, os produtores de cachaça de Minas tem sua produção combinada com outras atividades agrícolas, as quais incluem a pecuária leiteira e a produção de milho. A análise vertical mostrou que apenas 15,2% dos produtores mineiros fabricam algum outro produto a partir da cana-de-açúcar, como a rapadura, o melado, o açúcar mascavo e o álcool. Em Paraty no sul do Rio de Janeiro também se observam outros produtos derivados da cana que são elaborados pelos produtores.

No mercado de bebidas destiladas, especificamente a cachaça, observa-se segundo uma publicação de 2008 no sítio do IBRAC (Instituto Brasileiro de Cachaça), uma instituição brasileira, que o país possui capacidade instalada de produção de cachaça de aproximadamente 1,2 bilhões de litros anuais, no entanto, se produz menos de 800 milhões de litros. E ainda, do total de produtores ao menos 85% são informais, pequenos e micro, o que mostra um desafio em termos de fiscalização e por conseqüência o desafio em aumentar a confiabilidade no produto por parte dos consumidores.

Sobre o mercado interno de cachaça, o IBRAC divulgou que em 2013 a bebida foi exportada para 59 países e que gerou receitas na ordem de US\$ 16,59 milhões. Também ocorreu um aumento de 13,23% no volume, constituindo um total de 9,21 milhões de litros. Os principais países de destino em valor foram a Alemanha, Estados Unidos, Portugal, França, Paraguai e Itália. Já os principais países de destino em volume foram Alemanha, Paraguai, Estados Unidos, França e Bolívia.

A cachaça é produzida no Brasil desde a época da colonização portuguesa² e o início do plantio da cana de açúcar no século XVI. Atualmente a cachaça é considerada uma bebida genuinamente brasileira e gera tantos empregos³ diretos e indiretos quanto o setor automobilístico. No entanto a bebida ainda possui uma carga simbólica negativa, pois, em algumas ocasiões, a palavra cachaça é comparada a uma pessoa alcoólatra ou bebida dos mais

²O início da colonização portuguesa no Brasil, no chamado período 'pré-colonial' (1500-1530), foi marcado por alguns fatos: I) Envio de expedições exploratórias ao litoral e pelo escambo do pau-brasil. II) Plantio e exploração do pau-brasil, associado ao tráfico africano, deslocamento, para a América, da estrutura administrativa e militar já experimentada no Oriente. III) Fixação de grupos missionários de várias ordens religiosas para catequizar os indígenas. IV) Implantação da lavoura canavieira, apoiada em capitais holandeses. (www.historiadobrasil.net)

³A produção de cachaça chega a gerar 600 mil empregos diretos e indiretos como 98% de pequenos e microempresários, e gera sete bilhões de reais de movimento anual em sua cadeia produtiva. www.expocachaca.com.br

pobres. Isso se deve em parte a alguns aspectos históricos como, por exemplo, quando colonizadores portugueses proibiram, por meio do decreto régio de 24/02/1743 (SEBRAE, 2010), a produção de cachaça no Brasil, pois esta estava sendo consumida por várias classes sociais em detrimento da bagaceira (destilado do bagaço da uva) que era a bebida de Portugal e estava diminuindo seu consumo na colônia.(CAMARA, 2004)

Pelo exposto, com a diminuição do consumo da bagaceira e aumento do consumo da cachaça, Portugal observou a redução da arrecadação de impostos e proibiu sem sucesso a comercialização da cachaça. A elite no Brasil, que buscava inspiração na cultura europeia, iniciou um movimento de preconceito com relação à cachaça, taxando-a de uma bebida popular, dos mais humildes e sem qualidade. Na semana de arte moderna de 1922, conforme alguns historiadores, a cachaça se tornou então um símbolo da resistência brasileira contra a cultura europeia e contra a dominação portuguesa, ela passou a ser apreciada como uma bebida tipicamente nacional e símbolo da brasilidade e dos ideais de liberdade (CAMARA, 2004).

Apesar desse recorte histórico, ainda se observa certa resistência e preconceito com relação à cachaça. Isso traz complicações em termos de mercado e no estabelecimento da confiança por parte dos consumidores e distribuidores. Os números de produção e exportação são significativos, e do total fabricado cerca de 75% é proveniente da fabricação industrial e 25%, da forma artesanal, segundo dados do PBDAC (Programa Brasileiro de Desenvolvimento de Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça). Sobre a exportação, somente 2,5 milhões de litros tem como destino o mercado externo e o restante é consumido internamente.

Na questão do salame de Colônia Caroya na Argentina observa-se uma situação similar ao caso da cachaça de Paraty. A cidade de Colônia Caroya está localizada no centro da província de Córdoba na Argentina, no Departamento Colón. Caroya possui um índice de crescimento populacional acima de 4% a.a. com uma população de 19.272 habitantes, conforme informações do Censo Provincial de 2008.

Colônia Caroya surgiu por iniciativa do Presidente argentino Nicolás Avellaneda, o qual já havia conhecido a região devido a algumas viagens que fizera anteriormente, e, então manifestou o desejo de fazer algo pelo lugar. Aceitou a sugestão de amigos e familiares de fundar uma colônia com água disponível para os agricultores italianos. Quando o presidente voltou a Buenos Aires, de uma de suas viagens, remeteu ao Congresso um projeto de lei para a criação da Colônia em 1876, onde parte das terras da antiga estância dos jesuítas, que havia sido fundada pela Companhia de Jesus no século XVII, foi incorporada no espaço da nova Colônia.

Após o término da guerra da Independência⁴ em 1816, e uma vez que o país já havia se organizado, o governo incentivou a abertura à imigração para o povoamento do território nacional argentino. Por apoio do então Presidente Nicolás Avellaneda, as terras da Colônia Caroya foram ocupadas inicialmente por imigrantes europeus friulanos, que eram provenientes da região de Friuli a noroeste da Itália, os quais gradativamente transformaram a paisagem do local. Onde antes existiam terras improdutivas, em curto período de tempo, passaram a terras com irrigação e cobertas de sementes e frutas.

A Estância Caroya foi o primeiro estabelecimento rural organizado pela Companhia de Jesus em 1616, quando mais tarde em 1661 foi fundado o *Colegio Convictorio de*

⁴ A proclamação de independência ocorreu em 1816 e, surgiu inicialmente o país denominado Províncias Unidas do Rio da Prata, que tinha como princípio o federalismo. A independência argentina tornou-se possível como consequência de alguns fenômenos, dos quais se pode destacar: a crise do Antigo Regime, Crise Espanhola, Ascensão Napoleônica, Deposição da Realeza Espanhola.

Monserat para a educação da população. A Estância foi o primeiro núcleo produtivo da província de Córdoba com sistema de produção organizado pela Companhia de Jesus (www.coloniacaroya.gov.ar).

Ainda segundo informações o sítio oficial da cidade de Caroya, o município tem como característica a multiculturalidade, pois entre outros fatos, recebeu muitos imigrantes europeus, e a palavra Caroya tem origem quíchua dos primeiros habitantes da região. Enfim, constitui uma síntese do legado da imigração italiana, enriquecida com os elementos do passado jesuítico e a cultura crioula, além da cultura trazida com as imigrações atuais.

Com relação à economia de Colônia Caroya pode-se dizer que possui 50 das 235 microempresas, correspondendo a 24% das empresas do Departamento de Cónon. Entre as atividades produtivas dos micro e pequenos empreendimentos pode-se citar a produção de vinhos, doces, conservas, embutidos, alfajores, mel, massa, salame, entre outros.

O cultivo de videiras e a produção de salame são algumas das atividades mais relevantes para a economia da Colônia Caroya. A produção de vinho na Argentina começou em Córdoba, e as primeiras cepas foram trazidas pelos espanhóis desde o Peru, sendo implantadas em zonas distintas da província. Na atualidade, a Colônia Caroya é uma das poucas localidades da província de Córdoba onde se produz vinhos. Os extensos vinhedos, as antigas adegas e os pequenos produtores de vinho artesanal em Caroya constituem uma paisagem marcante. (www.coloniacaroya.gov.ar).

Dada a síntese das principais características das duas regiões e a apresentação sucinta do tema, foi formulada uma hipótese principal que norteou o desenvolvimento da pesquisa de tese. A hipótese é:

As IGs promovem ou potencializam as iniciativas sociais, de capital social, que favorecem o desenvolvimento territorial.

Além da hipótese levantada, ao longo do desenvolvimento da pesquisa surgiram alguns questionamentos antes mesmo da pesquisa exploratória. Por se tratar de países com um número pequeno de produtos e serviços com selo de IG, em relação aos países europeus, questionou-se o fato de como os produtores compreendiam o que significava obter o selo de reconhecimento de IG, assim foram formuladas as seguintes perguntas:

I - como os produtores compreendem o selo de reconhecimento de IG?

II - os produtores que solicitam o selo de reconhecimento de IG compreendem que a obtenção do mesmo contribui para a valorização da cultura e das tradições do território e que, conseqüentemente, pode vir a contribuir para o desenvolvimento territorial e melhoria da qualidade de vida?

III - será que a compreensão dos produtores sobre o selo de IG é de que o mesmo serve apenas como uma ferramenta estratégica e mercadológica para aumentar sua participação no mercado, numa lógica excludente?

Enfim, a tese busca demonstrar que para que se obtenha êxito na implementação de uma IG é necessário que os atores de uma ação coletiva tenham uma reserva significativa de capital social. O entendimento sobre essa questão é a de que os atores (sociais, econômicos e políticos) devem fortalecer a interação por meio da participação cívica e reforçar suas instituições para a implementação de processos com vistas à promoção do desenvolvimento territorial e da melhoria da qualidade de vida.

Para alcançar o objetivo geral e apontar caminhos para a análise da questão central que a tese intenciona demonstrar, foram traçados alguns métodos: pesquisar e analisar o referencial teórico e os aspectos jurídicos sobre indicações geográficas a partir dos casos da cachaça no Brasil e do salame na Argentina; realizar uma investigação em campo para coleta de dados e informações em Paraty e em Colônia Caroya a título de vivenciar o cotidiano dos

produtores e assim contribuir para a reflexão sobre a temática; analisar o referencial teórico sobre Capital Social, Teoria das Convenções e a questão da construção social da qualidade dos produtos com IG, aplicar o modelo CQFD desenvolvido por Sylvander (1991); refletir sobre o papel da agricultura e do desenvolvimento dos territórios com as IGs; pesquisar e descrever a produção de cachaça da cidade de Paraty no Brasil e a do salame de Colônia Caroya na Argentina a partir da bibliografia disponível e a sob a perspectiva dos próprios produtores.

Os objetivos específicos da tese são:

I – Contribuir na reflexão sobre a importância do capital social para o processo de solicitação do selo de IG,

II – Descrever dois casos distintos e apontar aspectos comuns e divergentes que são o caso da produção artesanal de Paraty e o de Colônia Caroya.

III – Contribuir na reflexão sobre as controvérsias que envolvem a questão das IGs.

IV – Aplicar o Modelo CQFD em conjunto com a Teoria das Convenções para traçar o perfil da qualidade dos produtos que são objetos da tese.

Analisar como o conceito de Indicações Geográficas para produtos agrícolas vem sendo apropriado pelos produtores no contexto contemporâneo contribui para as reflexões sobre o tema e também para a elaboração e aperfeiçoamento de políticas públicas para o setor. A busca por qualidade diferenciada e as mudanças no mercado, na economia e no comportamento dos consumidores tem sido a tônica de discussões teóricas de diversos autores, teses de mestrado e de doutorado. Assim, entre os caminhos observados para analisar a questão optou-se por utilizar a Sociologia Econômica incluindo a Teoria das Convenções como alternativa de abordagem teórica ao invés de se pautar a partir da Teoria Econômica Padrão. A escolha possibilitou lançar o olhar para os aspectos sociais entrelaçando-os com as questões econômicas, pois as IGs correspondem a um processo de qualificação com forte enraizamento cultural, revalorizando tradições, costumes e saberes associados aos bens imateriais de um território, os quais são de difícil transposição para outros espaços.

Sobre a reserva de capital social, pode-se dizer que esse conceito tomou notoriedade com a obra *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy* de Robert Putnam. O conceito diz respeito “a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas”(PUTNAM, 1996, p.177).

Putnam (1996) nos expõe que o capital social se refere a uma herança histórica, ou seja, o capital é produzido e ampliado de acordo com as experiências dos grupos, e que quanto mais os grupos utilizarem o mesmo, maior será a reserva da comunidade cívica. O capital social permite a existência de laços comunitários fortes que serão capazes de garantir a ação coletiva. Ao passo que esses laços se fortalecem, a confiança entre os membros é gerada assim como a cooperação e a reciprocidade. O indivíduo que adquire esse capital social não o desejará perde-lo e correr o risco de ser excluído.

A metodologia utilizada para a elaboração da tese se caracteriza quanto aos fins como qualitativa, descritiva e explicativa, com dados obtidos por meio de pesquisa de campo, análise bibliográfica, documental e estudo de casos. Segundo Vergara (2003, p.47), “a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou determinado fenômeno”.

A investigação explicativa e bibliográfica teve como objetivo justamente esclarecer quais os fatores que, a partir da IG e tendo a multifuncionalidade da agricultura e a qualidade transversalmente, contribuem para o desenvolvimento territorial rural. A pesquisa de campo se trata de uma investigação empírica que foi realizada em Paraty no Brasil onde os

produtores de cachaça artesanal receberam em 2007 o selo de indicação geográfica na modalidade de indicação de procedência (IP) e em Colônia Caroya na Argentina que é uma região produtora de vinhos, mas que vem se destacando pela elaboração de embutidos e, em especial, o salame, conforme a tradição trazida pelos imigrantes friulanos.

A escolha dos casos se deu pelas particularidades que os mesmos apresentaram. Foram observadas as experiências e os casos de IG no Brasil e na Argentina para que se pudessem fazer as escolhas. No Brasil o caso da cachaça foi o primeiro a solicitar o selo para uma bebida que carrega uma carga cultural importante para o país, além do forte apoio de instituições públicas e de ensino e pesquisa, além da articulação dos atores e tradição de produção na região. Na Argentina o caso do salame foi a primeira experiência realizada a partir da parceria com atores institucionais como o INTA (Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária), apoio da prefeitura de Colônia Caroya e da tradição friulana. Ambos os casos possuem essas características, de se constituírem como experiências pioneiras e o fato dos produtores se articularem intensamente para o processo de implementação de suas IGs. Dessa forma, a conclusão das escolhas é que as experiências poderiam contribuir para a reflexão sobre a temática. Trata-se de uma pesquisa que envolve a produção artesanal nos dois países conforme já citado, então, foram realizados dois estudos de casos distintos a fim de se buscar os dados empíricos, principalmente sobre os vínculos, as normas e a questão da confiança entre os atores para essa ação coletiva, ou seja, buscou-se observar a questão do capital social.

Segundo Cazella et al. (2009) na realização de pesquisas que tem como um dos eixos a questão da multifuncionalidade da agricultura, elas podem ser desenvolvidas em quatro escalas de análise as quais são interligadas. As quatro escalas são a família rural, o território, a sociedade e as políticas públicas. Para a tese a opção foi focar no território e destacar os aspectos sociais que poderiam influenciar na compreensão da IG enquanto uma ferramenta para não apenas agregar valor aos produtos, mas valorizar a tradição e a cultura das localidades, além dos vínculos e laços entre os atores.

Para o referido autor, o território é entendido como a unidade socioespacial onde se situam as famílias rurais, no nosso caso onde se situam os produtores de cachaça e os elaboradores de salame.

Para a pesquisa de campo foi utilizado um questionário misto, composto por questões de múltipla escolha e por questões abertas. As informações obtidas junto aos produtores foram complementadas com dados obtidos por meio de métodos qualitativos com a pesquisa em fontes secundárias e trabalhos acadêmicos. Dessa maneira, buscou-se uma análise o mais completa possível por meio de um processo de triangulação das informações.

Sobre os métodos qualitativos foram realizadas observações em campo, entrevistas parcialmente estruturadas além das anotações em um diário de campo. As entrevistas transcorreram a partir de diálogos com os produtores e representantes institucionais permitindo a expressão livre sobre as questões, mas direcionando para a tese. Todas as entrevistas e reuniões foram gravadas e transcritas.

Foi possível apontar caminhos sobre como os produtores compreendem o selo de reconhecimento de IG, sendo que nos dois casos como foram processos relativamente novos quando da realização da pesquisa de campo, então o entendimento sobre este ponto pode ser aprimorado em pesquisas futuras. O estudo implicou também compreender o conceito de IG e as diferenças entre Brasil e Argentina; a relevância da reserva de capital social para as iniciativas sociais de um território. Ainda sobre o referencial teórico com a Nova Sociologia Econômica e a Teoria das Convenções foi possível proporcionar uma análise alternativa e abrangente das questões que envolveram as redes sociais e o mundo rural.

A relação entre o que nos expõe Putnam (1996) sobre capital social nos aproxima para uma análise dos processos de ações coletiva como os de IGs. O que foi possível observar nos casos estudados na pesquisa de campo no Brasil e na Argentina foi que para a solicitação do

selo de IG, sendo esta uma iniciativa social, esses valores como confiança, cooperação, reciprocidade foram de suma importância para os grupos.

Sobre a questão da qualidade buscou-se trabalhar com o Modelo CQFD juntamente com a Teoria das Convenções. O modelo CQFD proposto inicialmente por Sylvander (1991) e aplicado por Tibério, Cristóvão e Fragata (2001) permitiu a análise das Características (C) físicas e tecnológicas que se podem observar com relação aos produtos, as ligações diretas e indiretas entre as dimensões da Qualidade (Q) que são percebidas pelo consumidor (organoléptica, higiênica e sanitária, nutricional, comercial e simbólica), os Fatores (F) de Qualidade (origem do produto, processo de elaboração, tradição, história, cultura, patrimônio) e os elementos de Identificação (D) do produto.

A tese está dividida em oito partes. A primeira parte consiste na introdução onde são apresentados os principais assuntos que serão tratados ao longo da tese. Sobre a fundamentação teórica, observa-se na segunda parte desta dissertação a questão das Indicações Geográficas traçando alguns aspectos históricos, conceituais e sobre a legislação. Na sequência se discute sobre as múltiplas funções da agricultura e logo depois sobre Desenvolvimento Territorial. Na última parte são apresentados os materiais e métodos, os resultados e discussões e, por fim as considerações e a conclusão. Por último as referências bibliográficas.

2. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

2.1. Construção das Indicações Geográficas: Como Surgem?

Esta parte do texto tem como objetivo apresentar os conceitos e as origens das indicações geográficas. Serão observadas algumas discussões acerca do tema e a relação com a abordagem de redes sociais a partir do suporte teórico da Sociologia Econômica. Este suporte permitiu observar os casos de IG como o resultado de uma rede de relações sociais entre atores sociais, econômicos e políticos, tendo como base o capital social. A Teoria das Convenções também foi utilizada como fundamento teórico e auxiliou nas análises das instituições e dos modelos transação.

Entre as discussões sobre os conceitos de IG e sua aplicabilidade, uma questão se coloca como proeminente que é o fato de que este instrumento valoriza a diversidade e a singularidade de produtos, e no caso da legislação brasileira também dos serviços, que estão fortemente enraizados em territórios específicos. A referida singularidade e diversidade dizem respeito, sobretudo, aos bens imateriais como o saber-fazer, o conhecimento tácito que é repassado ao longo do tempo e observado nos costumes, na tradição e na maneira de se produzir de uma comunidade, enfim, há uma herança cultural importante que deve ser destacada.

As Indicações Geográficas no Brasil são conceituadas como institutos da propriedade industrial que tem o objetivo de proteger e atestar uma característica peculiar de um produto ou serviço associados a uma determinada região, e também podem ser situadas como uma marca territorial (GURGEL, 2005).

A título de diferenciação a definição de propriedade intelectual segundo Barbosa (2003) *apud* Barbosa (2011, p.11) é a seguinte:

“(...) 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 todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.”

De acordo com Gurgel (2005), a Indicação Geográfica, no sentido de indicação de procedência do produto, remonta ao século IV AC, na Grécia, com os vinhos de Coríntio, de Ícaro, de Rhodes etc., no Império Romano com o mármore de Carrara, entre outros. Ao se retomar a história, observa-se que os países da Europa utilizaram as Indicações Geográficas como um instrumento de desenvolvimento local e da preservação da identidade cultural de determinadas comunidades, ligando os produtos protegidos ao capital social e humano como uma herança passada de geração em geração.

Os países europeus criaram legislações específicas para as IGs a partir do século XVIII. E em meados do século XX as IGs eram utilizadas enquanto uma ferramenta estratégica e política de proteção aos produtores europeus. O contexto histórico desses países era de reconstrução tendo em vista o momento de recém-saída da Guerra Mundial, no entanto,

um dos pontos para o desenvolvimento e apoio aos produtores foi a implementação de políticas públicas de incentivo e proteção.

Segundo Souza (2006), entre os países europeus, a França é o país que mais se destaca historicamente na regulamentação técnica e legal das Indicações Geográficas, principalmente com relação aos seus produtos lácteos, além dos vinhos. A experiência da França no estabelecimento das denominações de origem no século XVIII pode ser exemplificada quando se instituiu a primeira *Appellation d'origine, Châteauneuf-du-Pape*. Em 1935 foi aprovado o sistema jurídico para as denominações de origem e criado o *Institute Nacional de las Appellation de Origine* (INAO), que se vinculava ao Ministério de Agricultura.

O Ministério da Agricultura francês implementou quatro selos oficiais de qualidade com o intuito de promover o reconhecimento da qualidade dos alimentos e como estratégia de diferenciação, quais sejam: a Apelação de Origem Controlada ou *Appellations d'origine Controlée* (AOC), o Selo vermelho ou *Label Rouge*, a Agricultura Biológica ou AB, a Certificação de Conformidade de Produto ou CCP.

Segundo Brabet e Pallet (2005, p.19):

“(...) os selos oficiais de qualidade dos alimentos, franceses e europeus, menções ou logomarcas específicas colocados no produto foram implementados pelos poderes públicos como instrumento voluntários de identificação, diferenciação e valorização dos produtos alimentares junto aos consumidores.”

O Ministério francês da Agricultura incentivou a implementação do sistema de selos oficiais de qualidade da União Europeia e, esse sistema, inclui também quatro selos, que são Agricultura Biológica ou AB, Apelação de Origem Protegida ou AOP, Indicação Geográfica Protegida ou IGP e Atestação de Especificidade ou Especialidade Tradicional Garantida ou AS. O sistema europeu de selos oficiais de qualidade e o reconhecimento das denominações de origem se baseiam em acordos multilaterais ou bilaterais entre a União Europeia e os outros países. As indicações geográficas representam, na atualidade, diferenciais competitivos para diversos produtos, como por exemplo, o reconhecimento mundial da qualidade dos vinhos franceses, da tequila do México, dos vinhos de Mendoza na Argentina, da cachaça do Brasil, entre outros.

A partir da década de 1970, a União Europeia decidiu generalizar um sistema de qualificação e etiquetagem de seus territórios, com o intuito de relacionar produto ao território produtor e aos produtores que eram responsáveis pelo processo de elaboração. Eles seriam identificados por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção. CALDAS (2004).

O exemplo mais expressivo de denominação de origem é o caso dos vinhos produzidos pela Comunidade Europeia que, a partir de 1970, com o sistema de qualificação e etiquetagem, sistematizou, organizou e padronizou para a comercialização e promoção dos vinhos produzidos nesse continente. Alguns exemplos de vinhos com denominação de origem são os do Portugal da região do Porto e de Dão, de Bordeaux, de Provença e da Champanhe (França), de La Rioja, Ribera del Douro, Ribeiro (Espanha), entre outros.

Em comparação com os países da Europa, os países da América Latina possuem um número reduzido de IG reconhecidas. Sobre os produtos brasileiros podem-se citar o caso da cachaça de Paraty no Rio de Janeiro o qual é o objeto da pesquisa da tese e que recebeu o primeiro selo de Indicação de Procedência (IP) no país para aguardente de cana, do vinho do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul que foi a primeira IP reconhecida no Brasil, do queijo da Serra da Canastra, do café do cerrado de Minas Gerais, da carne do Pampa Gaúcho, das frutas de Pernambuco, entre outros. Observa-se no sítio do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual um total de 49 registros de IG no Brasil, entre produtos nacionais e

estrangeiros, sendo a última atualização no final de 2014 quando constavam 33 Indicações de Procedência (IP), oito Denominações de Origem (DO) nacionais e oito DO de outros países. Os produtos destas regiões apresentam traços que os diferenciam dos demais e, assim, ganham maior competitividade tanto no mercado nacional quanto no internacional.

Nos países periféricos, pode-se observar o caso da bebida Tequila que é produzida no México numa limitada zona do México *el agave* azul tequilana Weber, possui denominação de origem, sendo protegida desde 1974. Não obstante, a tequila está sujeita ao cumprimento de normas desde a Lei de Propriedade Industrial de 1942.

No Peru, as denominações de origem foram instituídas por meio do decreto legislativo 823 da Lei de Propriedade Industrial, artigo 218 que diz que é o Estado Peruano o titular das denominações de origem peruanas e sobre ela se concede autorização e uso.

Em 4 de março de 1992, a República da Bolívia autorizou ao Singani a utilização do uso da denominação de origem, a bebida é uma espécie de aguardente obtida a partir da destilação de vinhos de uvas moscatel frescas. Trata-se de um produto legítimo e exclusivo da produção agroindustrial boliviana na região de Porosí.

Na Venezuela, nos anos 2000, por meio da resolução 206 de 14 de novembro, o Chuao é reconhecido como denominação de origem. Trata-se de um produto obtido a partir do cacau produzido na zona de Chuao, que é uma região fundada na metade do século XVI.

No caso do Brasil, o decreto nº 4.042, publicado no Diário Oficial de 21/12/2001, esclarece que cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38% a 48% em volume, a 20° Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana de açúcar. Trata-se de um reconhecimento importante para se diferenciar do rum que é produzido em Cuba e em Porto Rico, e possui graduação alcoólica de 35% a 54% em volume, a 20° Celsius, sendo obtida do destilado alcoólico simples do melaço, total ou parcialmente em recipiente de carvalho. O mesmo decreto define também a caipirinha como bebida típica brasileira com graduação alcoólica de 15% a 36% a 20° Celsius, obtida exclusivamente com cachaça, acrescida de limão e açúcar.

O Brasil teve suas primeiras iniciativas de demarcação de territórios produtores a partir do estabelecimento do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCER) em 2005. O “Café do Cerrado” foi reconhecido pelo INPI com a segunda Indicação de Procedência do Brasil. O CACCER tem como papel a representação única de todos os produtores da região, conferindo a qualidade dos serviços, a padronização do produto, o controle de estoques, o marketing institucional, entre outros. A primeira denominação de origem do Brasil foi a do Vale dos Vinhedos, região localizada na Serra Gaúcha, onde se produz vinhos finos, nos municípios de Bento Gonçalves e Garibaldi, no estado do Rio Grande do Sul. No estado de Santa Catarina, também na região sul do Brasil, foi promulgada a lei 12.177, de 07/01/2002, que dispõe sobre a certificação de qualidade, origem e identificação de produtos agrícolas e de alimentos.

Com relação aos produtos brasileiros podem-se citar ainda o caso da cachaça de Paraty no Rio de Janeiro o qual é o objeto da proposta de tese, do vinho do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, do queijo da Serra da Canastra, do café do cerrado de Minas Gerais, da carne do Pampa Gaúcho, das frutas de Pernambuco e das flores de Santa Catarina e do Ceará, da cachaça de Salinas em Minas Gerais, entre outros. Os produtos destas regiões apresentam traços que os diferenciam dos demais e, assim, ganham maior competitividade tanto no mercado nacional quanto no internacional.

Retomando a questão sobre as origens das Indicações Geográficas, Caldas (2004) nos esclarece que após o encerramento da Cúpula de Cancun convocada pela Organização Mundial do Comércio (OMC), ficou estabelecido que os subsídios para os produtos agrícolas tanto da União Europeia quanto dos Estados Unidos não teriam aumento. Além deste ponto

também foi discutido a questão da segurança alimentar com destaque para a procedência dos produtos para consumo.

Diante dessas questões e de um novo estilo de consumo, uma das estratégias para alcançar mercados seria justamente informar ao consumidor o modo de produção, a forma de como é feito, a maneira utilizada para sua comercialização e a sua distribuição. Isto quer dizer que há uma demanda por informações por parte do consumidor no sentido de entender, em termos de produtos agrícolas e também de bebidas, como os mesmos são produzidos, por exemplo. Se a produção está pautada na sustentabilidade ambiental, se o comércio é feito por transações justas, na linha do comércio justo, e, se a logística de distribuição está pautada pela eficiência e eficácia, sem muitos intermediários, entre outros aspectos. Além de uma questão central que são as pessoas que trabalham em todos os elos da cadeia produtiva. O que se observa então é que esse “estilo” de consumo mundial, ou melhor, essa nova maneira de se consumir deve ser incorporada no processo de produção local, pois o conhecimento da procedência tornou-se uma exigência dos clientes e consumidores.

Conforme Caldas et al. (2005), a União Europeia defendeu na Cúpula de Cancun (2003) a adoção de regras mais precisas para regulamentar o rótulo de origem de alimentos e bebidas, seu objetivo era que a Organização Mundial do Comércio aumentasse o apoio as “indicações geográficas” principalmente a de 41 nomes de regiões produtoras de vinhos e de queijos. Um conflito percebido foi que, por exemplo, o vinho La Rioja, da Espanha poderia conseguir a exclusividade para utilizar o nome da região, e na Argentina há também uma região chamada La Rioja que ficaria proibida de utilizar o nome em seus vinhos.

A União Europeia, a partir da década de 1990, intensificou o uso de ferramentas de apoio às estratégias de diferenciação de produtos como as certificações. Estas funcionam como um atestado de conformidade que conferem ao produto ou serviço maior valorização e garantia de uma qualidade diferenciada. As IGs não constituem apenas instrumentos estratégicos para aumentar a competitividade e conseguir acesso a mercados, mas pode funcionar também como uma ferramenta política que reflete o desenvolvimento do território. Com relação aos produtos agrícolas, segundo Lages, Lagares e Braga (2005, p.13-14), o selo de reconhecimento funciona como:

“(...) ferramentas de valorização e garantia de qualidade diferenciada, mas não simplesmente meros instrumentos para se ter acesso a mercados, sobretudo uma ferramenta que reflete o desenvolvimento de uma nova “ruralidade” no Brasil, valorizando os territórios e resignificando a agricultura familiar que tem forte vinculação com seu lugar de origem e com seu passado.”

Na Europa existem milhares de produtos agropecuários que possuem selos de Indicação Geográfica, mas na América Latina ainda se trata de uma experiência recente. Tanto no Brasil e na Argentina quanto nos diversos países, a busca por reconhecimento de produtos e sua tutela jurídica com relação aos nomes geográficos promovem o reconhecimento de indicações nacionais e internacionais. Ocorre que com o seu estabelecimento aumenta o vínculo de confiança entre o produtor, o qual oferece a garantia de procedência de seus produtos, e cliente ou consumidor final que credita maior valor ao produto ou serviço na medida em que reconhece a qualidade dos mesmos. O consumidor demanda informação da origem e controle da produção. E o produtor precisa colocar seu produto no mercado e satisfazer seus consumidores e clientes com produtos ou serviços diferenciados.

Segundo Lages, Lagares e Braga (2005, p.12):

“Num cenário de mercados globalizados, os consumidores tem exigido maior clareza com relação aos produtos consumidos, principalmente os agroalimentares, o que tem mobilizado importantes embates no âmbito das instâncias regulatórias do comércio internacional. Os países da Comunidade Europeia, particularmente, tem se empenhado na construção de regras exigentes para o comércio mundial – consequência das recentes crises alimentares (mal da vaca louca, uso de aditivos e agrotóxicos ampliando casos de câncer entre outros), bem como estratégia de inserção competitiva de seus produtos. Controle sanitário rigoroso, rastreabilidade do processo produtivo e a promoção de produtos artesanais, biológicos, orgânicos em oposição a certa impessoalidade da grande indústria agroalimentar.”

Segundo Glass e Castro (2009, p. 11):

“De uma maneira geral, os consumidores sempre manifestaram interesse em conhecer a origem dos produtos, sobretudo os de função alimentar. Esse interesse vem crescendo à medida que aumenta a consciência sobre restrições ambientais e sobre a responsabilidade social quanto à produção e à segurança alimentar. Ademais, o consumidor está cada vez mais motivado a consumir produtos diferenciados pela sua singularidade e pela tradição, e com a garantia do modo de produção.”

O alto padrão de qualidade dos produtos acima citados com as respectivas indicações e certificações são o resultado da atuação conjunta de grupos de produtores de determinadas regiões ou territórios, organizados em associações. Esses produtores buscaram estabelecer e seguir padrões e características particulares, os quais tem relação com a tradição e com os aspectos climáticos e culturais do lugar. Esse “saber-fazer” carregado de cultura e tradição confere ao resultado desse trabalho, que é fruto de laços com diversos parceiros que se estabelecem em rede, seus traços de identidade ou signos distintivos.

Segundo Barbosa (2011, p.28):

“(...) a indicação geográfica foi sendo desenvolvida conforme produtores, comerciantes e consumidores começaram a perceber que alguns produtos de determinados lugares possuíam características singulares geralmente atribuídas a sua origem geográfica. E para diferenciá-los dos demais, passaram a denominá-los com o nome da região da qual estes se originavam.”

Quando uma determinada região recebe o selo de denominação de origem, funciona como um reconhecimento de distinção que organiza o território a partir da região produtora, o que pode romper com as fronteiras municipais. Dessa forma, ocorre uma nova configuração territorial a partir do processo produtivo local. As IG protegidas são formas de organizações territoriais, as quais tem o intuito de valorizar as potencialidades locais, sua organização e gestão territorial, que podem extrapolar inclusive os limites físicos de um município. (CALDAS et al., 2005)

Segundo Mafra (2008, p.11):

“...a implementação das IGs e seus resultados irão depender, em grande medida, da forma como cada região se apropria e explora essa

oportunidade e da capacidade de articulação dos atores locais na definição de critérios técnicos, políticos e econômicos (comerciais), além do contexto do mercado em que estiverem inseridos”.

Segundo Gollo e Castro (2008, p. 2): “as Indicações Geográficas apontam para a qualidade e a notoriedade como fatores distintivos dos produtos, agregando-lhes valor econômico e atribuindo-lhes reputação e identidade própria, o que os torna mais valioso.” Esse valor se traduz na qualidade, na padronização e na conformidade dos produtos acima citados com as respectivas indicações e certificações os quais representam o resultado do esforço e da atuação conjunta de grupos de produtores, de determinadas regiões ou territórios que estabelecem padrões e características comuns, formando uma espécie de teia de indivíduos que interagem uns com os outros. É importante ressaltar que essas características comuns tem relação com a tradição e com os aspectos climáticos e culturais do local, como se fossem traços de identidade ou signos distintivos.

Outro ponto é o capital social que emerge em uma rede de relacionamentos sociais, sendo um fator facilitador para promover a transformação e a mobilização dos atores para uma ação coletiva como a iniciativa de um projeto de IG. Nesse sentido, a confiança e a cooperação ocupam um papel central, pois é a confiança entre os membros do grupo que o fortalece à medida que seus membros podem contar com os recursos dos demais quando for necessário. Assim se gera a solidariedade de que se precisa para a mobilização conjunta. O tópico a seguir irá apresentar essa discussão sobre IGs, redes sociais e a emergência do capital social.

2.2. Indicações Geográficas de Produtos Rurais, Redes Sociais e Capital Social

Para que os produtores rurais, os quais podem possuir micro ou pequenos empreendimentos ou ainda serem proprietários de agroindústrias, obtenham o selo de reconhecimento de IG e se insiram de forma autônoma nos mercados, precisam atuar em uma rede de cooperação e se articularem com outros atores políticos, econômicos e sociais. Isso implica dizer que necessitam de uma reserva de capital social e de um incessante esforço de sociabilidade, e realizar trocas onde o reconhecimento é sempre afirmado e reafirmado conforme nos reforça Bourdieu (1999).

Os micros e pequenos empreendimentos enfrentam inúmeros desafios para se inserirem de forma autônoma nos mercados, pois muitos têm dificuldades de escala, altos custos de transação e distribuição de seus produtos frente a uma escala global de competição do agronegócio e de grandes produtores. O estabelecimento de laços e vínculos entre os atores locais pode representar um caminho para atuarem com uma força mais representativa para superarem os obstáculos.

A confiança e a cooperação são valores preciosos que devem estar presentes na formação de redes. Mas também, o conhecimento com outros atores mais distantes, representando um laço “fraco”, pode proporcionar um impulso no desenvolvimento de ações coletivas como os projetos de IG. O estabelecimento de laços quer sejam laços fracos ou fortes possui relevância para a discussão de redes que, segundo Granovetter (1973), pois a participação na rede influenciará o comportamento dos atores. Para o autor:

Se afirma que el grado de coincidencia entre dos sistemas individuales varía directamente según la fuerza que los une o vincula entre sí. Ha sido examinada la repercusión de este principio en la difusión de la influencia e información, la oportunidad de movilidad y la organización comunitaria. Se ha puesto el acento en el poder de unión de los lazos débiles. La mayoría de los modelos sistémicos

tratan, implícitamente, con los lazos fuertes, de este modo delimitan su aplicación a grupos pequeños y bien definidos. El énfasis en los lazos débiles lleva por sí mismo a la discusión de las relaciones entre los grupos y a analizar los segmentos de la estructura social que no quedan fácilmente definidos en términos de grupos primarios.(GRANOVETTER, 1973, p.1)

O conceito de *embeddedness* introduzido inicialmente por Polany (2000) e depois desenvolvido por Granovetter (1985) se aplica para a compreensão da IG, ao passo que esta se torna um dispositivo de enraizamento sociocultural dos produtos nos territórios. Como para o estabelecimento de um pedido do selo de reconhecimento faz-se necessário a articulação e associação entre diversos atores, conforme já exposto, estes atores precisam formar laços, sejam fortes ou fracos, que podem surgir a partir das experiências compartilhadas ou necessidades impostas pela situação o qual estão inseridos. A proximidade e experiências comuns podem incentivar o estabelecimento desses laços (GRANOVETTER, 1973).

A confiança que se estabelece entre os membros de uma rede é um aspecto essencial para os atores, pois a participação nesta rede de relações sociais daria ao ator acesso ao agregado de recursos possuídos pelos integrantes da mesma, como um suporte. Esse ponto nos aproxima da discussão sobre capital social introduzido inicialmente por Pierre Bourdieu. O capital social é capaz de gerar uma maior participação cívica, pois permite a inserção dos indivíduos em outras camadas da sociedade como, por exemplo, altas camadas de poder político e econômico, e que talvez ele não conseguisse acesso.

Em 1980 o sociólogo Pierre Bourdieu iniciou seu trabalho sobre capital social a partir dos estudos sobre a teoria da ação. Para o autor e conforme a teoria do senso prático, o indivíduo age de acordo com as exigências da vida prática, que demandam ações urgentes, ou seja, estruturas de ação que são assimiladas pela parte social e também por suas respostas pessoais a situações ao longo da vida. Bourdieu (1986) se mostra contrário à teoria da ação racional, onde os atores sociais agem racionalmente para atingir seus objetivos a partir de cálculos de maximização da utilidade. Para Bourdieu (1986) o capital social é um ativo individual que determina as diferenças de vantagens extraídas do capital econômico de um indivíduo, adquirido por meio de sua rede e das relações e influências que conseguiu estabelecer no decorrer de sua vida.

Segundo Bourdieu (1986) capital social é delimitado como um recurso derivado da mobilização de uma rede de relações sociais para fins particulares, ou seja, privados. Pode-se afirmar então que um indivíduo com capital social seria capaz de mobilizar uma rede de relações sociais que o ajudariam com seus objetivos. Um indivíduo ao participar de uma ampla rede o possibilitaria ter acesso ao agregado de recursos possuídos pelos outros integrantes da mesma. Sobre esse tipo de capital é correto afirmar que quanto mais é utilizado maior se torna. É claro que o volume de capital que o indivíduo conseguirá mobilizar é dependente do volume de capital que cada um dos outros membros possuem, e cada membro do grupo possui o suporte do capital social possuído coletivamente.

Capital social é conceituado para Bourdieu (1986) como um recurso individual como já dito, sendo passível então de utilização pela pessoa que o detém. Pierre Bourdieu foi o primeiro cientista social a tratar capital social como uma forma distinta de capital, sendo um recurso derivado de uma rede de relações sociais. James Coleman também escreveu sobre capital social, no entanto lançou mão de algumas contribuições de Bourdieu como o conceito de capital social como um recurso individual e, afirma que seria uma característica da estrutura do grupo. Para Coleman (1990, p.304) capital social é “definido como o conjunto de relações sociais em que um indivíduo se encontra inserido e que o ajudam a atingir objetivos

que, sem tais relações, seriam inalcançáveis ou somente alcançáveis a um custo mais elevado”.

Segundo Coleman (1988,1990) capital social pode ser definido então como sendo os aspectos estruturais inerentes às relações entre indivíduos, podendo assumir diferentes formas dentro da estrutura de relações sociais. Ele não está alocado nas pessoas e nem nos implementos físicos de produção, ou seja, é inerente à estrutura de relações entre as pessoas. A definição de Coleman nos permite melhor compreensão sobre como ocorrem as relações de confiança, favoráveis à ação coletiva organizada, que existem entre os indivíduos de um grupo.

Na perspectiva de Coleman(1990),há seis diferentes formas que o capital social pode assumir as quais são as obrigações, as expectativas e confiabilidade das estruturas; os canais de informação potenciais; as normas e as sanções efetivas; as relações de autoridade; as organizações sociais apropriáveis; e, a organização intencional. Todas essas formas podem facilitar a ação individual, quer seja pela forma de previsibilidade ou de coerção sobre os outros membros, seja por meio da mobilização ou apropriação de recursos e estruturas sociais que já existem e que tornariam possível a mobilização da estrutura de relações pelo membro da coletividade. Para o autor, essas formas de capital social consistem em aspectos da estrutura social e podem facilitar as ações das pessoas que fazem parte da estrutura.

As bases para a formulação de Coleman sobre capital social se aproximam da teoria de redes cuja ideia essencial é a de que o comportamento dos atores está alicerçado na rede de relações sociais que ele estabelece e/ou que ele mantém. Para o autor os indivíduos somente conseguem atingir alguns dos seus objetivos se cooperarem e agirem coletivamente. Seu comportamento muito mais do que guiado por interesses próprios ou pressionado por normas culturais, está ancorado na rede de relações sociais que ele estabelece e/ou mantém. Essa ideia de interação em rede se aproxima da noção de *embeddedness* de Granovetter (1985), segundo a qual as pessoas não se comportam ou decidem como átomos isolados totalmente fora do seu contexto social. Definitivamente, os indivíduos não são ou não estão desconectados e também não seguem um roteiro previamente preparado em função de sua posição social que venham a ocupar, mas, eles tentam atingir objetivos e buscam estar inseridos em sistemas reais e concretos de relações sociais.

Conforme nos expõe Granovetter (1985) a integração entre os membros de um grupo de atores gera modelos de expectativas de comportamento. Dessa forma, numa linha que seria considerada ideal, ou seja, quando existe *embeddedness* não existe problemas de ação coletiva, pois cada um tem conhecimento e pode prever o comportamento do outro e, assim ajustarem suas ações umas às outras para alcançarem resultados melhores para todos.

Conforme o conceito de capital social exposto por Coleman (1990) existem as relações de expectativas e obrigações entre os indivíduos que, em determinado momento das relações sociais, podem trocar favores, criar normas, estabelecer níveis de autoridade quando um indivíduo concorda em ceder ao outro o direito sobre suas ações em função de, por exemplo, uma compensação. O ponto de convergência nesses casos é justamente a confiança mútua presente e, dependendo do grau de confiança existente na estrutura social, pode ocorrer a formação de arranjos institucionais capazes de gerar o desenvolvimento econômico e social. Esses arranjos institucionais podem promover arranjos produtivos locais, ou mesmo, quando um território produtivo, por meio de seus produtores, buscar a IG de seus produtos e/ou serviços.

Segundo Nierdele (2009), a formação de redes de cooperação entre os atores e a interação destes com outras organizações e instituições da região é fundamental para a geração e agregação de valor nos territórios produtivos. As consequências disto podem vir na medida em que os produtores conseguem a redução dos custos de transação, por exemplo. O autor também nos chama a atenção para o fato de que a inovação não depende de um agente

individualizado, mas de redes sociais que interagem e cooperam. Portanto, as relações de confiança e de reciprocidade a partir do estabelecimento de laços e da formação de redes melhoram a eficiência dos atores favorecendo a construção e o êxito de um projeto de IG.

Segundo Caldas et al. (2005), a estrutura de uma denominação de origem ou de uma indicação de procedência tem como premissa a participação dos atores sociais que produzem numa determinada região. O funcionamento do sistema, no caso da denominação de origem, sugere a criação da agência de desenvolvimento e regulação, que terá como incumbência a operacionalização das deliberações do conselho regulador e fazer valer os estatutos, os quais deverão ser aprovados em assembleia geral, que é a instância máxima da estrutura administrativa da denominação de origem. O funcionamento das agências deverá ser em rede com um coordenador executivo, uma coordenação de controle e qualidade, uma coordenação de desenvolvimento tecnológico e uma coordenação de desenvolvimento local.

Para Caldas et al. (2005, p.14):

“As denominações de origem tem como um dos seus objetivos o investimento na base produtiva local, através da transferência de tecnologia, do incentivo à organização dos produtores, a sua capacitação, buscando o desenvolvimento da criatividade, do reconhecimento do trabalho realizado, elevando a autoestima dos atores sociais envolvidos em todos os processos da cadeia produtiva. A defesa do território produtor e do produto elaborado e da marca instituída de comunicação com o mercado sustentará todos os critérios de qualidade, sejam eles relacionados com a sustentabilidade institucional, econômica, ambiental, social, cultural e política, os quais serão acompanhados por sistema de indicadores de desenvolvimento sustentável.”

Para Barbosa (2011, p.41), o envolvimento dos atores sociais também é fundamental para o desenvolvimento de uma Marca Coletiva (MC) ou uma Indicação Geográfica (IG), pois:

(...) ao buscar se desenvolver uma MC ou uma IG é fundamental analisar criteriosamente as condições locais, observando o arranjo social local e as entidades coletivas existentes, o nível de qualidade dos produtos ou serviços, o potencial mercadológico do produto, assim como os custos de implantação e manutenção, entre outros.

Os temas sobre redes sociais, envolvimento e participação de diversos atores e capital social são recorrentes na discussão sobre o desenvolvimento territorial, porém também é bastante controverso devido às grandes dificuldades para obter representação quando se depara com um quadro de intensa desigualdade social, precariedade de condições de vida, instabilidade de relações de trabalho e a questão central que é a pobreza. Isto gera restrições e limites que, de certa maneira, impossibilitam a participação e representação na política e em espaços de concertação de boa parte do público-alvo a que se destinam as ações de desenvolvimento territorial, as quais poderiam ser impulsionadas com o reconhecimento de produtos tradicionais. O quadro se agrava quando se observa a lacuna em termos de herança cultural de valorização da integração e associação dos atores.

Segundo Putnam (2000), faz-se necessário conhecer as diferenças básicas da vida cívica de um território para que então se possa perceber o êxito ou o fracasso das instituições. Para o autor a relação entre o desempenho institucional e a comunidade cívica leva ao desenvolvimento do território. O que se pode afirmar então é que ao se tratar sobre a questão das IGs e o desenvolvimento do território, o engajamento da comunidade cívica é relevante

também para seu êxito ou mesmo seu fracasso. Conforme nos expõe Putnam (1996), em algumas regiões da Itália onde houve maior engajamento cívico ocorreu também maior desenvolvimento local, ao passo que em outras que apresentaram uma política desestruturada, uma vida social caracterizada pela fragmentação e pelo isolamento e uma cultura dominada pela desconfiança, as taxas de desenvolvimento foram menores. Para o autor é preciso perceber a herança histórica e cultural da região para se chegar a um nível satisfatório de engajamento cívico e de solidariedade social, e complementa a afirmar que um governo eficaz não deve simplesmente considerar as demandas de seus cidadãos, mas deve ser eficaz em relação a tais demandas.

Uma comunidade que tem preservadas suas raízes históricas e culturais e se constitui a partir de laços fortes configurando uma rede pode vir a ter um diferencial para impulsionar o desenvolvimento e obter êxito num projeto de IG. Um exemplo ocorre quando algum participante ou alguma instituição da comunidade pode ter um contato com um ator em outro espaço geográfico, e, justamente, esse laço, que pode não ser um vínculo forte como nos expõe Granovetter(1985),pode auxiliar toda a comunidade a continuar preservando suas tradições, mas também pode abrir caminhos para o reconhecimento dos produtos em outros mercados e gerar oportunidades de maior visibilidade e acesso a mercados.

Outra questão relevante na discussão de Indicações Geográficas é justamente o fato de que a busca pelo selo de reconhecimento tem desafiado o setor produtivo a produzir qualidade. Elas constam na pauta de discussões do comércio internacional assim como a questão da propriedade intelectual e o acesso a mercados.

Em outra parte do texto discutiremos este desafio colocado ao setor produtivo de produzir qualidade. O que se coloca neste momento é que se observa que a questão das IGs se entrelaça com a qualidade dos produtos e serviços, sendo esta internalizada no processo, ou seja, tornando-se endógena. No entanto, outra interrogação é compreender o que se convencionou como qualidade, e especificamente, a qualidade dos produtos e serviços (no caso do Brasil) que possuem o selo de IG.

Para Nierdele (2010) as IGs podem ser utilizadas como uma estratégia competitiva ao passo que a entrada desses produtos no mercado é norteada por um diferencial marcado não apenas pela qualidade, mas também pela inovação no processo produtivo e na forma de gestão. No entanto, observa-se um paradoxo na utilização do mesmo, pois num contexto de crise ele pode inibir a inovação devido ao forte enquadramento normativo a que os projetos estão submetidos, e por outro lado, os projetos IG se vinculam a uma inovação institucional associada a processos de modernização produtiva.O que por sua vez inclui a qualidade do processo, do produto e o envolvimento das pessoas.

Considerando os diferentes ambientes de mercado que valorizam produtos e serviços diferenciados, as estratégias competitivas que possuem como bases referenciais de qualidade ligados à origem, ao território e à forma de elaboração têm sido adotadas pelos produtores como um dispositivo de reconhecimento e de ingresso aos mercados. Os consumidores têm demandado produtos com qualidade elevada e para que isso seja possível tornam-se necessários indicadores ou sinais de qualidade. Quando não existe a possibilidade dos compradores fazerem a verificação da qualidade, observa-se que entidades independentes privadas ou públicas atestam e certificam a qualidade requerida do produto ou serviço. O cerne da questão a ser apresentado no próximo tópico é que quando se discute mercado e economia a referência é que estessão influenciados sobremaneira pelos aspectos sociais e o outro ponto é que a qualidade pode ser vista como uma construção social. Para compreender como funciona esta dinâmica optou-se em buscar como aporte teórico aSociologia Econômica e a Teoria das Convenções na sequência do texto.

2.3. Indicações Geográficas e a Nova Sociologia Econômica

Para tratar sobre a Nova Sociologia Econômica (NSE) e a Teoria das Convenções (TC) é preciso resgatar alguns aspectos históricos. A pressuposição inicial para compreender tanto a NSE quanto a TC é que a economia é um tipo de ação social. No entanto a teoria econômica padrão pouco oferece para refletir sobre o mundo dos micro e pequenos empreendimentos como são os casos de análise da tese que são a IG para cachaça de Paraty no Brasil e a IG do salame de Colônia Caroya na Argentina.

Para uma contextualização e para entender a afirmação de que a economia é um tipo de ação social pode-se recorrer a Steiner (2006, p.7) que nos coloca que:

“No fim do século XIX, a economia política se encontrava em uma situação desconfortável. Os últimos defensores da economia política clássica se opõem às diversas variações da escola histórica, e estes dois grupos são contrários a uma pequena minoria de economistas que desenvolvia a teoria da utilidade marginal (Jevons, Menger, Walras), quase sempre se apoiando em um matemático da economia política. O futuro reserva a estes últimos uma posição predominante, mas, naquele momento, sua situação era difícil, visto seu reduzido número e as dificuldades que encontravam para justificar o comportamento do agente econômico e o caráter estático da análise desse comportamento.”

Na segunda metade do século XIX, a economia anglo-saxônica norte-americana estava no seu auge e cada vez mais comprometida com uma visão do comportamento humano dissociado da sua vida social. Os pressupostos eram cada vez mais abstratos e teriam sido reconhecidos como modelos, no entanto na prática se tornavam cada vez mais normativos em relação à maneira de propor políticas para a vida econômica. O principal pressuposto era com relação à racionalidade do comportamento do ator. Em tese, o ator já teria suas preferências identificadas na vida e hierarquizadas. Portanto sua escolha seria fundamental para o cálculo da eficácia do investimento de tempo em relação a outro.

A visão era que o homem estaria circunscrito ao mundo individual onde teria consolidado suas prioridades na vida. Dessa maneira seria possível sujeitar a análise do comportamento humano a técnicas de cálculo de custos e benefícios. Neste sentido, não haveria necessidade de resgate do contexto histórico e muito menos da vida social. Esta linha seria plausível caso fosse visto como algo experimental.

A Sociologia Econômica surge então na virada do século XIX para o século XX, mas precisamente entre 1890 e 1920. Mostra as dificuldades e limites das abordagens econômicas convencionais na tentativa de explicar os fenômenos de que tratam. Uma questão fundamental de crítica por parte da sociologia econômica é com relação aos paradigmas neoclássicos que supõem um *Homo oeconomicus* que seria guiado pelo cálculo racional e pela maximização na relação de custo-benefício. Segundo Steiner (2006) com relação ao marginalismo, o autor nos expõe que este logrou impor-se sem encontrar resistência, com o intuito de acabar desaguando na teoria econômica *mainstream* contemporânea. O fato é que o marginalismo encontrou dificuldades ao se deparar com a escola clássica inglesa e também, por outro lado, alguns economistas buscavam uma abordagem mais histórica e mais institucional da economia.

Nesse período, a sociologia econômica era uma necessidade, pois havia limites na interpretação dos fatos sociais que a economia não conseguia superar e a junção com a sociologia poderia dar o aporte necessário. Assim, observa-se que não há como dissociar a economia da sociedade ou vice-versa.

Economistas como Pareto, Joseph Schumpeter, Thorstein Veblen, Max Weber; e sociólogos como Émile Durkheim reforçaram as ideias propostas pela Sociologia Econômica

segundo Steiner (2006). Eles são considerados os fundadores da Sociologia Econômica, mas também são alguns dos precursores da Sociologia Clássica.

Na perspectiva de Steiner (2006) a Sociologia Econômica é um campo do conhecimento que busca investigar os fenômenos econômicos fazendo uso de instrumentos e abordagens da Sociologia. Nessa abordagem os fatos econômicos são fatos sociais. Conforme o autor “o objetivo mais específico da Sociologia Econômica é analisar a construção social das relações de mercado (concebido de maneira ampla) e a origem (histórica) social dos fenômenos econômicos.” A principal diferença entre a Sociologia e a Economia reside na abordagem e na metodologia, pois a Economia se detém à análise abstrata formal e a Sociologia a abordagem histórica, empírica e o método indutivo que são aplicados de forma generalizada.

Em síntese, a Sociologia Econômica surge em parte pelo desconforto da economia política clássica que entra em conflito com a escola histórica. Esses dois grupos são contrários a uma minoria de economistas que desenvolvia a Teoria da Utilidade Marginal. A ideia era que a eficiência deveria vir em primeiro lugar sempre, e na perspectiva do “imperialismo econômico”, o homem ou o ator deveria fazer escolhas racionais relacionando de forma coerente os custos e os benefícios de tal escolha. Assim não haveria necessidade de história ou não precisaria conhecer nada sobre a vida social. Ele já teria suas preferências identificadas na vida às quais já estariam hierarquizadas, portanto a escolha seria apenas uma questão de calcular a eficácia do investimento de tempo em relação a outro. Esta é uma perspectiva do homem circunscrito ao mundo individual que tem consolidado suas prioridades na vida. Logo, seria relativamente possível sujeitar a análise do comportamento humano a técnicas e cálculos de custos e benefícios. Grande parte das Ciências Sociais incorporou esse enfoque, e a Sociologia Clássica durante esse período chegou a ter um enfoque social mais tímido.

Os estudos de Granovetter mostram o exemplo que utilizou para sua tese de doutoramento em que analisou como as pessoas conseguiam um emprego. O autor afirmou que o que caracteriza a busca de empregos utilizando meios formais é a falta de inserção em redes sociais, e ainda que, quando obtidos pelos meios formais são os que apresentavam pior remuneração em comparação com os que as pessoas conseguiam por intermédio de contatos. Esse estudo é um caso clássico de *embeddedness* da ação econômica em redes sociais.

Com a publicação da tese de doutorado de Granovetter na década de 1970 e de seus artigos sobre o tema observa-se que a nova sociologia econômica estabeleceu as ambições do seu enfoque, assim como a sua metodologia e o estudo da dinâmica dos mercados vistos como extrapolações de redes sociais. Os referidos artigos de Granovetter são os de 1985 com o título Ação Econômica e Estrutura Social - o problema de enraizamento; o segundo tem o título Instituições Econômicas como Construções Sociais de 1991 onde desenvolve o enfoque de redes sociais tomando como base na tradição sociológica de construtivismo; e, o terceiro artigo é de 1982 com o título A Força dos Laços Fracos onde introduz um conceito novo, já apresentado na tese, em relação às redes sociais e também é quando Granovetter destaca os atores situados em posições de interligação entre diferentes redes. Essas posições podem possibilitar grandes oportunidades e possibilidades para os atores, ao passo que faz a ligação com outras redes.

A inferência que se faz com relação aos projetos de IG com relação ao conceito de enraizamento é o fato de que a inserção em redes sociais e a posição de atores chave podem facilitar e promover a eficácia dos referidos projetos, e como extrapolação promovem o desenvolvimento do território. O homem possui paixões e nesse sentido suas ações podem não ser movidas essencialmente por cálculos instrumentais e utilitaristas. Existem outros motivos que tentam explicar o comportamento dos indivíduos com relação à economia, e, entre esses motivos, a sua inserção em grupos ou redes e os seus vínculos estão entre eles.

Steiner (2006) nos auxilia na compreensão do surgimento da Sociologia Econômica e segundo o autor, com Vilfredo Pareto foi possível tornar mais complexa a abordagem econômica ao passo que acrescentou as dimensões características do social. Para ele, a associação da teoria econômica e da teoria sociológica era indispensável para conferir à nova teoria econômica o lugar que lhe cabe, pois, é impossível estudar o fenômeno concreto em todas as suas dimensões devido ao fato de que estas são infinitas.

Outra proposição de Pareto descrita por Steiner (2006) é o fato de que o *Homem Oeconomicus* possui paixões, conforme já dito, o que pode resultar em escolhas aleatórias e produzir resultados os quais podem ser sensivelmente diferentes do previsto por que aceita a existência de outras formas de ação no seio do sistema de interdependência, como por exemplo, a questão do lobby e da corrupção.

Observa-se também que no enfoque durheimiano a existência e o funcionamento do mercado devem considerar as instituições e as representações sociais. Pode-se considerar a Sociologia como a ciência das instituições, ou seja, dos atos e das ideias que os indivíduos encontram instituídos e que, em maior ou menor medida, se impõem a eles. No enfoque de Durkheim, os fatos sociais são como maneiras de agir, de pensar e de sentir externas aos indivíduos, porém elas exercem um poder de coerção sobre eles.

Na concepção de Weber, esclarecida por Steiner (2006), o homem ou o ator confere um sentido e considera as ações de outros indivíduos para fazer sua escolha. Na sociologia weberiana, os motivos dos atores colocados em situação de interação devem ser colocados em primeiro plano.

Para Weber citado por Steiner (2006) o fato econômico é considerado como um fato social na medida em que a busca por bens escassos faz com que o agente considere os comportamentos dos outros agentes e o sentido que dão à sua ação. Essa ideia nos remete a refletir sobre a complementaridade da sociologia com a teoria marginalista.

Para Weber (1904, p.153) *apud* Steiner (2006, p.14) há três vertentes de trabalho:

“(1) análise da estrutura das relações socioeconômicas presentes nos fenômenos; (2) análise da formação histórica dessas relações; (3) análise de sua significação cultural. Aí encontramos a origem das três dimensões (analítica, histórica e cognitiva) da sociologia econômica contemporânea.”

Enfim, a análise realizada à luz da Sociologia Econômica dá ênfase às instituições e às ações econômicas. Steiner (2006) utiliza dois exemplos para mostrar a fecundidade da abordagem da Sociologia Econômica, o primeiro refere-se ao embasamento sociojurídico do mercado e o segundo trata das representações que atuam no consumo comercial. Para o autor, nos dois casos se está diante de teorias sempre vivas na sociologia econômica contemporânea.

O fenômeno da troca na Sociologia Econômica possui uma importância maior em comparação com a atenção dada pelos economistas, pois se observa que com Adam Smith em *A Riqueza das Nações* embora fizesse cálculos utilitaristas sobre a questão da divisão do trabalho e a especialização do homem, havia também as considerações morais. A questão abordada era que por mais que a sociedade mercantil fosse desigual, ela deveria melhorar a situação de todos, especialmente dos mais pobres. Para Granovetter (1985, 1991) a história revela que nem a economia tradicional foi totalmente desprovida de cálculos a exemplo da perspectiva de Adam Smith, e nem com relação à economia moderna se pode afirmar que esta não possui influências sociais. Para o autor, o homem, em maior ou menor grau, toma decisões estando inserido em redes sociais e isso é um fato, assim como estabelece normas e regras de conduta que as internaliza e influenciam no seu comportamento.

2.4. As Indicações Geográficas e a Teoria Das Convenções

Entre os autores que compõem o referencial teórico desta pesquisa, a opção por incluir a Teoria das Convenções teve com o objetivo obter uma melhor compreensão do mercado e suas interações, quer sejam sociais ou institucionais. O mercado e suas interações são resultantes das demandas por parte tanto dos produtores quanto dos consumidores, os quais (ambos) participam do processo de estabelecimento da qualidade dos bens disponibilizados ao mercado. Tanto os produtores quanto os consumidores ou clientes são considerados atores nessa dinâmica, que, entre outros aspectos, se insere a valorização e o aumento da demanda por bens com selo de IG.

Um ponto central na discussão da Teoria das Convenções é a noção de qualidade como uma convenção. Os produtos com selo de reconhecimento, especificamente com o selo de IG, indicam que esses bens possuem qualidade não apenas com relação ao resultado do processo produtivo. Observa-se que a preocupação com a qualidade ocorre ao longo de todo o processo, em todas as suas etapas. A qualidade constitui uma demanda que nos remete a regras e normas estabelecidas a partir de uma dinâmica de interações sociais no intuito de qualificar os produtos, as técnicas e até mesmo o próprio trabalho.

Conforme nos esclarece Wilkinson (1999, p. 72):

“A qualificação de produtos, por sua vez, pressupõe a qualificação do trabalho e das organizações envolvidas em sua produção. Esse processo recíproco está em forte contraste com a ideia neoclássica de transparência e autossuficiência do produto, onde o mecanismo de preços incorpora toda a informação requerida. Aqui, ao contrário, a qualidade do produto é interpretada à luz de uma avaliação dos produtores e organizações que subscrevem o produto. Tal controle de qualidade numa "economia da qualidade", afirmamos, é assegurado preferencialmente pela consolidação de redes e pelo desenvolvimento de relacionamentos baseados em confiança.”

Essas regras e normas podem ser o resultado de acordos estabelecidos entre as partes. Assim, a TC nos auxilia na compreensão dessas interações sociais que existem em todo o processo, bem como as relações de confiança e reconhecimento mútuo da qualidade dos produtos ofertados. Pode-se afirmar que esses produtos são o resultado de uma construção coletiva baseada em relações sociais pautadas pela confiança e não única e exclusivamente em regras burocráticas.

Ainda segundo Wilkinson (1999, p.67):

“A contribuição da Teoria das Convenções reside em sua elaboração original da noção de regras e das bases de coordenação dos atores, desenvolvida inicialmente como uma crítica à aplicação arbitrária desses conceitos pela teoria dos jogos. Para a teoria das convenções, as regras não são anteriores à ação, e tampouco são elaboradas de fora da ação, surgindo no interior do processo de coordenação dos atores. Mais especificamente, representam uma resposta a problemas que aparecem no interior de tal coordenação e deveriam ser entendidas como mecanismos de clarificação que também estão eles mesmos, abertos a desafios futuros. São, por isso, representações dinâmicas da negociação e, como tais, dependem da existência de pontos em comum entre os atores envolvidos.”

O termo convenções diz respeito às normas que surgem das interações sociais. A convenção emerge dos processos de coordenação e não o seu inverso. Essas normas não são provenientes de análises estratégicas ou fruto da decisão de uma autoridade burocrática. Elas

são o fruto das discussões de um grupo de atores que possuem a vontade de participar de uma ação coletiva.

As convenções surgem nos grupos e na vontade dos indivíduos de participarem de uma ação coletiva. Funcionam como dispositivos de conexão coletiva conectando um ator aos outros a partir das trocas de experiências e do compartilhamento de valores e vivências, formando assim as redes.

Sobre a origem da Teoria das Convenções (TC) pode-se afirmar que ela constitui uma alternativa à teoria econômica neoclássica e também é chamada por alguns autores como Economia das Convenções (EC). Esta teoria tem sido estudada pela escola francesa e tem sua origem na Teoria da Regulação (TR).

Em comparação com a TR, a TC possui uma visão mais ampla e geral para a análise da atividade econômica, saindo de uma análise mais específica, para uma teorização geral, ao passo que a abordagem regulacionista seria mais setorial. A TC surge com o trabalho seminal intitulado *De La Justification: les économies de les grandeurs*, produzido por Boltanski e Thévenot, em 1991, na França.

A conexão entre TC e TR tem seu início na França a partir de alguns estudos sobre trabalho e relação salarial, e a forma como os autores regulacionistas e convencionistas realizavam suas análises.

Para Nierdele (2010, p.74):

“...a teoria da regulação concentrou suas análises no desenvolvimento histórico-institucional em nível superestrutural, com um foco privilegiado no vínculo entre Mercado e Estado. Como decorrência, seu arcabouço analítico sempre apresentou alguma dificuldade em abordar as ligações entre estas mudanças institucionais em larga escala e os comportamentos individuais e coletivos dos atores sociais. Ademais, a herança braudeliana das análises regulacionistas acarretou uma desvalorização da ação situada e das sequências curtas em prol do posicionamento dos atores na história longa. Deste modo, inicialmente a EC estabeleceu-se como uma espécie de complemento da Teoria da Regulação no nível micro.”

A TR é uma teoria de corrente heterodoxa do pensamento econômico, de origem francesa e seu ponto central é a questão da regulação econômica. Ela busca explicar como se regula o regime de acumulação do capital, e corresponde a uma síntese crítica ao marxismo, ao keynesianismo e à própria história econômica.

Segundo Nascimento (1993) a TR surge com a tese de Michel Aglietta de 1974 intitulada *Regulação e Crises do Capitalismo*. A tese versa sobre regularidade e acumulação em longos períodos a partir da reflexão da história econômica e social dos Estados Unidos. O autor buscou compreender as formas segundo as quais se reproduzem as relações fundamentais da sociedade, buscou observar a origem das transformações sociais e de que forma se mantinha a estrutura determinante do modo de produção capitalista. O objetivo do estudo de Aglietta era compreender as transformações do capitalismo no século XX partindo de duas questões centrais que seria a mercadoria de um lado e por outro lado as relações salariais. Daí nasce a Escola Francesa de Regulação ou Teoria da Regulação.

A revisão teórica da história econômica e social dos EUA permitiu aos autores regulacionistas analisarem as normas e padrões de produção e consumo bem como as divergências nessas normas e padrões. O contexto histórico e social em que se desenvolveu o trabalho de Aglietta no interior da crise dos anos 1970 e também tendo como fundo as

divergências dessa crise, de certa forma impulsionaram a formação de grupos de pesquisa com o intuito de aprofundar a análise histórica, econômica e social.

Nascimento (1993, p.120) nos chama atenção ao fato de que *“o crescimento do capitalismo e suas crises cíclicas, bem como sua variedade no tempo e no espaço, vinculado às formas sociais em vigor, tornam-se para os regulacionistas o centro da análise econômica”*.

A TR descrita por Boyer (1990) parte do conceito de modo de produção, pois segundo o autor é este o que define a estrutura de uma sociedade. O conceito de modo de produção deixa explícitas as articulações entre relações sociais e organização econômica. Isto que dizer, segundo a abordagem regulacionista, que são essas relações sociais que regem a produção e a reprodução das condições materiais para a vida das pessoas em sociedade.

Para Boyer (1990, p.68) modo de produção designa:

“...toda forma específica das relações de produção e de trocas, ou seja, das relações sociais que regem a produção e a reprodução das condições materiais necessárias para a vida dos homens em sociedade”.

Entre os campos de interesse da TR, a relação salarial é a forma por meio da qual se estrutura o modo de produção capitalista, ao passo que dela deriva o próprio capital. Para Wilkinson (1999, p.1) a TC seria *“como um complemento no nível micro para a teoria da regulação em seu foco original na relação salarial.”* Ela deve ser observada como diferente da relação mercantil de produção de bens materiais. Existem duas condições que fundamentam a relação salarial. De um lado observa-se o desenvolvimento de trocas mercantis e de outro, os produtores dos próprios meios de produção que se classificariam como capitalistas. Aparentemente, pode-se perceber uma relação de troca entre duas partes, onde a força de trabalho é tida como mercadoria a ser transacionada no mercado. O ponto é que o valor de uso do trabalho é capaz de gerar valor e, somente sobre esse prisma é possível compreender sua outra vertente enquanto uma relação de produção.

Sobre a questão da contradição essencial do modo de produção capitalista escrita na abordagem regulacionista, Boyer (1990) nos diz que aqueles mesmos fatores que impulsionam a geração da mais-valia na produção, também comprometem a circulação e por consequência compromete a realização na esfera da circulação e ameaça a acumulação em geral, pois o sistema traz nele mesmo o germe da crise. Funciona como se houvesse a necessidade constante de transformação das relações sociais fundamentais, as quais assegurariam a um novo período de estabilidade e acumulação.

A entrada na discussão da TR se fez necessária para fazer um comparativo e analisar os pontos de divergência entre a TR e a TC. Uma questão central está na nova interpretação de como surgem as instituições e a análise das ações coletivas. O comportamento individual do ator não é o ponto de partida, mas o ambiente ou o campo em que este está inserido.

Wilkinson (1999) nos coloca que os convencionalistas tem como foco uma ação mais coletiva e não individualista. O interesse em utilizar a TC é justamente por buscar uma análise da ação coletiva e não tomar somente os atores individualmente. Em termos metodológicos, é correto afirmar que os convencionalistas saíram de um individualismo simplificado para uma caracterização mais institucionalmente situada da ação individual e coletiva. Por outro lado, os regulacionistas recuaram de uma interpretação funcionalista do ajuste dos atores para uma em que as instituições dão o contexto onde a rotina e o comportamento coletivo são desenvolvidos.

Segundo Wilkinson (1999, p.65), a TC:

“pode ser vista, por um ângulo, como um complemento no nível micro para a teoria da regulação em seu foco original na relação salarial,

mas também forjou seus conceitos num diálogo crítico constante com a teoria dos jogos. Por outro lado, em comum com as outras tradições "não padrão", a abordagem das convenções caracteriza-se por uma orientação fortemente interdisciplinar. Em particular, adota uma atitude metodológica associada à análise ator-rede de Callon e Latour, à medida que é explicitamente "interpretativa" e tem o ator como seu ponto de partida analítico."

A Teoria das Convenções foi proposta inicialmente a partir dos trabalhos de Boltanski e Thévenot (1991). Os autores descreveram em sua obra seis mundos comuns os quais seriam o mundo doméstico, da inspiração, o cívico, o mercantil, o industrial e o de renome (*Inspired, Domestic, Civic, Opinion, Market and Industrial*) Boltanski e Thévenot(1999).

Cada um dos mundos seria associado a um universo de objetos diversos. Eles funcionariam como uma ferramenta de análise de organizações reais, e que também permitiria compreender a forma como as firmas estabelecem seus compromissos, os quais seriam negociados entre os diferentes mundos. Outra análise possível de se realizar seria observar as diferentes formas de coordenação entre Estado e organizações, e também as relações entre produtores e consumidores. A análise teria como ponto inicial o reconhecimento de uma ordem de grandeza e conforme qual ordem, os atores partiriam para um processo de negociação pautado pelo princípio da equivalência. (DORIGON & RENK; 2011).

Segundo Boltanski e Thévenot (1999), as situações em que pessoas e coisas estão envolvidas em uma disputa chama-se momento crítico. Nessas circunstâncias as pessoas passam para um movimento reflexivo onde irão buscar justificativas para se chegar a um acordo e evitar a violência. Segundo os autores:

Um aspecto importante desse momento diz respeito ao estabelecimento de equivalência. A fim de criticar e esclarecer a alguém o que é que está ocorrendo de errado, é preciso mentalmente reunir diferentes grupos de pessoas e objetos e fazer conexões entre eles.

A operação de aproximar diferentes itens ou fatos deve ser justificada com a referência a um princípio de equivalência que esclareça o que eles têm em comum Logo as pessoas, ao buscar o acordo, precisam pôr em evidência uma convenção de equivalência que lhes é externa. Eles necessitam, por isso, de uma definição comum da forma de generalidade que permite conectar esta situação a outras identificadas como similares. A possibilidade de fazer referência a um princípio de equivalência é também um pré-requisito para qualquer cálculo. (BOLTANSKI e THÉVENOT, 1999, p.3).

Para os autores *op cit* (1999), estabelecer a equivalência é um aspecto essencial na forma que as pessoas utilizam para resolver uma situação problemática, que seria uma disputa por exemplo. Esse regime de justificação recebe o nome de regime de justiça. As pessoas também podem pautar seus argumentos em requisitos convencionais mais amplos. Quando as pessoas se defrontam nas situações com a necessidade de justificação, suas posturas devem se basear em uma grandeza legítima, mas isso não implica dizer que todas as formas de comportamento estão sob o único princípio de equivalência. Para Boltanski e Thévenot (1999), as pessoas irão ancorar seus argumentos de uma maneira mais amplos e irão submeter às qualificações desses requisitos a uma prova referente às convenções.

Segundo Boltanski e Thévenot (1991),pode-se dizer que os sistemas de representação que as pessoas compartilham os auxiliam na construção de regras de interação. Esses sistemas

que são compartilhados seriam as convenções Para os autores, os quais propuseram a TC, podem-se observar mundos comuns que são produzidos a partir dos mundos doméstico, industrial, comercial, cívico, renome e inspiração.

Os indivíduos se deparam em diversas situações em sua vida social que podem ser analisadas por meio do requisito de justificação da ação. Há também a situação em que as pessoas firmam um compromisso, nesse caso suas atitudes nos levam a pensar que existe um princípio superior no qual elas baseiam uma equivalência entre objetos de diferentes mundos. Quando ocorre uma ação coletiva coordenada pode-se relacionar diretamente com os sistemas que foram delineados pelos atores. Essas convenções, ou esses sistemas compartilhados, irão servir como um guia ou um quadro de referência que as pessoas utilizam na percepção, análise e solução das situações conflituosas ou problemáticas. Os sistemas auxiliam na elaboração de procedimentos, regras e normas de interação.

Para Boltanski e Thévenot (1991) as convenções se baseiam em princípios fundadores que são os “mundos”. Os autores descrevem seis mundos (Tabela 1) que funcionariam para descrever as justificações dos atores sociais frente às situações que se deparam ou se envolvem. Na descrição de Boltanski e Thévenot, eles relacionam os mundos, os princípios de ordem, os seres e coisas pertencentes a cada mundo. Para os autores, estes mundos são como construções históricas, e podem não fundamentar todas as justificações ao passo que outros podem estar surgindo, e ainda pode ocorrer uma questão híbrida.

Tabela 1. Mundos de Boltanski e as grandezas.

Mundos					
Inspiração	Doméstico	Cívico	De Opinião	Mercantil	Industrial
Modo de Avaliação (Grandeza)					
Graça, Não Conformismo, Criatividade	Estima, Reputação	Interesse Coletivo	Renome	Preço	Produtividade, Eficiência
Formato da Informação Pertinente					
Emocional	Oral, Exemplar, Anekdotico	Formal, Social	Semiótico	Monetário	Mensurável: Critérios Estatísticos
Relação Elementar					
Paixão	Confiança	Solidariedade	Reconhecimento	Troca	Vínculo Funcional
Qualificação Humana					
Criatividade, Ingenuidade	Autoridade	Igualdade	Celebridade	Desejo, Poder Aquisitivo	Competência Profissional, Perícia.

Fonte: Adaptado de Boltanski e Thévenot (1987).

As convenções ou os sistemas de representação possuem princípios fundadores que funcionam como “lógicas dominantes” para auxiliar na compreensão do comportamento dos atores. Observa-se então que nas lógicas imperativas ou dominantes há certa coerência que auxilia na justificação de algumas decisões tomadas pelos atores.

A Teoria das Convenções se define como uma corrente de pensamento que engloba sociologia, gestão e economia. Para o desenvolvimento da pesquisa sobre IG e a forma como os atores compreendem esse conceito, existem algumas ideias centrais como o fato de que o mercado para produtos com selo IG é uma alternativa aos produtores ao mercado convencional. Nesse mercado coexistem diferentes lógicas, isto quer dizer que há diferentes

racionalidades ou diferentes formas de pensar e estar no mundo. Por outro lado, isto se relaciona com a justificação que os produtores utilizam para assumirem determinadas posições o que irá ao encontro de suas estratégias individuais, mas que também podem ser coletivas. Os atores ao tomarem suas decisões e ao assumirem determinadas condutas, geralmente, estão inseridos em situações conflituosas ou de incerteza. Eles irão agir e se organizar para resolver a situação conforme o princípio de “grandeza”, ou seja, o que é grande que é o que é justo e adequado à situação seguindo a estratégia, conforme nos esclarece Boltanski e Thévenot (1991).

Num contexto de mercado de produtos com selo de IG existem uma série de incertezas como o preço a ser praticado no varejo e no atacado, a própria questão da adequação dos produtos no que se refere a qualidade e conformidade com as normas, entre outros. Pode-se supor que o produtor irá tomar decisões sobre comportamento, ações e estratégias conforme uma série de critérios, os quais se relacionam ao ambiente. Esses critérios estão relacionados como contexto, quais sejam: a questão da instabilidade e necessidade de mudança, a legislação, a tecnologia, os fatores sociais e culturais, a estabilidade econômica e financeira e a própria questão da motivação do produtor. O compromisso assumido entre os produtores ultrapassa a questão da “grandeza”, segundo postulado pela TC. O compromisso seria como um princípio superior comum a vários produtores e que permitirá que haja acordo entre os atores, se tornando maior que as questões particulares.

2.5. A Dinâmica da Qualidade no Mercado de Produtos com Selo de Indicação Geográfica

Este tópico parte da premissa de que os mercados são cada vez mais percebidos como construções sociais onde os atores criam e transacionam seus produtos diferenciados a partir de certos critérios. A diferenciação implica em fornecer não apenas um bem padrão, mas entregar um produto com determinadas características que são reconhecidas como de valor e com qualidade.

Observa-se que, quando se trata de bebidas ou de alimentos, a sociedade sinaliza a prioridade com a questão de conformidade com exigências de segurança alimentar e de sanidade; outro ponto diz respeito às propriedades organolépticas como, por exemplo, a cor, o sabor e o aspecto olfativo, além do valor nutricional e por fim a apresentação visual do produto. O que se pode afirmar é que quando se trata de qualidade existem percepções subjetivas e objetivas. E é exatamente este ponto que se constitui como um desafio para os produtores, fornecedores e comerciantes. Os consumidores e clientes estão mais atentos com relação à origem, à qualidade e ao processo de fabricação.

Com o intuito de reduzir a incerteza com relação aos aspectos mencionados, alguns produtores fazem uso de marcas coletivas além de buscarem também a certificação e o selo de origem como o caso das Indicações Geográficas. Num cenário de competitividade elevada, o selo de IG se traduz para o mercado como um sinal de valorização do território, do produtor local além do respeito às tradições e à cultura.

Conforme Tibério e Cristóvão (1998, p.49), entre as estratégias de desenvolvimento dos territórios, as políticas de promoção da qualidade dos produtos tem um lugar central, especialmente quando se trata de produtos tradicionais. Segundo os autores: *“a valorização destes produtos pela qualidade implica reconhecer que entre os agentes das cadeias produtivas existem diferentes interpretações do conceito de qualidade.”*

Segundo Sylvander (1991), os produtores e consumidores podem fazer uso de uma diversidade de indicadores para atestar a qualidade de um produto agroalimentar, e pode-se fazer a mesma inferência também no caso das bebidas. Quer seja um produto alimentar ou

uma bebida, pode-se afirmar que ele será o resultado de um processo de construção social que se dará ao longo de todas as etapas do processo produtivo, com os atores interligados em rede.

Segundo Tibério e Cristovão (1998, p.49) “a qualidade é um conceito de múltiplas dimensões, com significado distinto para os diferentes operadores das cadeias produtivas” e que existem pequenas diferenças entre vários autores que tem se debruçado sobre o conceito de qualidade agroalimentar. Tibério (2004) apresenta seis dimensões de importância relativa semelhante, que são: 1) Qualidade Organoléptica; 2) Qualidade Higiênica e Sanitária; 3) Qualidade Nutricional; 4) Qualidade Tecnológica; 5) Qualidade Comercial e de Serviço e; 6) Qualidade Simbólica.

O fato é que se percebe uma demanda por parte do mercado que se traduz numa busca da sociedade, e que inclui naturalmente consumidores, compradores, comerciantes e fornecedores por instituições que possam estabelecer e assegurar o cumprimento de normas de qualidade. A ideia funcionaria como se os produtos e serviços viessem com um “rótulo de produto confiável” e de “serviço garantido”.

Os atores locais têm um papel de articuladores e de valorização de seus produtos a partir do momento em que fortalecem os laços da cadeia produtiva. Dentro dessa perspectiva, os mercados locais são percebidos como construções sociais. Abramovay (2004) ressalta que a compreensão dessa questão passa por compreender a subjetividade dos agentes econômicos. Isto inclui entender a história, a diversidade e as representações mentais as quais os atores se relacionam uns com os outros. Esse tempo investido no relacionamento entre os atores possibilita o surgimento e o reforço da confiança para as transações e negociações, além do estabelecimento e cumprimento de contratos.

Conforme Tibério e Cristovão (1998, p.49) o paradigma da teoria econômica tradicional que tem como premissa a ação individual e a concorrência face qualquer forma de intervenção coletiva ou ainda a possibilidade de os regulamentos públicos garantirem a qualidade dos bens, não seriam suficientes para explicar como de fato o mercado funciona e a definição da qualidade dos bens que se enquadram nos regulamentos comunitários relativos à proteção do nome.

A proximidade dos atores econômicos e sociais num território pode facilitar a partir do estabelecimento dos laços que sejam fortes ou laços fracos, no sentido de Granovetter, irão contribuir para a construção de mercados de produtos diferenciados. Assim, esses produtos iriam reforçar a questão da identidade. Cada um dos atores possui seus próprios interesses e valores, mas também há uma coordenação e esses interesses e valores são compartilhados.

2.6A Construção Social da Qualidade

A Teoria das Convenções auxiliará na compreensão da qualidade como uma construção social, ao passo que permitirá analisar a forma de justificação que os atores econômicos e sociais utilizam para diferenciar seus produtos e serviços.

Conforme nos expõe Wilkinson (1999), a fundamentação da teoria das convenções traz o enraizamento do produto no tempo (tradição) e no espaço (lugar onde é produzido). Pode-se correlacionar essa ideia com os produtos que possuem selo de IG, pois estes possuem forte enraizamento no território onde são produzidos além da questão da tradição e o saber-fazer passado de geração em geração.

As empresas ou agroindústrias que são constituídas para formalizar a atividade de comercialização dos produtos com selo de IG, e também para poderem atender às exigências em termos de legislação, obs no campo e nos textos acadêmicos, uma forma local de regulação e com uma organização de mercado diversa da idealização da teoria econômica tradicional. A qualidade dos produtos e sua equivalência seriam asseguradas mais fortemente

pela confiança interpessoal, onde se torna uma regra ou instituição que foi estabelecida entre os atores para ser aplicada por todos no processo de fabricação (WILKINSON, 1999).

Segundo Tibério e Cristovão (1998, p.51):

A crescente industrialização e aumento da diversidade e diferenciação dos produtos, a que crescem problemas no funcionamento dos mercados, pelo fato de os operadores não possuírem as mesmas capacidades no acesso à informação sobre as condições de mercado e de avaliação da qualidade, colocam dificuldades aos economistas clássicos, defensores do modelo de mercado, quando confrontados com a definição da qualidade dos produtos. O alongamento dos circuitos de comercialização, e as dúvidas e incerteza sobre as condições de produção e transformação dos produtos, obrigam os atores econômicos a desenvolver estratégias que visem reduzir essa incerteza nas suas relações. A elaboração de normas e regras de funcionamento dos mercados agroalimentares são exemplos que se enquadram nesse tipo de estratégias.

Conforme atesta Sylvander (1991), para que um produto novo entre no mercado há uma série de articulações e negociações entre os atores. O ponto das discussões não é unicamente a questão do preço, mas antes o resultado de convenções em que participam produtores e consumidores. O que se pode afirmar, conforme a exposição de Tibério e Cristovão (1998, p.51) é que “*estamos em face ao afastamento da filosofia de mercado puro, em um quadro em que se enfatizam funções relacionadas com a informação e a pluralidade de formas de convenção na vida econômica*”.

A teoria da economia das convenções se diferencia da teoria clássica ao recorrer a outros mecanismos de coordenação, além da questão do preço para explicar como um produto entra no mercado. O caso dos produtos com selo de IG, onde as cadeias são regulamentadas, estes princípios podem ser aplicados, sobretudo quando se trata da construção e definição da qualidade entre os atores envolvidos nos processos de fabricação e certificação. Eles se formam laços que favorecem a realização dos objetivos comuns.

Além da questão da qualidade definida socialmente, as transações comerciais não podem funcionar sem que regras sejam estabelecidas e organizadas pelos atores, segundo os pressupostos da economia das convenções. Essas regras podem ter origens na regulamentação pública, em acordos entre empresas e entre profissionais.

Segundo Sylvander (1991) a coordenação das atividades econômicas e a construção da qualidade dos produtos basear-se-á em uma pluralidade de convenções de qualidade exógenas às leis do mercado, que intervêm na regulação das relações comerciais.

Os autores Boltanski e Thévenot (1991) propõem seis formas de convenção ou de coordenação exógenas às leis do mercado no que se refere à construção da qualidade. As convenções são: 1) Convenção doméstica; 2) Convenção mercantil; 3) Convenção industrial; 4) Convenção cívica; 5) Convenção de opinião ou de reputação; e 6) Convenção de inspiração (Tabela 2).

As formas de convenção presentes na Tabela 2 evidenciam diferentes mecanismos de apreciação e definição da qualidade de um produto numa rede de atores.

Tabela 2. Formas de convenção.

Convenção	
Doméstica “Ordem de Confiança”	
I. Resulta de ligações duráveis entre atores econômicos	II. A construção da qualidade assenta-se no estabelecimento de ligações duráveis entre atores econômicos. Trata-se de relações baseadas na tradição na confiança em torno de pessoas ou marcas e que se estabelecem como referência a transações feitas no passado
Mercantil “Ordem da Concorrência”	
I. Resulta do funcionamento normal do mercado	II. Estamos em presença do modelo de troca mercantil puro. Os atores avaliam diretamente a qualidade dos bens durante as transações. A qualidade é definida através do funcionamento do mercado e o preço é o indicador privilegiado
Industrial “Ordem da Eficiência”	
I. Referência a normas padrão	II. Os bens são definidos por regras e normas objetivas que contribuem para regular as trocas e as relações entre agentes econômicos. Estes julgam a qualidade relativamente a essas normas técnicas definidas e implementadas. Existem normas exteriores e procedimentos de controle e certificação por terceiros, pelas quais os atores verificam a capacidade de uns e outros se coordenarem, o que contribui para regular as relações entre si, tendo como referência essas normas.
Cívica “Ordem do Coletivo”	
I. Adesão de um conjunto de atores a um corpo de princípios sociais e valores públicos	II. A defesa de uma região, do ambiente, de um setor, são valores da sociedade que na atualidade mobilizam os atores no sentido de um objetivo comum e contribuem para definir a qualidade dos produtos que transacionam para estruturar as suas relações económicas. Esta forma de coordenação assenta-se na solidariedade coletiva e as relações são feitas de debate
Opinião ou Reputação “Ordem do Renome”	
I. Baseada na notoriedade, na confiança ou na marca	II. Na definição da qualidade os agentes económicos têm consideração, sobretudo, a notoriedade e reputação do produto, da marca ou da empresa
Inspiração “Ordem da Inovação”	
I. Baseada na adesão à emergência de ideias originais e inovadoras	II. Os agentes económicos julgam os bens pelo seu grau de inovação e carácter vanguardista

Fonte: Adaptado de Tibério e Cristóvão (1998, p.52).

2.7. Qualidade, Inovação e Tipicidade

A qualidade dos produtos agroalimentares é uma questão subjetiva e mesmo contraditória, pois dependerá de inúmeros critérios. Para Bérard e Marchenay (1995) a qualidade é uma convenção social, logo relativa e contextual.

Segundo Tibério (2004) um produto específico deve:

- I - ter características diferentes do produto substituto ou corrente;
- II - ser percebido como diferente pelo consumidor;
- III - a tecnologia de produção e a designação usada devem ser diferentes do nome do produto corrente.

Conforme Tibério e Cristóvão (1998, p.57):

“As características específicas dos produtos tradicionais em geral, e dos DOP/IGP em particular, podem ainda agrupar-se entre: i) as que o consumidor identifica e avalia na presença do produto (textura, frescor, gordura, tenacidade, tamanho, cor, sabor) e ii) as que, sendo afirmadas pelos produtores ou vendedores e apreciadas pelos consumidores, não podem ser verificadas no ato da compra (raça, sistema e tecnologia de produção, origem, tradição, natural, biológico). A insuficiência de critérios de avaliação das características do produto no ato da compra obriga o comprador/consumidor a estabelecer a ligação entre a qualidade (Q) do produto e a representação que faz dos seus fatores (F) de produção. Usando meios de divulgação diversos, produtores e vendedores fazem acompanhar comercialmente os seus produtos de referências aos fatores, ao sistema ou ao modo particular de produção. Se o comprador for um conhecedor (relação próxima com a produção ou região de produção), ou estiver em contato direto com o seu vendedor (relação de proximidade com o agricultor), pode ter meios imediatos de avaliação dos fatores técnicos de produção. Caso contrário, uma identificação (D) presente no produto, como a qualificação DOP/IGP ou marca de certificação, funciona como importante elemento de afirmação e garantia de qualidade”.

A proteção que se obtém com o selo de Denominação de Origem ou de Indicação de Procedência e o consequente processo de certificação e controle torna-se fundamental para atestar e garantir o perfil da qualidade dos produtos com os referidos selos e dessa maneira, contribuir para que os consumidores e clientes possam perceber a relevância da origem na definição desse perfil de qualidade.

2.8. Qualidade, Diferenciação e Origem dos Produtos com Selo de IG

Na economia clássica observa-se que o preço seria o principal elemento para atestar que um determinado produto é de qualidade superior ou não. Geralmente, observa-se no cotidiano que os consumidores e clientes quando se deparam com um produto que apresenta um preço elevado, a associação feita seria que se é mais caro é devido à qualidade do bem. Entretanto, conforme nos coloca Sylvander (1994) há outros elementos que podem ser usados,

de maneira isolada ou combinada, como instrumentos de garantia de qualidade. A certificação, as denominações de origem, a marca (individual ou coletiva), além da questão da confiança no produtor ou vendedor podem ser exemplos de que a qualidade não se mede única e exclusivamente pelo preço. Então, a economia não deve ser reduzida a questão de sinalização dos preços nos mercados, precisa se apoiar em uma diversidade de instituições econômicas e sociais. E, por outro lado, a qualidade é uma questão mais subjetiva que simplesmente determinada pelo preço do bem.

Segundo Tibério, Cristovão e Fragata (2001, p.1):

A teoria económica "standard" assenta no princípio básico de que a coordenação da actividade económica se faz através do funcionamento do mercado, sendo o preço o seu principal regulador. As qualidades dos bens estariam, assim, perfeitamente definidas e os actores económicos poderiam classificá-los em função das suas preferências e otimizar a sua utilidade. A concorrência entre os operadores de mercado seria, então, a melhor forma de coordenação para garantir a qualidade dos bens, sendo aqueles os únicos juizes da qualidade e o preço de mercado o elemento central de coordenação económica.

Para Tibério e Cristovão (1998, p.57): “a qualidade não se decreta, constrói-se, dá-se a conhecer, atesta-se e garante-se.” De acordo com a observação feita na pesquisa dos autores, é possível notar que na dinâmica do mercado cada ator (consumidor, produtor, fornecedor e distribuidor) possui uma perspectiva diversa com relação à qualidade:

“... produtores e transformadores tendem a dar preferência às relações de confiança com os clientes ou às marcas próprias, como forma de informar e garantir a qualidade dos seus produtos. Para os operadores da distribuição, as qualificações são garantia da origem e autenticidade do produto, da tradicionalidade e de segurança para o consumidor. Porém, na relação com os fornecedores recorrem a elementos da dimensão comercial, como o aspecto e aparência do produto, o preço ou a referência à região de origem, como principais elementos de avaliação da qualidade dos produtos adquiridos. Por sua vez, os consumidores valorizam, sobretudo, a confiança no produtor ou vendedor, em detrimento das qualificações que, apesar de tudo, informam sobre as características dos produtos e do seu modo de produção, garantindo que o sistema de produção é controlado e certificado por organismo independente.”

Ainda segundo a pesquisa de Tibério e Cristovão (1991, p.58):

“Os produtos tradicionais com nome protegido estão particularmente bem posicionados para responder às novas exigências do consumidor, pois são percebidos por estes como produtos de elevada qualidade, seguros, que inspiram confiança e caracterizados por baixos níveis de industrialização.”

Num mundo de relações econômicas globalizadas, as indicações geográficas possibilitam salvaguardar características locais e regionais dos produtos e serviços, valorizando e atestando seus níveis de qualidade, os quais são frutos de um esforço coletivo e

dos fatores naturais de um determinado território, entre outros. A seguir será apresentado o Modelo CQFD desenvolvido por Sylvander e relacioná-lo com as convenções de qualidade.

2.9. O Modelo CQFD e as Convenções de Qualidade

Para Tibério, Cristovão e Fragata (2001) as questões que envolvem a qualidade dos produtos agrícolas e agroalimentares têm ganhado importância nos últimos anos devido, principalmente, a dois conjuntos de fatores que são a crise da agricultura produtivista e a evolução contemporânea do setor agroalimentar. Sobre o último fator a evolução se refere ao processo de industrialização e mecanização o qual proporcionou um salto em termos de produtividade e eficiência. Se por um lado observam-se essas mudanças, quando se lança o olhar na perspectiva do consumidor, percebe-se um aumento da incerteza e da desconfiança no que se refere às condições de produção e elaboração dos produtos além da qualidade dos mesmos.

O modelo CQFD, proposto inicialmente por Sylvander (1991) *apud* Tibério, Cristovão e Fragata (2001) permite que se observem as Características (C) físicas e tecnológicas que se podem observar com relação aos produtos, as ligações diretas e indiretas entre as dimensões da Qualidade (Q) que são percebidas pelo consumidor (organoléptica, higiênica e sanitária, nutricional, comercial e simbólica), os Fatores (F) de Qualidade (origem do produto, processo de elaboração, tradição, história, cultura, patrimônio) e os elementos de Identificação (D) do produto (preço, aparência, confiança, marca, certificação, entre outros) (BOUQUERY, 1994).

Dessa forma, a utilização do modelo CQFD pode ser uma forma de diminuir a incerteza com relação à questão da qualidade dos produtos. O referido modelo permite descrever e analisar as convenções utilizadas pelos atores em suas transações, segundo Tibério e Cristovão (1998).

As legislações sobre Indicações Geográficas tanto do Brasil e da Argentina, especificamente, quanto de outros países permitem aos produtores e consumidores estreitarem os laços com relação à confiança. Adquirir produtos com selo de IG transmite a ideia de que aquele bem passou por um processo de reconhecimento e valorização além da questão da rastreabilidade do processo de produção ou elaboração do mesmo. Assim, o produtor além de ter sua tradição reconhecida e valorizada também é creditado pelo aumento da confiança do consumidor que busca algo que lhe traga satisfação do seu desejo ou de sua necessidade.

Na teoria econômica padrão nos coloca que o preço é o principal regulador do mercado funcionando por meio da livre concorrência, e que assim, as qualidades dos produtos estariam definidas e os atores econômicos poderiam classificá-los de acordo com suas preferências. A livre concorrência permitiria a melhor forma de coordenação a fim de garantir a qualidade dos bens, sendo que os atores iriam julgá-la e o preço de mercado o regulador central. (TIBÉRIO, CRISTOVÃO E FRAGATA; 2001).

Inúmeras críticas têm surgido com relação à ideia exposta no parágrafo anterior. Observa-se nas teorias modernas que o mercado não pode funcionar sem que haja uma definição prévia da qualidade dos produtos. Para tanto há diversas instituições que podem atestar as características técnicas e atestar a qualidade dos bens.

Conforme já observado anteriormente, para a Teoria das Convenções (TC) o preço não é o único regulador do mercado e representa uma alternativa à Teoria Econômica Padrão. Para a TC existem diversas convenções de qualidade que são exógenas às leis que regem os mercados. A partir da análise dos mecanismos institucionais que interferem no comportamento dos atores, podem-se compreender melhor como essas convenções influenciam na coordenação das trocas. A TC contribui com relação aos problemas de coordenação que afetam o funcionamento dos mercados, pois ela apresenta alguns elementos de solução ao passo que descreve os diferentes tipos ou “formas de coordenação” que

auxiliam na regulação entre os atores. (SYLVANDER, 1992 *apud* TIBERIO, CRISTOVÃO E FRAGATTA, 2001) (NIERDELE, 2010) (BOUQUERY,1994) (BOLTANSKI e THÉVENOT, 1991).

A qualidade dos produtos é definida de forma endógena e é fruto de uma construção social dos atores. As normas e instituições que vão definir os tipos específicos de qualidade e introduzirem os controles representam, entre outras, uma vontade de criar uma proteção de alguns setores artesanais com produtos tradicionais, por exemplo. A necessidade de introduzir regras e normas comuns parte, inclusive, dos atores e, o preço é somente um dos critérios a serem utilizados para definir o produto. (SYLVANDER, 1993 *apud* TIBÉRIO, CRISTOVÃO, FRAGATA, 2001)

Bouquery (1994) nos coloca que o modelo CQFD apresenta as ligações entre as dimensões da qualidade percebida pelo consumidor, as características dos produtos, os fatores de qualidade e a base de identificação ou Garantia de qualidade. A Tabela 3 apresenta mais claramente os significados do CQFD:

Tabela 3. O modelo CQFD.

Letra	Definição
C	Conjunto de características técnicas e econômicas que caracterizam o produto
Q	Percepção da qualidade por parte do consumidor, em suas múltiplas dimensões
F	Fatores ou origem das qualidades
D	Base de identificação que se refere aos diferentes mecanismos de garantia da qualidade

Fonte: Adaptado de Tibério, Cristóvão e Fragata (2001).

Há uma lacuna entre a qualidade percebida pelo consumidor e o perfil de qualidade definido pelas relações entre os atores econômicos e sociais durante as transações. Esta lacuna cria uma dificuldade justamente neste ponto que é entre a percepção da qualidade pelos atores (Q) e as características técnicas dos produtos (C).

Constitui-se um desafio assegurar que os produtos ou bens fornecidos correspondam às qualidades que os consumidores ou clientes esperam e procuram. Nesta avaliação e percepção da qualidade por parte dos consumidores, existem aqueles que possuem alguns sentidos mais aguçados como a visão, o olfato e o tato, no caso de se fazer uma avaliação do produto ou do bem, mas isso certamente não ocorrerá em todos no momento de se decidir pela compra ou não. E ainda pode não ser possível verificar as outras dimensões da qualidade de forma correta.

Existe também a possibilidade do consumidor ou cliente avaliar negativamente características que são consideradas positivas, ou por outro lado, avaliar positivamente as características negativas, sobretudo quando se trata de um mercado bastante concorrido. O modelo CQFD pode permitir que se ultrapassem estas questões. A Tabela 4 a seguir mostra a relação entre os modelos de transação (Modelo CQFD) e as diversas formas de convenção, tendo em vista a Teoria das Convenções.

As formas de coordenação ou as convenções conforme proposto por Boltanski e Thévenot (1987) nos permite melhor compreensão do comportamento dos atores os quais para justificar suas ações utilizam diversas “ordens de grandeza”, e a proposta do modelo CQFD nos auxilia na determinação da qualidade dos bens. A comparação entre as propostas

apresenta as formas de coordenação e a convenção relacionada. Assim, os princípios da Teoria das Convenções com relação à pluralidade das convenções de qualidade e formas de coordenação, e o Modelo CQFD servem de suporte teórico para a realização da análise empírica efetuada nos casos da cachaça de Paraty no Brasil e do salame de Colônia Caroya na Argentina.

Tabela 4. Modelos de transação e formas de coordenação.

Modelos de Transação	Forma de Coordenação	Características
C - Q	Aspecto, gosto, peso; produto conforme regulamentação; incerteza média; necessidade de competência por parte do consumidor	Convenção mercantil
C - Q - D	Etiquetagem informativa; caderno de especificações e controle de qualidade; vontade de reduzir a incerteza	
C - Q - F - D	Normalização e gestão; forte exigência qualitativa; marca de qualidade oficial gerida; produtos de qualidade certificada	Convenção industrial
Q - F - D	Marca de qualidade não administrada; notoriedade; forte exigência qualitativa; vontade de reduzir a incerteza	
Q - D	Reputação; marca com ou sem “selo” de qualidade; marcas nacionais líderes; segurança e garantia de qualidade; incerteza reduzida	Convenção de opinião ou de renome; convenção doméstica
Q - F	Produtos locais e artesanais; baixa homogeneidade e normalização; exigência qualitativa elevada; incerteza elevada; contato direto com o produtor ou vendedor.	Convenção doméstica

Fonte: Adaptado de Tibério (2003); e Tibério e Cristovão (1998).

Segundo Tibério e Cristovão (1998) a matéria prima, a tecnologia de produção, o território e a questão da permanência no tempo são fatores que vão conferir a especificidade dos produtos com nome protegido. No nosso caso da legislação do Brasil e da Argentina, pode-se fazer referência aos produtos com selo de IG, os quais para receberem o reconhecimento também constituem fatores a serem observados quando do processo para obtenção do selo.

Os clientes ou consumidores quando vão em busca de bens produzidos em regiões específicas, na realidade buscam um produto regional ou típico e tradicional. Essa tradicionalidade e a tipicidade são o resultado de serem percebidos como produtos diferentes, que irão refletir a cultura do território onde são produzidos. Tibério e Cristovão (1998) nos esclarecem que com relação a produtos típicos e regionais, tanto a produção quanto o consumo devem respeitar as tradições locais, e que se deve realizar um esforço no sentido de sua preservação em si tratando de produtos artesanais. Para os referidos autores:

“As características específicas dos produtos tradicionais em geral, e dos DOP/IGP em particular, podem ainda dividir-se em dois grupos:

i) aquelas que o consumidor identifica e avalia na presença do produto (textura, frescura, gordura, tenrura, calibre, cor, sabor...); e ii) as que são afirmadas pelos produtores ou vendedores (e apreciadas pelos consumidores) mas não podem ser verificadas no ato da compra (raça, sistema e tecnologia de produção, origem, tradição, natural, biológico...). Esta constatação obriga a recorrer a outros elementos do modelo CQFD para avaliar a especificidade e qualidade dos produtos DOP/IGP e a activação de diferentes modelos de transação... (TIBÉRIO e CRISTOVÃO, 1998, p.12)”

Quando no ato da compra por parte dos consumidores há uma limitação em termos de critérios a serem observados para se proceda a avaliação dos produtos com relação à qualidade (Q), os vendedores, para terem seus produtos melhor avaliados estabelecem uma ligação com os fatores de produção. Essa associação é feita quando, por exemplo, observam-se algumas expressões como “mel puro da montanha”, “queijo produzido de maneira artesanal”, “queijo da serra da canastra”, “cachaça artesanal de Paraty”, “salame artesanal de Colônia Caroya”, entre outros exemplos. No entanto quando o comprador/consumidor tiver uma relação de proximidade com a produção ou a região produtora, ou ainda possuir uma relação direta com o vendedor, pode-se então conseguir meios mais diretos para avaliar os fatores de produção, ou pode-se ter como recurso uma identificação (D) que está no rótulo similar a uma marca de qualidade (os selos de IG/DO) e talvez uma marca de certificação como os concedidos por Institutos de Medidas.

Sobre a questão da tipicidade, proteção e inovação Tibério e Cristovão (1998, p.12) nos colocam que:

A atividade agrícola e agroalimentar tradicional ou artesanal tende a incorporar, com maior ou menor intensidade, novas tecnologias e processos de modernização. Os produtos agroalimentares tradicionais baseiam a sua especificidade e tipicidade em determinadas características particulares de raiz técnicas ou simbólicas. Em casos concretos, o desenvolvimento da fileira dos produtos com nome protegido é acompanhado de processos de inovação que podem originar perda de tradicionalidade e tipicidade dos produtos.

A inovação é o resultado de compromissos entre efeitos mais ou menos desejados, com efeitos positivos e negativos no perfil de qualidades dos produtos. Quando se modifica e melhora uma característica podem alterar-se outras, com implicações nas qualidades.

Quando o produtor busca realizar uma inovação podem ocorrer efeitos mais ou menos desejados. Pode influenciar, por exemplo, no perfil de qualidades quando ocorre a introdução de um ingrediente novo e diferente do habitual, novas variedades de vegetais, mudanças nas práticas de produção e elaboração dos produtos e também transformações devido à modernização tecnológica. Todos esses fatores podem comprometer a questão da tipicidade e originalidade, os quais por sua vez irão influenciar na percepção do consumidor.

Ainda com relação ao perfil de qualidades, o aspecto simbólico desempenha um papel importante em si tratando de produtos protegidos com selo de reconhecimento que funcionam como elementos de comunicação e informação. Os produtores e elaboradores atribuem alto

grau de importância a esse aspecto e do lado dos compradores e consumidores ocorre também essa receptividade com relação a este ponto.

Sobre as origens e a relação com o território os quais se relacionam com o perfil de qualidades, e também os quais exercem influência no imaginário dos compradores e consumidores, Tibério e Cristóvão (1998, p.16) nos expõe que:

O território é, então, perspectivado como um espaço multidimensional, que exerce influências de vária índole sobre as diferentes dimensões da qualidade agroalimentar, mas principalmente sobre o imaginário do consumidor, que considera a origem, a raça e as variedades locais e o respeito pelas técnicas tradicionais de produção e laboração como importantes fatores de qualidade dos produtos tradicionais.

Para Champredonde e Schiavone (2012) a legislação europeia denomina como Indicação Geográfica Protegida (I.G.P.) o produto associado a uma qualidade superior. Sobre a Denominação de Origem (D.O.) corresponde a uma tradição mais mediterrânea relacionada a comunicar a tipicidade de um produto a partir da influência de determinado território. Assim, para esclarecer a questão de tipicidade, o autor nos coloca que se define como típico o produto pertencente a um determinado tipo, que quer dizer que possui uma característica ou uma qualidade que possibilita diferenciá-lo de produtos similares.

Com relação então à tipicidade Champredonde e Schiavone (2012, p.1) nos dizem que:

“La Denominación de Origen (D.O.), responde a una tradición más mediterránea: comunicar la tipicidad de un producto a partir de la influencia de un “terruño” dado. La diferenciación en dos sellos de calidad sirve para reconocer dos situaciones diferentes. La tipicidad se debe entonces a la interacción entre las condiciones locales de producción y los saberes (saber seleccionar, saber producir, saber elaborar, saber preparar y/o saber consumir) locales. Se trata en su mayoría del Savoir-faire, es decir de saberes empíricos y prácticos, difícilmente codificables, e inscriptos en la dinámica de la cultura local.”

Champredonde e Schiavone (2012) nos esclarecem sobre a legislação da Argentina que é a Lei 25.380 e o decreto 556/2009. A lei 25380 foi modificada na lei 25966 que estabelece o Regime Legal das Indicações Geográficas e Denominações de Origem de Produtos Agrícolas e Alimentares. Dessa forma, se estabelecem as bases para que os produtores possam requerer a obtenção dos respectivos selos.

Para Champredonde e Schiavone (2012), a essência das normativas na Argentina é garantir que a origem e a qualidade dos produtos sejam valorizados especialmente por seu sabor e tradição que o fazem únicos e distinto de outros similares, mas que são produzidos em outras localidades. O recebimento do selo de IG ou DO informa e comunica que são produtos diferenciados e/ou típicos.

Por fim, mas não menos importante, recorre-se a Tibério e Cristóvão (1998) para reafirmar que a gestão das proteções, caso dos selos de IG e DO no Brasil e na Argentina, e os casos de DOP e IGP, para garantir a qualidade necessitam da coordenação e cooperação entre os agentes econômicos envolvidos. A partir da observação de campo e revisão bibliográfica pode-se ratificar que a construção da qualidade corresponde a um processo coletivo que deve interessar a todos os atores envolvidos, e não apenas os econômicos, mas os atores sociais e

políticos também. A ausência de coordenação e compartilhamento de responsabilidade entre os atores pode ocasionar o não funcionamento do processo em parte ou em sua totalidade.

2.9.1. Aspectos jurídicos das indicações geográficas

O intuito em compreender os aspectos jurídicos das Indicações Geográficas pode permitir um melhor “entendimento desse instituto enquanto vetor e oportunidade de desenvolvimento territorial” (GURGEL, 2005, p. 45). Os dois tópicos a seguir apresentam as questões sobre legislação no Brasil e na Argentina;

Os sinais distintivos de qualidade estão definidos no conceito de gênero de propriedade intelectual o qual se divide em espécies. Nessas divisões observam-se os direitos ao inventor e os atribuídos aos sinais distintivos. Os relacionados ao inventor englobam as patentes, modelos de utilidade, desenho industrial e topografias de circuito. Os sinais distintivos estão relacionados às marcas e as Indicações Geográficas. Há ainda os direitos autorais que se referem aos direitos do autor e conexos, base de dados e a lei de software. Observam-se também os direitos *sui generis* em que protege os cultivares, o acesso a patrimônio genético com conhecimento tradicional associado e as expressões culturais e folclore. (GURGEL, 2005).

Nos países periféricos existe ainda uma baixa demanda de registro da proteção do instituto da propriedade intelectual em comparação com os países centrais, segundo Barbosa (2011). Isto se deve, em parte, pela dificuldade de uma organização coletiva para efetuar o registro. Nos países centrais observa-se que o Estado impulsiona a parceria com organizações locais ou regionais, por ser este um importante vetor de política pública territorial, empoderamento e de identidade cultural, além da questão da diferenciação coletiva. Um exemplo dessa questão que pode ser citado é o caso da França como já mencionado.

Sobre os países periféricos Guedes e Silva (2011) nos chamam atenção para o caso do Brasil e da Argentina e a questão das Denominações Territoriais. Para os autores, tanto o Brasil quanto a Argentina padecem de problemas similares no campo socioambiental e quanto em termos de competitividade, que tem desafiado a efetividade das políticas públicas na gestão dos territórios. Ambos os países tiveram uma crescente expansão das exportações de produtos do agronegócio, com destaque para a soja, o suco de laranja e as carnes, desde a segunda metade do século XX. A problemática dessa expansão é o fato de ambos os países apresentarem uma predominância para a produção de *commodities*, o que por sua vez não promove a melhora significativa dos indicadores sociais. Os produtos, segundo os autores *op cit* apresentam “baixo conteúdo tecnológico, sem marcas ou diferenciação de produtos, onde o valor tem origem na matéria prima, na energia e/ou na mão de obra barata.” Essa situação gera como consequência uma posição marginal nas transações comerciais ou por outro lado, assistimos uma subordinação, de ambos os países, como fornecedores de insumos.

Ainda sobre as similaridades entre Brasil e Argentina, Guedes e Silva (2011, p.4-5): nos colocam:

“O fato de ambos possuírem grandes extensões territoriais (quinto e oitavo países em extensão que, considerados conjuntamente, são suplantados apenas pela Rússia), alta biodiversidade, assim como a condição de grandes produtores e exportadores de bens agropecuários, possuidores de vastas regiões pouco povoadas com abundância de recursos naturais (água, principalmente), como é o caso da Amazônia e da Patagônia. Outro aspecto relevante diz respeito à América Latina; países com nações indígenas originárias e contingentes humanos de várias procedências que trouxeram um ativo intangível que se mesclou e apesar das desigualdades

socioeconômicas possuem uma forte identidade que deve estar em consideração”.

As Denominações Territoriais (DT), de certa forma, protegem os produtores contra comportamentos concorrenciais desleais, lesivos e oportunistas, pois as DT indicam uma procedência do produto que no caso brasileiro, o início do processo para a obtenção do selo de origem ocorre com o pedido da associação de produtores junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Os pequenos agricultores e os agricultores familiares encontram dificuldades para competir com o moderno agronegócio, sobretudo por que não possuem escala e muitos não possuem as condições básicas para melhorar sua eficiência e produtividade. Essas dificuldades dos pequenos produtores e dos agricultores familiares ocorrem tanto no Brasil quanto na Argentina. O ponto central seria a criação de um círculo virtuoso, onde o produto dos pequenos produtores ou dos agricultores familiares possa ter uma diferenciação ancorada numa cultura de inovações e que valorize o trabalho e o território.

Guedes e Silva (2011) nos chamam a atenção para o fato de que as Denominações Territoriais (DT) representam um caminho estratégico aos pequenos produtores, pois estão relacionadas com as características tangíveis do território como o solo, o relevo, o clima, como também se relacionam com os saberes do patrimônio cultural imaterial das pessoas que ali vivem, trabalham e tiram seu sustento. Lançando um olhar para o agronegócio, observa-se nesse campo um saber deslocalizado, com foco na monocultura e na economia de escala, entre outros aspectos.

Retomando a questão dos aspectos jurídicos das Indicações Geográficas, observam-se na legislação internacional que a Propriedade Intelectual foi contemplada em dois tratados, quais sejam: um destinado à propriedade industrial e outro ao direito autoral. Conforme nos coloca Barbosa (2011), o primeiro tratado internacional foi a Convenção da União de Paris para a Propriedade Industrial (CUP) de 20 de março de 1883. Após várias revisões dessa convenção, em 1967, em Estocolmo, foi constituída a Organização Mundial para a Propriedade Intelectual (OMPI ou WIPO). A OMPI foi criada com o objetivo de agregar os escritórios internacionais de Direito Autoral e Propriedade Industrial que cuida da aplicação e revisão das Convenções de Paris e de Berna (de direito autoral, de 1886). Assim, foi reunido num único organismo internacional a propriedade industrial e o direito autoral no conceito de propriedade intelectual (GURGEL, 2005)

Barbosa (2011, p.25) nos esclarece que a Convenção de Paris de 1883 apesar de ter sido o primeiro tratado internacional de propriedade intelectual, observa-se na história que a primeira Denominação de Origem ocorreu com o vinho do Porto de Portugal, então:

“(...) é de 1756 a primeira intervenção estatal conhecida para a proteção de uma IG. Em 1756 produtores do Vinho do Porto, em Portugal, procuraram o então Primeiro-Ministro do Reino, Marquês de Pombal solicitando ajuda com relação a outros produtores que estavam indevidamente utilizando a denominação do Porto, o que causava concorrência ao vinho legítimo. Nesta época o Marquês criou a Companhia dos Vinhos do Porto para concentrar os produtores, mandou fazer a delimitação da área de produção e mandou estudar, definir e fixar as características do Vinho do Porto e suas regras de produção.”

Segundo Barbosa (2011), conforme a Convenção de Paris é facultada aos países signatários que a internalização do acordo seja realizado conforme suas características particulares. Desta maneira, observam-se problemas de interpretação e discrepâncias entre as

legislações internacionais. Este fato dificulta o entendimento quando se busca a realização de estudos comparados a respeito.

Conforme nos coloca Gollo e Castro (2008) a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e, mais recentemente, a Organização Mundial do Comércio (OMC) são responsáveis pela aplicação de diversos tratados e convenções em nível internacional que se relacionam a questão da indicação geográfica.

A Tabela 5 a seguir esclarece os diversos acordos relacionados à propriedade intelectual:

Tabela 5. Acordos relacionados com a propriedade intelectual e Indicações Geográficas.

Ano	Principais Acordos relacionados com a Propriedade Intelectual
1883	Convenção de Paris
1891	Acordo de Madrid
1924-1992	<i>Office International de La Vigne et du Vin</i> – OIV
1958	Acordo de Lisboa
1970	Regras da União Europeia para os Vinhos
1992	Regulamento da União Europeia para outros produtos – Conselho das Comunidades Europeias (CEE)
1992	NAFTA
1993	Acordo de Cartagena
1994	Acordo TRIPs – <i>Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
1996	Acordo MERCOSUL

Fonte: Elaborado pela autora.

Na Convenção da União de Paris, as Indicações Geográficas não figuram como uma espécie claramente definida e protegida. Mas no Acordo de Madri que versa sobre Repressão de Indicações de Proveniências Falsas ou Falaciosas sobre Produtos, se observam referências a questão das Indicações de Procedência. O Acordo de Madri foi celebrado em 14 de abril de 1891, do qual o Brasil é parte desde três de outubro de 1896, observa-se nesse tratado a possibilidade de interdição falsa ou falaciosa em publicações por meio da interposição direta e indireta sobre o produto que induza ao erro de sua verdadeira origem. Percebe-se uma preocupação com a procedência dos produtos, mas esse acordo não impossibilitava a utilização dos termos gênero, tipo, espécie, imitação na referência de Indicações Geográficas errôneas. (GURGEL, 2005; BARBOSA, 2011).

O sistema de proteção da Indicação Geográfica surge com o Acordo de Lisboa Relativo à Proteção das Denominações de Origem. Seu Registro Internacional ocorreu em 1958 e foi celebrado em Lisboa. O Acordo é mais protetivo à Indicação Geográfica em relação ao estipulado na Convenção de Paris, e talvez por esse motivo recebesse baixa adesão dos países, inclusive o Brasil que não é signatário do mesmo. O Acordo de Lisboa só entra em vigor efetivamente em 1º de abril de 2002. Em 1995 entra em vigor do Acordo sobre Aspectos de Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC) ou

Acordo TRIPs⁵ (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights*). O acordo TRIPs deu novo estímulo à adesão ao Acordo de Lisboa a partir do momento em que ocorre o fortalecimento do conceito de Propriedade Intelectual e da criação de mecanismos do Sistema de Resolução de Controvérsias, de *compliance* e *enforcement*. O Acordo TRIPs é o quarto Tratado Internacional sobre Indicação Geográfica, e ocorreu em função da Rodada Uruguai em 1994 quando a propriedade intelectual passou a integrar o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT), e também quando surge a Organização Mundial do Comércio (OMC ou WTO). (GURGEL, 2005; BARBOSA, 2011).

Segundo Barbosa (2011), existe, desde 1992, na Comunidade Europeia, o Regulamento (CEE) n° 2081 do Conselho das Comunidades Europeias, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. E conforme o Regulamento, a DO é um sinal distintivo e desempenha a função de garantia de qualidade e certificação de que o produto tem certa proveniência geográfica. No caso da Indicação Geográfica, no sentido do Regulamento CEE, tem a função distintiva e se traduz numa função indicadora de proveniência. O que se percebe então é que há uma distinção em relação à legislação brasileira em se tratando dos conceitos de Indicação Geográfica e Denominação de Origem.

Sobre o Regulamento CEE no artigo 2º, Almeida (2001) *apud* Barbosa (2011, p.29) nos expõe que:

a) Denominação de Origem: Denominação geográfica de um país, região ou localidade, ou uma denominação tradicional, geográfica ou não, que se usa no mercado para designar ou individualizar um produto, originário do local geográfico que corresponde ao nome usado como denominação e que reúne determinadas características e qualidades típicas que se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, compreendendo os fatores naturais e os fatores humanos.

b) Indicação Geográfica: individualiza produtos originários de uma região ou localidade quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuível à sua origem geográfica.

Observa-se, diante do exposto, que a Denominação de Origem exige uma relação mais restrita com a região demarcada, e por outro lado a indicação geográfica correlaciona-se mais intimamente com a reputação que possa ser atribuída à região. É fato então que as denominações de origem possuem regulamentações diferentes entre os países.

O seu estudo apresenta um significativo arcabouço teórico-conceitual dentro do qual se destacam: a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, o Acordo de Madrid de 1891, o Acordo de Lisboa de 1958, o Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual no MERCOSUL, a resolução n° 75 de 2000 do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, a qual estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas no Brasil, e a lei n° 9.279, de 14/05/1996, que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade intelectual no país, entre outros. (CALDAS, et al., 2005); (BARBOSA; 2011).

⁵ O acordo TRIPs é um tratado da Organização Mundial do Comércio (OMC) criado com o intuito de estabelecer critérios mínimos de proteção no setor de propriedade intelectual a serem adotados pelos países signatários.

2.9.2. A legislação sobre as indicações geográficas e denominações de origem no Brasil

Sobre a legislação no Brasil, as Indicações Geográficas Protegidas estão regulamentadas pela Lei nº 9279/96 do INPI e são classificadas em Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). É oportuno destacar que o Instituto das Indicações Geográficas Protegidas já era uma realidade, desde os anos 1970 na Europa (Espanha, Itália, França, Alemanha, Portugal) e na América Latina (México, Peru, Bolívia).(CALDAS et al., 2005).

Barbosa (2011) nos esclarece que apesar do Brasil não ter se tornado signatário do Acordo de Lisboa, o Código de Propriedade Industrial de 1967, que foi adotado por meio do Decreto 254, de 28.02.1967, já legislava sobre os nomes geográficos concedendo-lhes proteção diferenciada.

O Brasil foi um dos 14 países signatários presentes à constituição da Convenção de Paris em 1883, mas já havia uma previsibilidade constitucional na Carta de 1824, artigo 179, XXVII, regulamentada pela Lei 1.830, seguida pelo Decreto 2.172, de 22 de dezembro de 1860, e o aviso de 22 de janeiro de 1881 uma adequação da legislação pátria às decisões do Congresso Internacional de Propriedade Industrial que ocorreu em Paris em 1880, com a edição da Lei 3.129 de 1882. (GURGEL, 2005).

Segunda a autora *op cit*, pode-se citar então, em termos de diplomas legais relacionados à propriedade industrial no Brasil, a Constituição de 1891, a criação em nove de dezembro de 1923 da Diretoria Geral de Propriedade Industrial e a publicação em 1934 do Decreto nº24.507 instituindo o sistema de patentes para modelos e desenhos industriais. Verifica-se a contemplação do instituto nas Constituições de 1934, 1937, 1946, 1967 e, em 1969 com o Decreto 7.903, de 1945. Na Constituição Federal de 1988, consta a proteção aos inventos industriais, no artigo 5º, inciso XXIX.

A Lei da Propriedade Industrial, nº 9.279/96 entrou em vigor em 1997, e ela desmembra o conceito de Indicação Geográfica em duas vertentes distintas: indicações de procedência e Denominação de Origem, conforme o artigo 176. Dessa forma, na legislação brasileira, a Indicação Geográfica constitui o gênero, onde a indicação de procedência e a denominação de origem são as espécies. Em comparação com a legislação internacional, a nacional tem a previsão para serviços, o que não ocorre no âmbito internacional, com exceção do Regulamento CEE 2081/92 que tem a previsão para serviços de turismo, segundo Barbosa (2011). Esta lei inovou ao prever que o INPI estabelecesse as condições de registro das indicações geográficas, previstas nos artigos 176 a 182 relacionados abaixo. (BRASIL/INPI, 1996):

Art. 176 – Constitui indicações geográficas a indicação de procedência ou a denominação de origem.

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 atração, 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 serviços cujas qualidades ou característica devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Art. 179 – A proteção estender-se-á à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação

geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.

Art. 180 – Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.

Art. 181 – O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.

Art. 182 – O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade. Parágrafo Único: O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas

A IG possui ainda outra notável diferença com relação aos demais ativos intangíveis protegidos pela propriedade intelectual: esta uma vez concedida vigora indeterminadamente, estando condicionada somente ao período da existência do produto ou serviço reconhecido por características particulares.

Conforme nos expõe Gurgel (2005), a indicação de procedência é entendida como um conceito a partir da excelência, peculiaridade ou especialização de uma expertise que não está vinculada a uma reunião de fatores locais relacionados a especificidades geológicas, fisiográficas, edafoclimáticas ou humanas. A IP pode ter um caráter de manufatura e de serviço especializado que, em razão de seu diferencial e concentração em determinado local, torna-se referência de excelência do território onde se encontra.

Já para Gurgel (2005), observa-se na Denominação de Origem a necessidade de preenchimento de requisitos de qualidade do tipo que caracterizam o produto determinado pelo INPI e preconizado no artigo 182 da Lei de Propriedade Industrial. Essa exigência não é requerida aos produtos e serviços no caso da indicação de procedência. Em comparação com a IP, a DO está relacionada com as características e peculiaridades físicas e humanas do território, e na IP observa-se a possibilidade de um cluster ou aglomerado produtivo que se vincula a uma determinada capacidade de empreendimentos que surgem no local, e a DO verifica-se uma vocação potencializada pelas condições territoriais.

A IG não exige que o produtor ou o prestador de serviço possua a etnia do local, ou seja, não há vínculo entre etnia e localidade na sua proteção. Contudo, os saberes étnicos filiados ao território são um referencial importante quando do pedido para o registro no INPI para efeito de descrição da tradição do local.

A Denominação de Origem pode contribuir no sentido de proteção dos direitos do conhecimento tradicional associado, das expressões culturais tradicionais e do folclore como é o caso dos territórios indígenas, quilombolas e locais. A ideia seria de resguardar a origem dos seus produtos e agregar valor aos mesmos.

Conforme nos expõe Barbosa (2011, p. 31):

“a IP é a expressão ou sinal que indica a origem geográfica específica de um produto ou serviço. A DO também é expressão ou sinal que indica a origem geográfica específica de um produto ou serviço, assim como a IP, porém na DO o produto ou serviço possui tais características particulares devido ao meio geográfico em que se encontram, tais como o tipo de solo que confere sabores diferenciados

a uma uva produtora de vinho. Nesta se incluem ainda fatores humanos singulares tais como as condições específicas de produção, como, por exemplo, a forma ímpar de manusear o leite para transformá-lo em queijo.”

Segundo Gollo e Castro (2008), no Direito Brasileiro, as indicações geográficas estavam previstas na Lei 5.772/71, que só protegia as indicações de origem e não as designações de origem, matéria superada pelo art. 177 e 178 da Lei 9.279/96, a qual está em vigor. Conforme os autores *op cit* (2008, p.7):

“A lógica das Indicações Geográficas baseia-se na correlação entre um produto ou um serviço com uma extensão territorial demarcada. O tratamento das duas figuras – Indicação de Procedência e Denominação de origem- é paralelo, a não ser o fato de que, para esta se exige não só o estabelecimento no local designado, mas também o atendimento de requisitos de qualidade ligados ao produto ou serviço, tal como a descrição do processo de obtenção dos mesmos, que deve ser local, leal e constante. Por exemplo, no caso de vinho, os regulamentos pertinentes não só indicam os exatos locais de plantio (demarcações), mas também a insolação, a qualidade da cepa, a distância entre as vinhas. É necessário também que o processo produtivo seja codificado, isto é, que existam normas de produção perfeitamente definidas, com parâmetros claros e especificações de produto que possam ser verificados. A existência de um órgão controlador ou regulador também é muito importante, que institucionalize a extensão territorial, defina o processo de produção e, finalmente, garanta a qualidade e idoneidade do produto”.

A Resolução INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual) número 075 de 28 de novembro de 2000, estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. O artigo 1º estabelece as condições para o registro das indicações geográficas no INPI e no artigo 2º constitui indicação geográfica a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem.

As normas de procedimento e os formulários próprios que deverão ser utilizados para apresentação de requerimento de registro de reconhecimento de indicação geográfica e de Denominação de Origem estão dispostos na Resolução nº 75, de novembro de 2000, e nos Atos Normativos 134 e 143, de 15 de abril de 1997 e de 31 de agosto de 1998 respectivamente. Segundo Gurgel (2005, p.55):

As associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade podem requerer o registro das Indicações Geográficas, sendo possível, um único produtor ou prestador de serviço, pessoa física ou jurídica, esteja legitimado para requerer a indicação.

Segundo o INPI (2015) existem no Brasil 49 IG reconhecidas, sendo 41 nacionais (33 na modalidade Indicação de Procedência - IP e oito na modalidade Denominação de Origem - DO) e oito DO estrangeiras. Entre as IG, observa-se 25 produtos agropecuários que têm registro de IG como "Indicação de Procedência" e 12 como Denominação de Origem, quais sejam: arroz do Rio Grande do Sul, Camarões do Ceará, Própolis de Alagoas e Vinhos do Rio Grande do Sul. A título de exemplificação de IP, estão os vinhos do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul; o café produzido na região do Cerrado Mineiro; e a cachaça de Paraty, além da cachaça da região de Salinas, em Minas Gerais. Os produtores de Salinas receberam o reconhecimento da Indicação Geográfica para a cachaça em julho de 2012, e, foi a segunda

região do Brasil a receber o *status* como indicação de procedência da bebida, após a de Paraty no Rio de Janeiro.

As Tabelas 6, 7, 8, 9 e 10 trazem na sequência a relação das IGs reconhecidas no Brasil, a partir e entre os anos de 1999 e 2014, de acordo com dados do INPI (2015).

Tabela 6. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 1999 e 2007).

Nome Geográfico	Produto	Modalidade	Data do Registro no INPI/Local
Região dos Vinhos Verdes	Vinhos	Denominação de Origem	10/08/1999Portugal- PT
Cognac	Destilado vínico ou aguardente de vinho	Denominação de Origem	11/04/2000França- FR
Região do Cerrado Mineiro	Café	Indicação de Procedência	14/04/2002Brasil- BR Minas Gerais - MG
Vale dos Vinhedos	Vinhos: tinto, branco e espumante	Indicação de Procedência	19/11/2002 Brasil – BR Rio Grande do Sul
Franciacorta	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	Denominação de Origem	21/10/2003Itália- IT
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	Carne Bovina e seus derivados	Indicação de Procedência	12/12/2006 Brasil – BR Rio Grande do Sul
Paraty	Aguardente, tipo cachaça e aguardente composta	Indicação de Procedência	10/07/2007 Brasil – BR Paraty

Fonte: Dados adaptados do INPI (2015).

Tabela 7. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 2009 e 2012).

Nome Geográfico	Produto	Modalidade	Data do Registro no INPI/Local
San Daniele	Coxas de suínos frescas, presunto defumado cru	Denominação de Origem	07/04/2009 Itália - IT
Vale dos Sinos	Couro Acabado	Indicação de Procedência	19/05/2009 Brasil - BR Rio Grande do Sul
Vale do Submédio São Francisco	Uvas de Mesa e Manga	Indicação de Procedência	07/07/2009 Brasil – BR Pernambuco e Bahia
Pinto Bandeira	Vinhos: tinto, brancos e espumantes	Indicação de Procedência	13/07/2010 Brasil - BR Rio Grande do Sul
Litoral Norte Gaúcho	Arroz	Denominação de Origem	24/08/2010 Brasil - BR Rio Grande do Sul
Região da Serra da Mantiqueira do Estado de Minas Gerais	Café	Indicação de Procedência	31/05/2011 Brasil - BR Minas Gerais
Costa Negra	Camarões	Denominação de Origem	16/08/2011 Brasil- BR Ceará
Pelotas	Doces finos tradicionais e de confeitaria	Indicação de Procedência	30/08/2011 Brasil- BR Rio Grande do Sul
Região do Jalapão do Estado do Tocantins	Artesanato em Capim Dourado	Indicação de Procedência	30/08/2011 Brasil - BR Tocantins
Napa Valley	Vinhos	Denominação de Origem	01/09/2011 Estados Unidos - US
Goiabeiras	Panelas de barro	Indicação de Procedência	04/10/2011 Brasil - BR Espírito Santo
Serro	Queijo	Indicação de Procedência	13/12/2011 Brasil - BR Minas Gerais
Franca	Calçados	Indicação de Procedência	07/02/2012 Brasil - BR São Paulo

Fonte: Dados adaptados do INPI (2015).

Tabela 8. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 07/02/2012 e 25/09/2012).

Nome Geográfico	Produto	Modalidade	Data do Registro no INPI/Local
São João Del Rei	Peças artesanais em estanho	Indicação de Procedência	07/02/2012 Brasil - BR Minas Gerais
Vales da Uva Goethe	Vinho de Uva Goethe	Indicação de Procedência	14/02/2012 Brasil - BR Santa Catarina
Canastra	Queijo	Indicação de Procedência	13/03/2012 Brasil - BR Minas Gerais
Pedro II	Opalas preciosas de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	Indicação de Procedência	03/04/2012 Brasil - BR Piauí
Porto	Vinho generoso (vinho licoroso)	Denominação de Origem	17/04/2012 Portugal - PT
Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	Gnaise fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos, lajinhas comercializadas.	Denominação de Origem	22/05/2012 Brasil - BR Rio de Janeiro
Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	Gnaise fitado milonítico de coloração branca e pontos Vermelhos	Denominação de Origem	22/05/2012 Brasil - BR Rio de Janeiro
Região Pedra Madeira Rio de Janeiro	Gnaise fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos	Denominação de Origem	22/05/2012 Brasil - BR Rio de Janeiro
Cachoeiro de Itapemirim	Mármore	Indicação de Procedência	29/05/2012 Brasil - BR Espírito Santo
Manguezais de Alagoas	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	Denominação de Origem	17/07/2012 Brasil - BR Alagoas
Linhares	Cacau em amêndoas	Indicação de Procedência	31/07/2012 Brasil - BR Rio de Janeiro
Norte Pioneiro do Paraná	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído	Indicação de Procedência	29/05/2012 Brasil - BR Paraná

Fonte: Dados adaptados do INPI (2015).

Tabela 9. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (entre 2012e 2013).

Nome Geográfico	Produto	Modalidade	Data do Registro no INPI/Local
Vale dos Vinhedos	Vinhos: tinto, branco e espumante	Denominação de Origem	25/09/2012 Brasil - BR Rio Grande do Sul
Paraíba	Têxteis em algodão colorido	Indicação de Procedência	16/10/2012 Brasil - BR Paraíba
Salinas	Aguardente de cana tipo cachaça	Indicação de Procedência	16/10/2012 – BR MG
Altos Montes	Vinhos e espumantes	Indicação de Procedência	11/12/2012
Champagne	Vinhos espumantes	Denominação de Origem	11/12/2012
Porto Digital	Serviços de Tecnologia da Informação – TI	Indicação de Procedência	11/12/2012
Divina Pastora	Renda de agulha em lacê	Indicação de Procedência	26/12/2012
São Tiago	Biscoitos	Indicação de Procedência	05/02/2013
Roquefort	Queijo	Denominação de Origem	28/05/2013
Alta Mogiana	Café	Indicação de Procedência	17/09/2013
Mossoró	Melão	Indicação de Procedência	17/09/2013
Cariri Paraibano	Renda renascença	Indicação de Procedência	24/09/2013
Monte Belo	Vinhos	Indicação de Procedência	01/10/2013
Região do Cerrado Mineiro	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído	Denominação de Origem	31/12/2013

Fonte: Dados adaptados do INPI (2015).

Tabela 10. Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil (2014).

Nome Geográfico	Produto	Modalidade	Data do Registro no INPI/Local
Piauí	Cajuina	Indicação de Procedência	26/08/2014
Rio Negro	Peixes Ornamentais	Indicação de Procedência	14/10/2014

Fonte: Dados adaptados do INPI (2015).

O artigo 3º diz que as disposições da Resolução 075/2000 aplicam-se, ainda, à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.

As indicações geográficas conferem às regiões especializadas na produção e elaboração de certos produtos um maior valor agregado. Para que ocorra a indicação de procedência ou denominação de origem, faz-se necessário que os produtos tenham características semelhantes, seja na maneira como são feitos, produzidos ou coletados.

Pressupõe ainda que haja delimitação dos territórios onde se dá a produção e o controle da quantidade produzida, a tradição e a prática cultural é outro aspecto a ser considerado que vão conferir especificidades aos produtos, diferenciando-os de outras regiões produtoras. As Indicações Geográficas conferem uma espécie de “marca” ao território.

Segundo Glass e Castro (2009, p.35):

A opção pelo uso de signos de qualidade, como as indicações geográficas, é um exemplo de estratégia de posicionamento construída pela União Europeia para obter notoriedade internacional da qualidade de seus produtos agroalimentares, mediante a diferenciação e a vinculação do produto aos atributos do território, como tradição, cultura, edafoclimatologia e o saber-fazer das pessoas.

Como as denominações de origem estão relacionadas com a marca, os atores sociais envolvidos na produção de um determinado produto necessitam de um esforço conjunto pautado pelo equilíbrio e sinergia no sentido de valorização do território. As indicações de procedência e as denominações de origem conferem a um conjunto de produtores reconhecimento, confiança e elevação da autoestima, além de garantia de espaço da região num mundo caracterizado pela competitividade.

A Lei de Propriedade Industrial 9.279/96 estabelece critérios às Indicações Geográficas, criando os selos de indicação de procedência (IP) e o de denominação de origem (DO). São dois tipos diferentes de registros que devem ser solicitados ao INPI, com implicações e consequências jurídicas e econômicas também diferentes. O INPI mantém convênio com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para conferir Indicação de Procedência às regiões geográficas do agronegócio que tenham potencialidade para receber a caracterização de origem. O MAPA dá suporte aos processos de concessão, manutenção e cancelamento ou anulação de certificação de Indicação Geográfica.

Para que os produtores consigam o selo, devem se organizar de forma cooperada e coletiva para que, em conjunto, definam os parâmetros comuns de produção em torno da qualidade. Pode-se afirmar que a obtenção do selo é uma forma estratégica da inserção de

produtos no mercado de maneira competitiva. Assim, as Indicações de Procedência, segundo o INPI, diferem das Denominações de Origem pelo seu caráter particular e de qualidade da produção, conforme pode ser observado na Tabela 11 abaixo:

Tabela 11. Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação de Procedência no Brasil.

Itens	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é indispensável	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial, sendo que o nome geográfico pode referir-se à origem do produto
Renome/Prestígio	Indispensável	Não necessariamente indispensável
Uniformidade da Produção	Os produtos estão ligados por certa homogeneidade de características	Pode ser aplicado a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o lugar de produção ou o centro de distribuição.
Regime de Produção	Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos	Não existem regras específicas de produção à qual devam ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca
Constâncias das características	Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e certa constância nas suas características	Não implica um nível de qualidade determinada nem da constância de características
Volume de Produção	Há um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto	Não existe limite de produção

Fonte: Dados adaptados do INPI.

Pode-se afirmar que as Indicações de Procedência são um instrumento de organização local da produção e com relação às Denominações de Origem funcionariam como instrumento de organização qualitativa do processo de produção.

Segundo Caldas et al. (2005), a estrutura de uma denominação de origem ou de uma indicação de procedência tem como premissa a participação dos atores sociais que produzem numa determinada região. O funcionamento do sistema, no caso da denominação de origem, sugere a criação da agência de desenvolvimento e regulação, que terá como incumbência a operacionalização das deliberações do conselho regulador e fazer valer os estatutos, os quais deverão ser aprovados em assembleia geral, que é a instância máxima da estrutura administrativa da denominação de origem. O funcionamento das agências deverá ser em rede com um coordenador executivo, uma coordenação de controle e qualidade, uma coordenação de desenvolvimento tecnológico e uma coordenação de desenvolvimento local.

2.9.3 A legislação sobre as indicações geográficas e denominações de origem na Argentina

A Argentina é país membro da Organização Mundial do Comércio e reconhece os acordos sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (ADPIC) de 1994. No país é proibido o uso de qualquer meio que indique ou sugira

que determinado produto, quer seja na sua designação ou apresentação, que se trata de bem de uma região geográfica distinta do verdadeiro lugar de origem, de maneira tal que induza o público ao erro.

Desde 2004 a Argentina conta com a Lei 25.163 de proteção das IG e DO dos vinhos. A Lei 25.380 e sua modificação número 25.966 sobre IG e DO dos produtos agrícolas e alimentícios do país somente foi implementada em 2009, com o Decreto 556/2009. A Lei segue o modelo da legislação europeia de DOP/IGP, porém com algumas diferenças. Segundo Boué (2009), a legislação sobre IG/DO na Argentina tem por objetivo principal proteger e evitar ou proibir o uso indevido do nome, susceptível de induzir ao erro de compreensão por parte do consumidor, e garantir a origem e a qualidade.

Conforme a legislação argentina (Lei 25.966), observa-se que:

- A Indicação Geográfica é aquela que identifica um produto como originário do território de um país, ou de uma região ou localidade desse território, quando determinada qualidade ou outras características do produto são atribuídas fundamentalmente a sua origem geográfica. Neste caso, conforme a lei, o produto que tem uma tipicidade particular, pode fazer uso ou realizar algumas etapas ou passos fora da zona definida.
- A Denominação de Origem é aquela que se define como o nome de uma região, província, departamento, distrito, localidade ou de uma área do território nacional devidamente registrada que serve para designar um produto originário daquele lugar e cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, compreendendo os fatores naturais e os fatores humanos.

A solicitação de registo de uma DO ou de uma IG são realizadas no *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina*. A diferença em termos de procedimentos entre ambas é que o requerimento de DO é feito por um Conselho Regulador e para a IG é apenas requerido um profissional qualificado ou um organismo de certificação. O anexo 3 da Lei 25.966 consta os procedimentos para o reconhecimento e o registo e o procedimento para o reconhecimento e certificação no anexo 4 da referida legislação.

Em comparação com a legislação europeia sobre os selos de qualidade, as principais características dos selos argentinos é a vinculação à origem. A IGP europeia oferece proteção exclusiva do nome e não do produto em si. O que ocorre é que com a IGP os produtores podem utilizar o selo respeitando as especificações do protocolo e não há limites de tempo.

Segundo Boué (2009) no caso das IG/DO da Argentina existe o direito de uso exclusivo dos emblemas, símbolos e logos pelos produtores certificados conforme o artigo 26 da legislação. Não ocorre a proteção do uso exclusivo do nome que o identifica, e a utilização da palavra “típico” poderia ser exceção, mas que não cause engano ao consumidor.

Quer seja conforme a legislação da Argentina quer seja conforme a legislação no Brasil sobre o selo de reconhecimento de produtos ou de serviços, exclusivamente no Brasil, o fato é que a participação dos atores sociais, econômicos e políticos na construção do processo de IG e na sua manutenção são essenciais, pois os selos se traduzem no desejo de uma coletividade que terá impactos na cadeia produtiva de um território.

O tópico a seguir tratará do ponto sobre os laços que se estabelecem entre os atores sociais e a relação das IGs com o estabelecimento de redes. A discussão será a partir da Sociologia Econômica.

3. A MULTIFUNCIONALIDADE DA AGRICULTURA

O tema sobre multifuncionalidade da agricultura tem sido estudado, pesquisado e debatido por inúmeros teóricos no cenário contemporâneo mundial. Um dos motivos dos debates é justamente conformar as funções da agricultura diferentemente da ótica da visão capitalista de ser conceituado simplesmente como um espaço econômico para a produção de alimentos, matéria prima e geração de riquezas, simplesmente.

Este tópico pretende um esclarecimento acerca do tema e do debate em torno do mesmo. A discussão sobre o papel ou sobre as múltiplas funções da agricultura pode ser feita a partir da abordagem sociológica e econômica tendo como apoio algumas referências da geografia e da Teoria das Convenções utilizada no transcórre da tese. Buscar-se-á explicitar o surgimento da relação entre a questão da multifuncionalidade e o debate sobre Território e Indicações Geográficas.

Compreender então a noção de multifuncionalidade da agricultura e sua relação com a questão da IG e do Território é importante, pois esta noção pode ser utilizada enquanto um instrumento de análise dos processos sociais que envolvem a realidade agrária ao passo que permite a observação das dinâmicas e dos fatos sociais que podem ser obscurecidos pelas análises estritamente econômicas. Maluf, Bonnal e Cazella (2008) nos chama atenção que a produção agroalimentar é um dos elementos diferenciadores em relação à realidade brasileira e à europeia, em termos de aplicação de políticas agrárias com o enfoque da noção de multifuncionalidade. Dessa forma, em que medida essas ações tendo como parâmetro as múltiplas funções da agricultura pode contribuir para o reconhecimento de produtos, no caso dos processos de IG, e como consequência favorecer o desenvolvimento territorial?

Cabe destacar que assim como pode ocorrer nos processos de implementação de IG, existe um paradoxo quando se observa a questão da multifuncionalidade da agricultura e o território, enquanto um espaço usado e delimitado como nos lembra de Santos (2004). O território se constitui ao mesmo tempo como um espaço de agregação e segregação. Isso implica dizer que existem indivíduos que estão dentro e aqueles que ficam fora dos processos que lhes possibilitaria resultados melhores, por exemplo. Essa é uma das características fundamentais quando se observa em territórios resultantes de ações coletivas como é o caso daqueles cujos produtos possuem selo de IG ou de produtos tradicionais protegidos. A questão da exclusão dos atores depende, em grande parte, da forma de implementação dos processos de IG, da governança no território e também da linha de orientação e aplicação das políticas direcionadas para a agricultura.

Lançar o olhar para o meio rural utilizando como lente a noção multifuncionalidade da agricultura facilita a análise tendo em vista que o foco da pesquisa está centrado em produtos oriundos do campo que é o caso de IG da cachaça de Paraty e da IG do salame de Colônia Caroya. A questão da multifuncionalidade nos remete a reconhecer que os estabelecimentos agrícolas desempenham diversas funções que não somente a mercantil como a de produção de alimentos para os mercados urbanos e de geração de receitas para a balança comercial. Esta constatação permite que se relacione a multifuncionalidade da agricultura com o debate sobre território e indicações geográficas, além de outros pontos como os que se referem ao meio ambiente, à dinâmica social e cultural, à geração de empregos e à própria questão da qualidade, ao invés de um foco único na quantidade e preço dos produtos.

Wanderley (2001) nos coloca que a análise do meio rural e das diversas percepções que se tem sobre o mesmo e ao longo da História só será apreendida se observadas em relação

ao urbano e aos modelos de desenvolvimento adotados pelas sociedades. Assim, é nesse sentido que essa parte da tese será desenvolvida.

3.1. Concepções de Multifuncionalidade da Agricultura

Um ponto que nos chama atenção é justamente saber quando e quais foram os motivos que levaram a esse debate sobre as múltiplas funções da agricultura. Para essa indagação é correto afirmar que a França possui um papel de destaque nesse processo de apoio ao pequeno agricultor, conforme nos coloca Carneiro e Maluf (2003, p.43), pois para os autores a “noção de multifuncionalidade da agricultura se colocou no cenário internacional a partir de um debate técnico-operacional no âmbito da União Europeia e, mais especificamente, na França”. É importante deixar esclarecido que quando se discute sobre multifuncionalidade neste trabalho, nos referimos não apenas ao agricultor familiar, mas a todos os agricultores.

Carneiro (2002) nos esclarece que a exemplo do que ocorreu no caso francês, a instrumentalização na esfera política pública buscou centrar na valorização econômica de atividades ligadas ao fazer agrícola como a questão da qualidade dos produtos, a diversificação das atividades no interior do estabelecimento e também na criação de emprego. A certificação de produtos e o reconhecimento com selo de IG estão diretamente relacionados com a questão da qualidade, que por sua vez se relaciona ao fazer agrícola.

Essa noção de múltiplas funções da agricultura e de que forma pode-se tomá-la como referência para as políticas de desenvolvimento rural está presente nos debates internacionais e como exemplo pode-se citar o acordo sobre a questão agrícola onde na agricultura existem aspectos não comerciais e entre esses dois aspectos se destacam, os quais são a segurança alimentar e a proteção do meio ambiente. Esses pontos foram amplamente discutidos quando da realização do Ciclo Uruguai de Negociações Internacionais que resultou na criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), quando foram explicitados.

Ainda no cenário internacional, a FAO organizou um encontro em 1996 onde foram definidas algumas questões sobre segurança alimentar. O ponto central dessa discussão sobre segurança alimentar é a ideia de que todos os seres humanos devem ter um acesso físico e econômico a uma alimentação suficiente, saudável e nutritiva lhe permitindo satisfazer suas necessidades básicas e suas preferências alimentares em condições para ter uma vida saudável e ativa, conforme nos expõe Maluf (2002). Pode-se acrescentar que o tema segurança alimentar envolve diretamente os aspectos econômicos e sociais, pois conforme já colocado anteriormente, este se constitui como um desafio aos governos.

A multifuncionalidade da agricultura pode ser definida como o conjunto das contribuições da agricultura para um desenvolvimento econômico e social considerado na sua globalidade, segundo Laurent (1999). Assim fica evidente que existe uma relação estreita entre as múltiplas funções desempenhadas pela agricultura e o desenvolvimento.

O autor Sabourin (2008, p.57) nos esclarece que no caso brasileiro o conceito de multifuncionalidade nasceu “com a Declaração de Rio de Janeiro sobre o desenvolvimento sustentável (Conferência das Nações Unidas sobre meio Ambiente e Desenvolvimento, 3-14 de junho de 1992).” A ECO de 1992 foi um evento marcante em termos de se repensar o futuro do planeta e, segundo Sabourin (2008) foi quando também a multifuncionalidade da agricultura se tornou reconhecida pela sociedade e pelos governos. O reconhecimento que o autor destaca são os de interesse público ou geral, e referem-se às funções sociais, ambientais, culturais e econômicas não diretamente produtivas ou mercantis.

Os autores Gavioli e Costa (2011, p.452) nos colocam que noção de multifuncionalidade da agricultura “constitui uma nova síntese das múltiplas dimensões envolvidas na atividade agrícola, alinhando-se a ideia de desenvolvimento sustentável.” O que norteia esta discussão é que não se trata de pensar a atividade agrícola como se estivesse subordinada e servindo somente ao setor urbano-industrial numa ótica desenvolvimentista. A

perspectiva que se busca traçar é reconhecer e valorizar a agricultura e o mundo rural numa relação de excelência com a sociedade e a natureza.

Com relação às diferenças entre os países europeus e a realidade brasileira e de alguns países do sul no que se refere à aplicação da multifuncionalidade, Sabourin (2008, p.58) nos diz que “a promoção da multifuncionalidade da agricultura na Europa está associada a uma estratégia de alocação individual e contratual de recursos públicos aos agricultores para retribuir as funções sociais e ambientais de interesse público associadas à produção”. E que no caso do Brasil não ocorre nenhuma contestação sobre o caráter multifuncional da agricultura, mas que as afirmações de interesse pelo tema são raras em termos de políticas. Em alguns países do sul e na América Latina observam-se experiências que consistem basicamente em remuneração de serviços ambientais. (SHIAVONE, 2012; MALUF, 2002).

Segundo Sabourin (2008, p.68):

Nos países europeus, a multifuncionalidade da agricultura é diretamente assimilada a retribuição pelas políticas públicas de funções não mercantis de interesse coletivo (preservação dos recursos naturais, das paisagens, luta contra a poluição) ou público, associadas à produção agropecuária. Nos países do Sul, apesar da agricultura ser também multifuncional, o Estado raramente dispõe de recursos para remunerar ou compensar tais funções ou amenidades junto aos agricultores. A única consideração da multifuncionalidade na sua forma restrita (retribuição de amenidades) além de ser criticada como obstáculo ao livre comércio nas negociações da OMC teria a tendência a multiplicar os mecanismos de protecionismo das funções mercantis da agricultura. É obvio que mesmo desejando aplicar tal estratégia, a maioria dos países do sul não dispõe de recursos para essa política. Em muitos países, mesmo emergentes, como o Brasil, ainda faltam recursos para assegurar a segurança alimentar e o apoio à produção.

Maluf (2002) nos alerta que a noção de multifuncionalidade pode gerar tanto externalidades positivas quanto negativas. Sobre as positivas e a partir de um viés econômico, a agricultura oferece além dos produtos concretos, outros produtos intangíveis como os serviços ambientais e o turismo rural. Na questão das externalidades negativas observam-se a erosão dos solos, a poluição dos recursos hídricos entre outras. Para o autor devem-se oferecer subsídios para dar um incremento às primeiras. Sobre as negativas deve-se buscar reduzi-las com a aplicação de multas e internalização dos custos do tratamento no custo da produção.

Conforme nos expõe Delgado et al..(2003), durante três décadas, de 1962 até 1992, a PAC impulsionou a modernização da agricultura na Europa fomentando o desenvolvimento agrícola por meio de uma política de sustentação de preços. Essa política promoveu um incremento na produção, mas por outro lado também se observaram as externalidade negativas descritas por Maluf (2002) que foram a degradação dos recursos naturais pelo uso intensivo de agrotóxicos, além de ter provocado a marginalização de muitos agricultores que não conseguiram se integrar no processo.

Segundo Kato (2006), com a ótica das externalidades positivas, a promoção da agricultura multifuncional pode favorecer ao incremento de renda dos agricultores familiares e também a um estímulo à produção de alimentos. A questão é que este enfoque não quer dizer o descarte dos estímulos à produção mercantil de base familiar, ao contrário, ela é associada a outras dimensões.

Para Abramoway (2003), a pluriatividade ou, multifuncionalidade, representa a valorização do produto rural, pois para o autor existe uma capacidade de exprimir uma

tradição, um modo de fabricação onde se recuperam culturas e se colocam à mostra estilos de vida que os habitantes dos grandes centros têm buscado. Um exemplo seria o turismo rural.

Conforme os preceitos da questão da multifuncionalidade; observa-se que a responsabilidade da agricultura vai além da produtos de produtos, e, pode se traduzir em atividades não agrícolas, como por exemplo, a agroindústria familiar, o turismo rural, entre outras ocupações provenientes da agropecuária e a importância da paisagem rural. Diante então do exposto é correto afirmar que com a “lente” da multifuncionalidade da agricultura é possível observar inúmeras ações em direção ao aumento das possibilidades das capacidades dos agricultores e a favor de um desenvolvimento sustentável, podendo se juntar a esse leque a valorização das tradições com a oferta e comercialização de produtos com selo de IG.

Além da questão micro como as citadas acima, também é possível listar algumas estratégias dos governos quando desenvolvem políticas e promovem ações para proteger as terras cultiváveis, como por exemplo, garantir a segurança alimentar e preservar os ecossistemas e a biodiversidade tendo em vista os diferentes territórios.

A seguir será apresentado um recorte histórico sobre a noção de multifuncionalidade da agricultura. Entre os autores pesquisados, alguns tratavam da multifuncionalidade da agricultura de base familiar, ou melhor, da agricultura familiar. No entanto, optou-se por não destacar apenas esta perspectiva, mas esclarecer sobre os múltiplos papéis da agricultura, inclusive, porém não somente, a familiar.

3.2. Recorte Histórico da Noção de Multifuncionalidade da Agricultura e Desenvolvimento

Com a revolução industrial e o fortalecimento do capitalismo nas sociedades ocidentais observam-se uma série de transformações sociais, políticas e econômicas que afetaram inúmeros países em maior ou menor grau. Entre as mudanças que se observaram ocorreu o fenômeno do deslocamento do eixo dinâmico das economias europeias do campo para a cidade para o aceleração das atividades industriais, no entanto esse movimento resultou no esvaziamento da produção de matérias primas.

O ponto máximo desses processos de transformações, sobretudo as econômicas e sociais, se deu com o fordismo. Esse modelo industrial caracterizado por grandes plantas industriais, produção padronizada e em larga escala, a fim de melhorar a competitividade e produtividade das empresas, acabou extrapolando das indústrias para o campo, servindo como modelo a ser transposto. No campo econômico observou-se uma linha de orientação para a maximização dos lucros, ou seja, a busca pelo lucro máximo. Na questão social, pode-se destacar a visão “turva” do homem como indivíduos motivados essencialmente por recompensas financeiras, o homem econômico na perspectiva taylorista/fordista.

Nessa linha de pensamento é correto inferir que a noção de desenvolvimento se pautava pelos aspectos econômicos. Então, após a II Grande Guerra, é perceptível o desenvolvimento econômico sendo direcionado para a formação de grandes mercados consumidores. No meio rural observa-se o aumento nas taxas de mecanização e na especialização da produção sob a diretriz da eficiência, padronização e produtividade como acontecia na indústria, seguindo o modelo fordista. A ideia subjacente de modernização e desenvolvimento estava diretamente associada ao crescimento econômico e a agricultura precisava dar suporte a todo esse processo. Então, se no meio urbano se buscava crescimento e produtividade por meio da mecanização das indústrias pode-se relacionar esse exemplo com as propostas de melhoria da eficiência no meio rural.

O papel do campo nesse período seria, principalmente, o de dar suporte ao acelerado crescimento industrial e urbano em favor do progresso e do desenvolvimento por meio do fornecimento de grandes quantidades de alimentos para as cidades que cresciam e se

expandiam, ao passo que também crescia a nova classe social dos proletariados e os problemas de uma urbanização sem planejamento. Outro papel que se destaca do campo é o de fornecer matéria prima para abastecer as indústrias. Outro era o de fornecer mão de obra também para as indústrias, mão de obra esta que não necessitaria de muita especialização tendo em vista a ideologia fordista e taylorista. Por fim, mas não menos importante, o papel de elevar as exportações agrícolas e transferir renda real para o setor urbano. (WANDERLEY, 2001; FROEHLICH, 2012; KATO, 2006).

É correto afirmar que esse papel de retaguarda do campo para o desenvolvimento da indústria e do meio urbano foi e é de grande importância, a questão que se coloca é como isso se deu, ou seja, o que se entendia por desenvolvimento rural e qual o papel e o lugar do rural?

Segundo nos expõe Kato (2006) o desenvolvimento rural era tido como sinônimo de desenvolvimento agrícola e o maior exemplo disso foram as estratégias de modernização da agricultura pautados na adaptação e na transferência de tecnologias típicas da Revolução Verde para as unidades familiares agrícolas. O foco era gerar um incremento na produtividade do trabalho e de suas receitas. Essa modernização se caracterizava pela introdução de maquinários e de equipamentos a fim de mecanizar a agricultura e melhorar a produtividade com a inserção de adubos químicos e pesticidas, entre outros. Aliado a essa prática também se observava o modelo monocultor sem a preocupação com a questão da sustentabilidade. A ideia subjacente era de transformar a propriedade numa empresa aos moldes das indústrias.

Ainda sobre as mudanças, com a mecanização da agricultura houve uma transformação na forma e nos métodos de trabalho no campo. A mecanização alterou a maneira como a mão de obra era alocada, modificando a organização social dos espaços e provocando uma desagregação das formas tradicionais de trabalho. O excedente da mão de obra passou a ser realocado para outras atividades caracterizadas pelo exercício de múltiplas tarefas e outra parte, conforme já dito, migrou para os centros urbanos que por sua vez não conseguiu absorver de forma produtiva todos que vinham do campo.

Muller (2007) nos resume de maneira elucidativa as consequências das estratégias adotadas na agricultura e suas repercussões. O referido autor nos expõe que o atual modelo de desenvolvimento e agricultura nasceu nas sociedades industriais capitalistas implementado após a guerra e teve como norte a racionalidade técnico e econômica. No entanto, ao passo que se priorizou o crescimento econômico como sua mola propulsora, ocorreu a intensa degradação ambiental, associado ao êxodo rural e a conseqüente urbanização desordenada e aumento da pobreza com a marginalização socioeconômica de uma grande parcela da população mundial.

Para Kato (2006) os instrumentos utilizados para implementar os projetos de modernização na agricultura, imbuídos pela ideia de desenvolvimento e crescimento, incluíam projetos organizados em torno do crédito, assistência técnica, ações pontuais em educação, saúde e infraestrutura. O crédito tinha um papel central para os pequenos produtores, pois representava a possibilidade de efetuar a modernização com a compra de máquinas e equipamentos. A assistência técnica era convencional com orientação da lógica produtivista de busca da maximização, no entanto, é correto observar que nem sempre o produtor rural se pauta pela lógica puramente econômica ou de maximização.

No final do século XX esse modelo começa a dar sinais de crise e esgotamento, sobretudo nos países centrais. Em parte, esse quadro de desintegração e esvaziamento causados principalmente pela ideologia que norteava as políticas voltadas para o setor, ao ter privilegiado o crescimento econômico como mola propulsora do desenvolvimento, foi o responsável pelos efeitos negativos que se observa como a degradação ambiental, o êxodo rural, inchaço dos centros urbanos entre outros.

Não se pode deixar de citar então sobre os efeitos negativos da agricultura em locais onde fora utilizado o modelo intensivo e produtivista que levou os agricultores a utilizarem

em larga escala produtos químicos sem uma orientação clara sobre seus efeitos na saúde humana e nos ecossistemas, como é o caso de adubos ou pesticidas. O que resultou dessa prática, em muitos casos, foi a poluição dos rios e das terras causando uma devastação ao meio ambiente, além das doenças que acometeram os agricultores e seus familiares. Observa-se que este modelo de agricultura demonstrou sua força devastadora com uma forte agressão às paisagens, influências no clima e no ar, além da redução da biodiversidade. Essas práticas de especialização do agricultor e da produção em larga escala de produtos uniforme e padronizados nos levam a pensar no modelo fordista/taylorista. No entanto quando pensamos em termos de agricultura isso nos remete também a pensar na máxima padronização dos produtos no campo para uma posterior diferenciação nas grandes redes de supermercados, por exemplo. É então que a lógica capitalista se torna clara, provocando as situações extremas que se assiste na contemporaneidade.

A miséria e a pobreza rural também são reflexos desse modelo conforme nos alerta Veiga (2001), pois uma parcela significativa da população rural não conseguiu se inserir no novo padrão tecnológico, ou seja, não conseguiram se agregar e ficaram ou ainda estão excluídos. Esse quadro piora quando se associa ao fato da deterioração dos ecossistemas locais o que restringe ainda mais as possibilidades de reprodução social do pequeno produtor.

Por outro lado, os efeitos positivos da preocupação como a sustentabilidade na produção rural, como por exemplo, na produção de alimentos e matérias primas proporcionando certo nível de segurança alimentar ou na proteção ao meio ambiente, gestão dos territórios, geração de trabalho e renda entre outros também não podem deixar de ser destacados. Segundo nos expõe Maluf (2008), Wilkinson (2003) e Delgado (2009), entre tantos outros autores importantes nessa área, um dos maiores desafios da agricultura é como alimentar a população mundial que cresce a cada ano? Daí a discussão sobre segurança alimentar que não constitui o foco da discussão que se tenta travar aqui, mas que não pode deixar de ser mencionada.

Esse modelo produtivista e industrial passa a ser questionado à medida que a noção de sustentabilidade ganha força como uma grande bandeira, diante do agravamento da problemática tanto social quanto ambiental que tem se observado nas últimas décadas. Embora o entendimento sobre sustentabilidade se observem diferentes concepções sobre seu real significado, a busca por ela, mesmo que forma empírica, tem se prestado a orientar ações e reflexões para melhor intervir na realidade (MULLER, 2007 e KATO, 2006).

O esgotamento do modelo fordista que priorizava o crescimento econômico como sinônimo de desenvolvimento se materializa, principalmente, com a saturação dos mercados consumidores e mudanças no comportamento dos consumidores. Ao passo que há o esgotamento por um lado, observa-se de outro um cenário de revolução tecnológica com a valorização das tecnologias de informação que, de certa forma, influencia a base material sobre a qual se assentava a sociedade. A velocidade das transações e as formas de comunicação possibilitadas pelas novas tecnologias têm provocado inúmeras mudanças não apenas nos grandes centros urbanos, mas inclusive no meio rural. (WILKINSON, 2003).

Diante desse quadro de incertezas, desemprego e baixa qualidade de vida, além do aumento das reflexões sobre sustentabilidade crescem também a busca por repensar o rural como espaço de vida, de trabalho e lazer. Assim, no bojo de todas essas transformações surgem novas ruralidades, novas maneiras de se pensar o rural e de se pensar na qualidade de vida na contemporaneidade. Segundo Abramovay (1999), o rural tem suas especificidades e não deve ser confundido como a base geográfica de um determinado setor da economia, e também não corresponde ao resíduo daquilo que não faz parte do urbano ou das cidades. Isso nos leva a refletir sobre as novas “funções” que a agricultura tem adquirido, e também a refletir sobre o sentido da palavra desenvolvimento. Para fins de esclarecimento, entende-se o desenvolvimento como relacionado à ampliação das capacidades dos indivíduos, e que a

busca pelo desenvolvimento deve ser cotejada com a busca e melhoria da qualidade de vida em seu sentido amplo.

3.3. O Papel e o Lugar do Rural no Desenvolvimento ea Multifuncionalidade

Como já observado nos tópicos anteriores para a compreensão da multifuncionalidade da agricultura, pode-se fazer a correlação com outros temas como a segurança alimentar, a qualidade dos alimentos, a proteção do meio ambiente, a valorização dos diferentes tipos de territórios e a geração de oportunidades de emprego, de renda e lazer, conforme nos coloca Muller (2007).

Ainda segundo essa perspectiva, pode-se exemplificar, conforme nos expõe Muller (2007, p.4), que o entendimento sobre a multifuncionalidade da agricultura e em particular da agricultura familiar representa: “uma tentativa de reconhecer que os estabelecimentos agrícolas e, portanto, os agricultores que neles vivem e trabalham, estabelecem suas estratégias familiares e desempenham outras funções” que não são exclusivamente produtivas ou mercantis. Dessa forma, o entendimento é de que não há um papel fixo para a agricultura e o meio rural. É preciso olhar para as diferentes especificidades que existem no campo.

Para Delgado (2009) o papel da agricultura não é fixo e tem sido adaptado, inicialmente para responder a estímulos do mercado externo ou enfrentar crises na balança de pagamentos por meio do aumento das exportações e depois cuidar do abastecimento alimentar interno. O autor em seu texto sobre o papel e o lugar do rural no desenvolvimento brasileiro parte da hipótese de que a década de 1990 é decisiva no sentido de uma demarcação dos termos em que a disputa se faz na sociedade brasileira em relação ao futuro das relações entre economia e agricultura. Ele ressalta o papel da agricultura na economia, e a apropriação do significado do Brasil rural e do desenvolvimento rural.

A década de 1990 é marcante, pois para Delgado (2009) ocorre uma “confluência perversa”, onde se observam dois projetos políticos alternativos e excludentes, que são o projeto neoliberal e o projeto democratizante. Na perspectiva do projeto neoliberal, o papel que a agricultura exerceria na economia seria na geração de saldos crescentes na balança comercial no sentido de se manter o controle da conta de transações correntes na balança de pagamentos. O agronegócio é o reflexo dessa perspectiva. Já no projeto democratizante, se observa a luta pela reforma agrária e a proposta de um modelo alternativo de desenvolvimento rural tendo como base a agricultura familiar. Percebe-se nesta proposta uma transformação, uma reconstrução das noções de rural e de desenvolvimento rural que se contrapõe à construção do projeto neoliberal, o qual associou o agrícola como sinônimo de rural e de modernização como sinônimo de desenvolvimento.

Numa outra linha de raciocínio e para fazer um contraponto com o enfoque neoliberal, a reflexão sobre a multifuncionalidade da agricultura no âmbito das políticas públicas de desenvolvimento rural com a perspectiva do enfoque territorial pode contribuir para a concepção de um modelo de desenvolvimento mais inclusivo ao passo que a agricultura familiar, as famílias rurais e o rural propriamente não sejam negligenciados e deixados à margem do processo. Isso implica observar as vantagens e desvantagens da transferência de recursos públicos para o meio rural, e, a definição de responsabilidades das instâncias locais e dos agricultores contemplados.

Os autores Bonnal, Cazella e Maluf (2008, p.221) nos expõem que:

“(...) as operações implementadas no meio rural, que ainda carregam a marca do assistencialismo, podem passar a vincular seus subsídios em troca de benefícios para a sociedade em geral, como a preservação do meio ambiente, da biodiversidade e das paisagens, o alívio da pressão antrópica nos centros urbanos ou a produção de

alimentos de qualidade. Algumas políticas públicas acabam incentivando iniciativas empresariais descoladas dos preceitos do desenvolvimento territorial e perversas do ponto de vista da reprodução social da agricultura familiar. “

Para refletir sobre as contribuições para as estratégias e políticas de desenvolvimento aportadas pelos enfoques da multifuncionalidade da agricultura faz-se necessário uma breve retrospectiva dos fatos que, de certa forma, nos deparamos na atualidade. Historicamente, percebe-se que a dinâmica de modernização da agricultura se guiou, essencialmente, a partir de uma lógica produtivista e excludente conforme exposto no tópico anterior. A proposta na década de 1960, segundo Delgado (2009) era a implementação de uma política de modernização da agricultura brasileira para transformá-la numa grande empresa capitalista. Segundo o documento final aprovado nas plenárias da Etapa Nacional da primeira Conferência Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável e Solidário (I CNDRSS), temos que:

“A atual realidade rural resulta de um processo histórico de formação de uma estrutura social, econômica, cultural e política fundada na concentração da terra, da riqueza e do uso dos recursos naturais, na escravidão e no extermínio dos povos indígenas, no latifúndio e na monocultura voltada para a exportação na dependência em relação aos mercados externos, na presença de uma forte elite agrária, bem como em diferentes formas de desigualdades sociais (gênero, geração, étnicas, raciais) e regionais, com especial destaque para a pobreza rural e o uso da dominação política e econômica por parte das oligarquias tradicionais.” (CONDRAF, 2008, p.8).

Desde a década de 1930 com a grande depressão, a economia brasileira foi dominada pela ideia-força de industrialização que se repercutiu na agricultura. Na década de 1950 com o governo de Juscelino Kubitschek, observou-se o papel decisivo do Estado nesse caminho e seu caráter conservador do processo, no sentido de que não representou qualquer rompimento com as elites agrárias e esteve baseado na manutenção de salários reduzidos. (DELGADO, 2009).

O modelo de desenvolvimento adotado nesse período foi caracterizado como dependente. O Estado brasileiro desempenhou vários papéis como de agente produtivo para a consolidação do setor produtivo estatal, o qual na década de 1990 seria privatizado. Também exerceu o papel de agente financeiro e de articulador de capitais privados nacionais e internacionais que estavam inseridos no processo de acumulação industrial, outro ponto foi a transposição da estrutura industrial dos países capitalistas centrais para os periféricos como ocorreu no caso brasileiro. O Estado foi também a expressão de um pacto de poder autoritário e excludente das camadas populares, sobretudo no meio rural, ao passo que não alterou a estrutura de poder no campo. Nesse período se observa nas políticas públicas a constituição de uma economia urbano-industrial com a proteção da produção, a manutenção dos preços dos alimentos controlados e os salários reduzidos, entre outros aspectos. (DELGADO, 2009).

Na década de 1960, temos evidenciada a crise desse modelo, pois se observa a aceleração da inflação e a perda de capacidade do Estado em manter o pacto de poder político que sustentava até então. Em 1964, ocorre o golpe de estado militar, que foi decisivo para enfrentar os conflitos existentes e buscar manter o pacto político tradicional que incluía as elites agrárias. Nesse mesmo ano ocorre a criação do estatuto da Terra, e, em 1970 uma proposta de modernização da agricultura brasileira com subsídios para o crédito agrícola, porém concentrados nas regiões Sul e Sudeste, o que acentuou os desequilíbrios regionais

existentes. Percebe-se nessa política a preferência para os grandes produtores e alguns médios, fato que aumentou a concentração fundiária. Houve o favorecimento dos produtos agrícolas para exportação concomitante com o aumento da relação entre os preços das exportações e os preços dos produtos alimentares. Isso provocou desequilíbrio na relação entre a produção para exportação e produção para alimentação.

A questão da modernização da agricultura se associava então à ideia de complexo agroindustrial, com a liderança de empresas multinacionais, num processo chamado de “industrialização (e internacionalização) da agricultura” ou de “revolução verde”. A conjuntura internacional da época era extremamente favorável, tanto com relação à exportação de produtos agrícolas quanto pela disponibilidade de crédito. A ideia subjacente desse período para os atores do governo era de que o rural era sinônimo de agrícola e o desenvolvimento rural era identificado com a modernização da agricultura. Contudo, se observa um processo de expulsão do trabalhador rural do campo, sobretudo onde a modernização foi mais intensa, que foram nas regiões Sudeste e Sul do país, com cerca de 60% do total das migrações líquidas do meio rural entre as décadas de 1960 e 1970. (DELGADO, 2009).

Em 1979, no governo Figueiredo foi estabelecido uma prioridade à agricultura, em função da expectativa generalizada de uma crise de abastecimento de alimentos, devido ao fraco desempenho de sua produção na década anterior. De certa forma, isso se refletiu numa mudança da política agrícola em favor do fortalecimento da política de preços mínimos (indexando-os à inflação) e da diminuição da importância da política de crédito rural. Havia o temor do desabastecimento interno de alimentos, e havia uma conjuntura de crise da economia nacional, o que forçou o governo militar a tomar medidas para favorecer o aumento de sua produção. (DELGADO, 2009).

Na década de 1980, com a crise da dívida externa desencadeada pela elevação das taxas de juros internacionais ocasionadas pela política econômica norte-americana, a agricultura brasileira passa a ser vista como o principal instrumento para o equilíbrio da conta de transações correntes da balança de pagamentos, por meio de estímulos governamentais às exportações.

No início da década de 1980 ocorreu uma primeira onda de reforma da política agrícola no Brasil em decorrência da crise da dívida externa, e, conseqüentemente a necessidade de se gerar divisas para pagar a dívida. O Estado promoveu políticas de ajuste macroeconômico que levaram à reforma da política de crédito rural, reduzindo o volume de crédito e indexando as taxas de juros mínimos à inflação. Em paralelo, houve o fortalecimento da política de garantia de preços mínimos, que foi acompanhada pelo monopólio estatal no comércio exterior da grande parte dos produtos agrícolas. Dessa forma, as políticas de ajuste do início da década de 1980, o ambiente macroeconômico do final dessa década e do início da década de 1990, tiveram um papel crucial na determinação das reformas que impactaram o setor agrícola.

Para Delgado (2009), as conseqüências da crise da dívida externa e de suas principais formas de manifestação foram a impossibilidade de acesso ao mercado internacional de crédito; a elevação brusca da remessa de juros por conta do enorme aumento das taxas internacionais; a profunda crise institucional e financeira do Estado nacional; e a aceleração vertiginosa da inflação. O resultado da política macroeconômica adotada, especialmente monetária, fiscal e comercial, foi o fato de ter ficado refém da necessidade de viabilizar internamente os pagamentos relativos ao serviço da dívida externa e de impedir que o agravamento do endividamento público externo e da taxa de crescimento dos preços empurrasse a economia para a hiperinflação.

Na década de 1990, se observa a adoção de uma política de liberalização comercial, de desregulação e de desmonte dos instrumentos de política agrícola que eram utilizados até a

década de 1980. Ocorreu a aceleração do endividamento externo com o governo Fernando Henrique Cardoso, que voltou a utilizar uma política de ajustamento externo baseado na expansão das exportações agropecuárias, consequentemente o setor do agronegócio foi favorecido.

Segundo Delgado (2009, p.19):

“...as décadas de 1980 e 1990 apresentaram um comportamento completamente diverso da tendência histórica apresentada pela economia brasileira em todo o pós-guerra até o final dos anos 1970: um crescimento bastante medíocre da economia como um todo e uma relativa estagnação do crescimento industrial, com taxas médias anuais muito abaixo das da agricultura. O processo de globalização mundial e a adoção de políticas neoliberais de abertura comercial e de relativa desindustrialização parecem ter induzido um retorno do Brasil ao projeto de “vocação agroexportadora” defendido historicamente pelas elites agrárias e que vai redefinir, dessa perspectiva, o papel que a agricultura deve desempenhar na economia.”

Num contexto de luta pela democratiza o do país, sobretudo com a Constitui o de 1988, v -se um impulso no projeto democratizante e surgem novos atores no cenário político que ganham visibilidade e espaços públicos, e novos movimentos sociais rurais, como o Movimento dos Sem Terra - MST, o Movimento dos Atingidos por Barragens, o movimento de mulheres trabalhadoras rurais, o Conselho Nacional dos Seringueiros e antigas e novas representa es do movimento sindical, como a Confedera o Nacional dos Trabalhadores na Agricultura - CONTAG e a Central única de Trabalhadores - CUT, além da presença de entidades da Igreja Católica, como a Comissão Pastoral da Terra - CPT, e de organiza es não governamentais como a - FASE, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econ micas - IBASE, a CEDI, a ABRA entre outras que se envolveram na Campanha Nacional pela Reforma Agrária e pela mobiliza o da sociedade civil a favor da reforma agrária durante a Assembleia Constituinte. Concomitante a gradual afirma o social desses novos atores, observa-se que a questão agrária começa a ganhar maior visibilidade política.

  correto afirmar que a Constitui o de 1988 representou uma conquista fundamental, no sentido de que viabilizou a cria o de esferas públicas de participa o como as institui es públicas das quais fazem parte representantes do Estado e da sociedade civil. Os objetivos dessas institui es são o avanço da democratiza o relativa ao controle social e   descentraliza o de várias políticas públicas setoriais. Surgiram diversos conselhos, tanto urbanos quanto rurais, e se destaca a cria o do Conselho de Segurança Alimentar- CONSEA no governo de transi o de Itamar Franco, após o *impeachment* de Collor, que realizou sua primeira Conferência Nacional de Segurança Alimentar em julho de 1994. No governo de Fernando Henrique Cardoso o CONSEA foi descontinuado. Porém, o movimento social em torno da segurança alimentar avançou e ganhou destaque e legitimidade como prioridade de uma política de desenvolvimento nacional, de modo que o CONSEA foi recriado no primeiro Governo Lula. A elei o do presidente Lula foi considerada uma conquista do projeto democrático, apesar de alguns elementos apontarem a continuidade ou convergências com o projeto neoliberal. (DELGADO, 2009).

O Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável – CNDRS surgiu no primeiro Governo Fernando Henrique Cardoso – FHC, e pode ser considerado um marco importante para o avanço do debate público acerca do significado do rural, da no o de desenvolvimento rural e da necessidade e características da constru o de uma estratégia de

desenvolvimento para o Brasil rural. No Governo Lula, o CNDRS passou a assumir a sigla CONDRAF.

Sem a intenção de realizar uma avaliação do governo Lula e muito menos dos dois mandatos subsequentes do governo Dilma Roussef, o que seria tarefa para outra tese, observam-se iniciativas de planejamento territorial que se traduzem no programa “Fome Zero” e nos CONSADs ligados ao Ministério do Desenvolvimento Social, no Ministério de Integração Nacional com os PROMESSOs e o Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA) com os Planos de Desenvolvimento Rural Territorial, assistência ao agricultor com a aposentaria, além das políticas sociais como o programa Bolsa Família. A Política Nacional de Desenvolvimento Regional (PNDR) foi lançada pelo Ministério de Integração Nacional, e está voltada para a redução das desigualdades regionais e também para a ativação das potencialidades de desenvolvimento das regiões brasileiras. O Ministério de Desenvolvimento Agrário - MDA coloca a abordagem territorial como eixo central e o foco de sua atuação. Para a constituição de territórios a Secretaria de Desenvolvimento Territorial possui como critério básico o caráter da paridade entre sociedade civil e instituições governamentais. A discussão sobre a reforma agrária se deslocou então para o desenvolvimento territorial rural, consolidando-se com programa Territórios para a Cidadania. Este programa objetiva atender as necessidades de infraestrutura física e social de centenas de territórios rurais. (GUANZIROLI, 2005)

Sintetizando o exposto até aqui, pode-se afirmar que o projeto do agronegócio era pautado pela expansão da agricultura de exportação tendo em vista o processo de globalização. O projeto democratizante foi representado inicialmente no meio rural pela proposta de reforma agrária e de desenvolvimento rural que tinha como foco a agricultura familiar. *A posteriori*, surgiram novos atores e propostas, como o reconhecimento dos direitos sociais das populações rurais, da democratização do acesso às políticas públicas, e do objetivo fundamental da segurança alimentar e nutricional da população brasileira.

Com tudo isso, observa-se no Brasil, organizações não governamentais e associações de agrônomos em discussões sobre as consequências desastrosas da revolução verde, buscavam alternativas para a questão do desenvolvimento que trouxessem para a centralidade não o grande produtor, mas os pequenos produtores e as populações rurais. O foco era a construção e a implementação de outro modelo de desenvolvimento rural, cujas consequências ambientais, sociais, econômicas, culturais e políticas trouxessem benefícios aos pequenos produtores e às famílias rurais.

Segundo Bonnal, Cazella e Maluf (2008), a agricultura de base familiar, considerada na sua diversidade social, representa a forma que melhor expressa, efetiva ou potencialmente, o que a noção pretende como um objetivo de políticas públicas voltadas à promoção de modelos de produção socialmente equitativos, ambientalmente sustentáveis e que valorizem a diversidade cultural e dos biomas. Pode-se acrescentar a esse pacote o reconhecimento da qualidade dos produtos elaborados no campo que são, em alguns casos, produtos tradicionais ou de qualidade superior e específica que só consegue esse reconhecimento tendo em vista o lugar onde foram produzidos.

Ainda segundo os autores *op cit*, a importância atribuída à produção alimentar deve ser cotejada com a constatação de que a reprodução econômica das famílias rurais no Brasil não possui uma relação linear com a atividade agrícola desenvolvida por essas famílias. O fato é que muitas delas obtêm incrementos de renda por outras fontes que não apenas sua produção agrícola mercantil. Esta característica impõe desafios específicos para a correlação entre a atividade agrícola e a promoção das demais funções da agricultura que se pretende valorizar.

Um exemplo de outras fontes de renda seria o turismo rural e os serviços ambientais com a proteção da biodiversidade.

Para Bonnal, Cazella e Maluf (2008, p.188-189), as funções da agricultura são:

“a) Reprodução socioeconômica das famílias rurais: diz respeito à geração de trabalho e renda que permita às famílias rurais se manterem no campo em condições dignas, função proeminente num contexto de elevado desemprego e de baixa renda para amplos segmentos da população; a propósito, a atividade agrícola continua a desempenhar papel central na reprodução econômica e social das famílias rurais no Brasil, apesar de um bom número delas auferir pequena renda monetária com a produção agrícola própria;

b) Promoção da segurança alimentar das próprias famílias rurais e da sociedade: a segurança alimentar é aqui considerada em termos da disponibilidade e acesso a alimentos de qualidade e que reflitam a diversidade ecológica e cultural; no caso, cabe ressaltar a importância da produção voltada para o autoconsumo e as referências recorrentes pelos atores locais a essa função da agricultura, inclusive por aliviar a pressão do êxodo rural sobre os centros urbanos;

c) Manutenção do tecido social e cultural: contribuição decorrente das anteriores e também de fatores ligados à identidade social e às formas de sociabilidade das famílias e comunidades rurais, a agricultura continua sendo o principal fator definidor da identidade e condição de inserção social das famílias rurais brasileiras; contudo, as expectativas quase sempre pessimistas quanto ao futuro da atividade agrícola contrapõem-se à intenção dos agricultores de permanecerem no campo ou “no lugar”, requerendo diferenciar a relação dos mesmos com o (meio) rural e com a atividade agrícola;

d) Preservação dos recursos naturais e da paisagem rural: de um lado, o desempenho dessa função passa pelos conflitos entre o uso sustentável dos recursos naturais, a prática da agricultura (algumas tradicionais) nas unidades agrícolas familiares e aspectos da legislação ambiental; de outro lado, a preservação da paisagem é uma questão pouco ou quase nada tratada no Brasil, observando-se um menor grau de percepção no tocante à paisagem rural (mais do que a agrícola)”.

Conforme a pesquisa realizada por Bonnal, Cazella e Maluf (2008), as visões dos agricultores acerca da agricultura e seus papéis vão desde o reconhecimento da agricultura como base da economia local (importância produtiva e aportes financeiros indiretos como os da previdência rural) até a constatação da sua pouca importância econômica e incapacidade de impulsionar o desenvolvimento local.

Como a questão sobre o meio ambiente é relevante e inclusive uma das funções da agricultura seria justamente a preservação dos recursos naturais, observa-se que no final da década de 1980, a noção de desenvolvimento sustentável emerge com a Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD, 1987). O relatório final descrevia e defendia a necessidade de um crescimento para todos com equilíbrio entre o desenvolvimento e a preservação ambiental. Conforme o documento, desenvolvimento sustentável seria “aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras satisfazerem suas próprias necessidades”. Então, nessa linha a função da agricultura de preservação ambiental ganha força, como também cabe destacar a palavra equilíbrio ligada ao desenvolvimento e ao ambiente.

Estas ideias representaram fortes influências na concepção de políticas que foram apresentadas por agências e órgãos de financiamento para melhorias do sistema de produção em regiões consideradas pobres ou muito pobres.

Segundo o relatório final do CONDRAF (2008):

A sustentabilidade é compreendida a partir de suas múltiplas dimensões, devendo buscar superar as desigualdades históricas de gênero, geração, raça e etnia. A dimensão política significa afirmar oportunidades de participação ativa, contínua e democrática nos processos decisórios que afetam a vida em sociedade; a econômica significa a viabilização, no médio e longo prazo, de atividades produtivas e a distribuição equitativa da renda gerada; a dimensão social defende o acesso a direitos, à terra, à proteção do Estado e ao exercício pleno de opções e escolhas relativas à cultura e tradições, contribuindo para a eliminação das desigualdades sociais; a dimensão ambiental pressupõe atenção, respeito, uso sustentável e proteção aos recursos naturais, eliminando práticas danosas ao meio ambiente; e a dimensão territorial pressupõe assegurar o acesso à terra para as populações rurais enquanto condição primordial para a sua existência enquanto grupo social.

Para Maluf (2012), a agricultura familiar tem um papel, uma função na manutenção do rural, no entanto ainda existe muita idealização do rural. A questão da preservação dos recursos naturais e da paisagem rural é uma referência recente no Brasil, sendo mais comum na Europa.

Para concluir esse recorte histórico observa-se que ao final de século XX, os projetos de desenvolvimento até então conhecidos e implementados enfrentavam realidades socioeconômicas que não os legitimavam enquanto alternativas válidas para todos os países e Zaoual (2006) nos alerta justamente para as questões relacionadas com modelos econômicos transpostos, chamados por ele de “cirurgia de sociedade”.

Essa transposição geralmente era realizada sem levar em consideração a relatividade dos contextos humanos, nem mesmo a capacidade de autonomia dos espaços locais. O autor nos remete a pensar nas questões de justiça ecológica, social e nos modelos impostos e aplicados em diversas regiões do país. Uma das questões centrais é justamente considerar os atores da situação para pensar ações e políticas de desenvolvimento, conforme nos alerta Zaoual (2006). A não observação deste ponto pode levar a desastres sociais e ambientais, e correlacionando com a “revolução verde” percebe-se essa problemática da transposição classificada, muitas vezes, como inconsequente e irresponsável. São os atores da situação, os quais aqui se faz referência aos agricultores, que sabem desvendar os enigmas da região e que devem ser ouvidos. O autor é bastante enfático ao ressaltar a relevância dos atores da situação ou do *homo situs*.

Zaoual (2006) discorre sobre megaprojetos que tem constituído rendas e mercados consideráveis, tanto para as elites do Sul quanto para *experts*, firmas e bancos dos países doadores, mas isso cria mercados artificiais onde as motivações altruístas exerciam um papel de disfarce. Também cita as ONGs que tem implementado projetos em prol do desenvolvimento, mas chama atenção para o fato de que por serem pequenos, em boa parte das situações, não quer dizer que não sejam nocivos. Algumas ONGs são dotadas de um marketing social que não as diferencia muito das empresas comerciais, e possuem maior flexibilidade para se introduzirem nos mercados e nos poros da sociedade. O autor nos expõe os pressupostos do que ele chamou de: “ideologia de dominação da situação que predispõe os especialistas à arrogância.”

Ploeg (2008) é outro autor que pode auxiliar na sintetização do exposto até aqui, ele nos esclarece que atualmente, a agricultura mundial se caracteriza por três trajetórias de desenvolvimento básicas e mutuamente contrastantes. Em primeiro lugar, a tendência para uma industrialização multifacetada e de longo alcance; num segundo momento, um processo de recampesinização e, em terceiro lugar, um processo de desativação. Cada uma dessas trajetórias afeta a natureza dos processos agrícolas de produção, e influenciam o emprego, o montante total de valor agregado, a ecologia e a paisagem e a biodiversidade, bem como a quantidade e a qualidade dos alimentos.

Para o autor *op cit*, as trajetórias de desenvolvimento interagem com uma segmentação da agricultura, que são a agricultura camponesa, a do tipo empresarial e a agricultura capitalista ou corporativa. Ploeg (2008, p. 18) nos coloca que a essência dessa diferença reside, entre outras: “nas diferentes formas de estruturar o social e o material, por exemplo, os camponeses produzem campos e criam gado que são diferentes daqueles produzidos por agricultores empresariais e capitalistas.” Assim, há que se ter políticas diferenciadas para o pequeno produtor ou o agricultor familiar que integram um grupo com uma lógica diferente da visão estritamente econômica, como é o caso de uma parcela significativa de produtores associados que solicitam selo de reconhecimento de IG para seus produtos.

O tópico a seguir pretende iniciar uma discussão sobre o enfoque territorial e a relação com a multifuncionalidade da agricultura. Sendo assim, pode-se recorrer a Medeiros e Dias (2011) que nos esclarecem que o tema do desenvolvimento rural conceituado a partir da perspectiva ou enfoque territorial é relativamente recente no debate acadêmico e o que está fundamentando este enfoque é a noção de territorialização do desenvolvimento. Segundo os autores, faz-se necessário que se supere uma visão antiga de que o “rural” é sinônimo de pobreza, o que, de certa maneira, direcionou a implementação de políticas públicas com um viés setorial e produtivista. Como colocado ao longo dessa parte do texto, a perspectiva do rural e seu papel se transformaram na tentativa de uma conformação de suas múltiplas funções. Outro ponto foi que a transposição de modelos pode ser muito danoso, pois os espaços, ou melhor, os territórios possuem suas especificidades, ecossistemas, culturas e tradições diferentes.

3.4. Território e Multifuncionalidade da Agricultura

Segundo Bonnal, Cazella e Maluf (2008) a noção de território guarda proximidade com a de multifuncionalidade da agricultura a qual, anos atrás, foi utilizada em países europeus para orientar a elaboração de políticas agrícolas e rurais como a PAC (Política Agrícola Comum). Podem-se destacar as dimensões das políticas que se dividiam entre a social, a ambiental e a cultural, além da dimensão estritamente econômica, que se relacionavam com os processos produtivos agrícolas e rurais. Outro ponto a se destacar foi o reconhecimento da importância da proximidade e da localidade nesses mesmos processos.

É correto afirmar que tanto a valorização da multifuncionalidade da agricultura quanto a questão do enfoque nos territórios se traduz em referências às manifestações “não produtivistas” que se observam tanto no Brasil como em outros países. Esse discurso se contrapõe ao modelo hegemônico do agronegócio que é levado a reagir, e também revela preocupações com questões de equidade social e justiça ecológica que se relacionam com o fazer agrícola e outras temas ligados ao mundo rural.

Entre as diferenças que se expressam com relação às concepções sobre território, pode-se afirmar que não são excludentes entre si. Bonnal, Cazella e Maluf (2008) sobre as concepções de território os autores nos esclarecem que:

“a) território como unidade de atuação do Estado para controlar a produção de externalidades pela agricultura, sejam elas positivas ou

negativas; essa abordagem responde essencialmente a uma preocupação da economia política;
b) território como unidade de construção de recursos específicos para o desenvolvimento econômico; essa preocupação corresponde ao ponto de vista da economia territorial;
c) território como produto de uma ação coletiva, concepção relacionada à socioeconomia das organizações;
d) território como componente fundamental das sociedades tradicionais, no sentido de sociedades arcaicas, que se inscreve na perspectiva da antropologia e da antropologia econômica.”

Vejam os cada uma das concepções a seguir segundo a ótica dos autores acima citados. Sobre a primeira que se refere ao território como lugar de expressão e de tratamento das externalidades da agricultura, os autores Bonnal, Cazella e Maluf (2008) nos dizem que a economia pública se interessa pela produção e regulação de bens públicos e que no caso da multifuncionalidade da agricultura as principais questões consideradas seriam a busca por promover as externalidades positivas estabelecendo prioridades entre elas, entre outras. Sobre essa perspectiva, entende-se que o território é apenas o espaço de aplicação dos instrumentos da política pública, sendo assim uma noção complementar ao setor de atividade ou ao público o qual se destina a política.

Com relação ao item b das concepções do território, o entendimento é que o mesmo é visto como resultado de projetos coletivos voltados a construção de recursos específicos e discriminantes, como nos expõe Bonnal, Cazella e Maluf (2008). A lógica subjacente é da economia territorial que olha para a atividade econômica de um espaço ativando o conceito de multifuncionalidade a fim de justificar as estratégias de desenvolvimento territorial. Dessa forma, o território é o lugar de construção de recursos específicos o que possibilita a criação de bens diferenciados.

Para os autores *op cit* (2008, p.192-193)

“...o território é concebido como o resultado de uma ação combinada entre atores e agentes econômicos. Ao contrário da abordagem anterior, na qual o território não constitui uma entidade importante, aqui ele ocupa um papel destacado, que transcende aquele dos estabelecimentos agropecuários e até da própria agricultura. A multifuncionalidade deixa de ser uma característica da agricultura para se transformar em uma característica construída do território.”

Segundo Pecqueur (2009, p. 87) sobre as diferentes características dos territórios, o autor afirma que:

“Essas diferentes características conduzem-nos à ideia de que não são somente os produtos e os serviços que se vendem localmente, mas, por meio das contribuições de todos os atores (incluindo os atores públicos) e da integração das amenidades ambientais (paisagens, climas etc.), o próprio território torna-se o produto a ser vendido, na medida em que ele constitui a oferta compósita.”

Sobre os rendimentos para o agricultor, Mollard (2001) *apud* Pecqueur (2009, p.87) nos diz que: *“... o ganho que pode ser extraído dessa passagem da soma dos produtos locais à produção territorial constitui um efeito de renda denominado qualidade territorial”*.

Pecqueur (2009) descreve as características centrais da economia dos territórios, que são a sociedade e a comunidade em equilíbrio sendo ilustrada pela porosidade da relação comercial em relação ao resto das relações sociais; a segunda seria o funcionamento e a organização dos sistemas produtivos locais os quais são marcados pela historicidade e pela memória coletiva, sendo o território um espaço social e real; e a terceira diz respeito à reciprocidade que nos diz que a modalidade comercial não é a única a ser considerada em termos de coordenação, e que esse conceito de reciprocidade é próprio das sociedades arcaicas na tradição antropológica do século XX, marcada pelas contribuições de Marcel Mauss e os seus sucessores.

Sobre reciprocidade Pecqueur (2009, p.89) nos esclarece que:

“Na sociedade contemporânea, as relações de reciprocidade estão presentes, por exemplo, na família, nas relações de amizade ou em algumas formas de relacionamento comunitário. A reciprocidade implica em fidelidade, gratidão e identidade. Em particular, o agente que se insere num dado sistema de reciprocidade deve poder contar com a manutenção, no tempo, da sua identidade relativamente a um conjunto mais complexo: os ofícios, a família, a comunidade, o grupo social e mesmo o território (na sua aceção de uma construção de atores). A relação de reciprocidade enraíza-se, assim, na identidade social dos agentes econômicos, pressupondo-se que esse sentimento de identificação seja suficientemente estendido ao ambiente de proximidade dos agentes. Em outros termos, a reciprocidade é constitutiva dos processos de territorialização.”

Voltando às noções de território descritas por Bonnal, Cazella e Maluf (2008) a terceira linha sobre o território é a que o conceitua como resultado de projetos coletivos convergentes não exclusivamente econômicos e observa-se que o entendimento é que o mesmo é o lugar onde se empreende ações conjuntas para o bem da coletividade. Para os autores a reflexão sobre a multifuncionalidade da agricultura cedeu lugar a dois tipos de aplicações. Uma se refere às ações coletivas implementadas em nível local a fim de operacionalização das oportunidades apresentadas pela política pública. A segunda se refere às iniciativas dos atores locais no intuito de dar soluções para problemas que afetam a todos ou à maioria do local.

Nessa terceira linha os autores definem que o território pode ser entendido de diversas maneiras (2008, p.195):

“Ele pode ser “imposto” pelas condições do meio ambiente ou da estrutura do povoamento (microbacia, faixa litorânea, povoado etc.) ou definido de maneira administrativa: unidade territorial ou território ocupado pelo público destinatário de uma determinada política pública. Por fim, ele pode corresponder ao território ocupado pelos participantes voluntários de uma ação coletiva.”

A última concepção descrita por Bonnal, Cazella e Maluf (2008, p. 195) nos coloca que o território é componente fundamental de sociedades territoriais e que nessas sociedades a “ausência de processo de divisão do trabalho faz com que não atraiam setores econômicos independentes e que as transações monetárias não sejam as únicas formas que regulam os intercâmbios entre os membros da sociedade.”. Nesse caso o território é concebido como o espaço físico e simbólico. Sobre a multifuncionalidade, os autores constataram que ela se expressa pela diversidade das formas de intercâmbio e reciprocidade em torno dos produtos

agropecuários, do acesso aos recursos naturais como terra, água, floresta e outros, e também das relações de trabalho.

Conforme nos expõe Bonnal, Cazella e Maluf (2008, p.195-196):

“Alguns pesquisadores buscaram analisar o papel da agricultura em sociedades territoriais na Ilha de Mayotte, na Nova Caledônia e no Senegal, utilizando o conceito da multifuncionalidade (GROUPE POLANYI, 2008). O propósito consistiu em entender como a agricultura participa na criação dos laços sociais que cimentam as sociedades e qual é sua influência territorial. Esses autores utilizaram instrumentos de análise da antropologia, notadamente sobre intercâmbio tal como concebido por Mauss (1950) e sobre a produção de normas baseadas no intercâmbio, na solidariedade e na redistribuição, seguindo Polanyi (2000). Outros autores utilizam também referências da economia institucional sobre as mudanças institucionais (NORTH, 1990) ou sobre o papel das instituições informais (SCHMID, 2004).”

Sobre este ponto e para completar a análise da relação entre a noção de multifuncionalidade e território, Bonnal, Cazella e Maluf (2008, p. 196) afirmam que é possível: “correlacionar as múltiplas funções da agricultura com os sistemas de atividades das famílias rurais cujas manifestações no âmbito dos territórios são mediadas por dinâmicas sociais e econômicas.” Há uma diferenciação importante descrita pelos autores e que recorrem a Bonnal e Maluf (2007) para destacá-la que é entre a esfera pública que é regulada por normas coletivas e a esfera privada que se regula por meio do mercado.

É correto afirmar que a agricultura pode ser a fonte de bens públicos e bens privados. Privados no sentido que os produtos agrícolas vendidos irão prover rendimentos ao agricultor para que este possa sobreviver. Mas, além disso, existem as atividades não agrícolas que também possuem um papel a ser destacado e podem constituir rendimentos e também contribuir para os bens públicos quando, por exemplo, ocorre a manutenção do tecido social, da cultura e das tradições. Nesse ponto cabe destacar os produtos com selo de IG os quais são elaborados seguindo, por exemplo, receitas centenárias ou práticas próprias do território onde são elaborados.

Na linha da esfera pública, a questão da multifuncionalidade da agricultura prevê a produção de bens públicos relacionados, por exemplo, à segurança alimentar, preservação dos recursos naturais e da paisagem, além da manutenção do tecido social e cultural.

A figura a seguir, elaborada por Bonnal e Maluf (2007) exemplifica essa relação entre a multifuncionalidade da agricultura, território e esfera pública e privada:

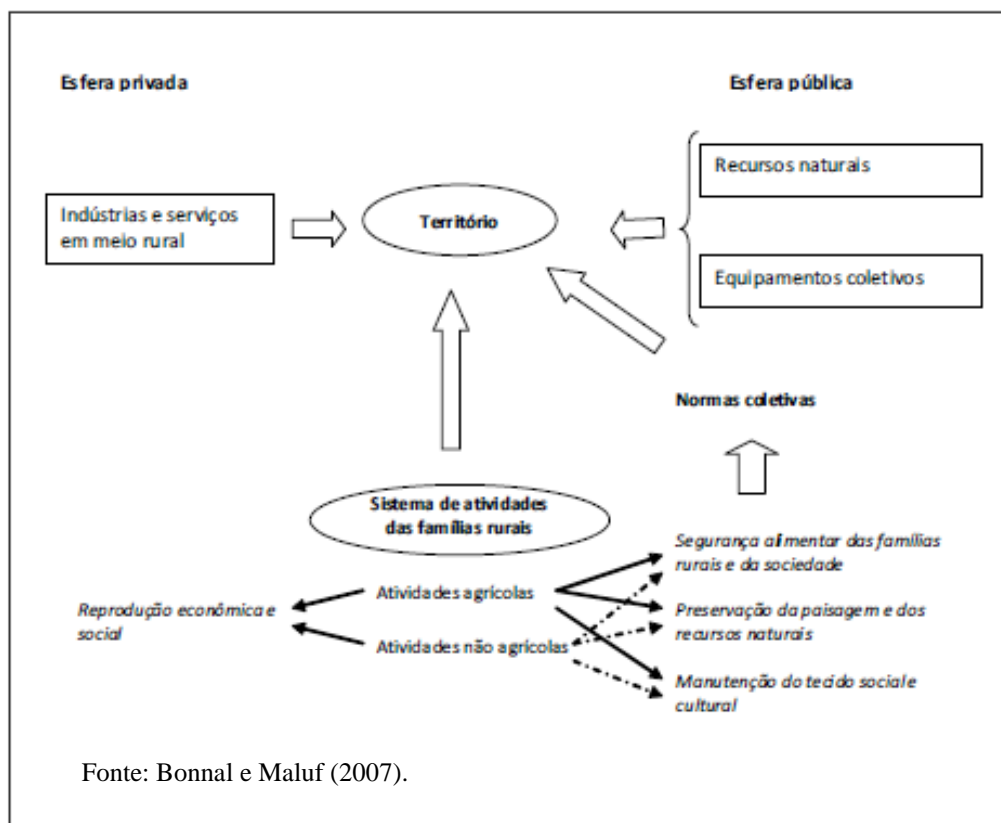


Figura 1. Multifuncionalidade e Agricultura.

Segundo Ambrósio (2008):

“A revalorização do meio rural, com suas potencialidades e especificidades, enquanto espaço para o desenvolvimento de novos arranjos socioeconômicos, adequa-se a um conceito crescentemente estudado nos últimos anos, o desenvolvimento local. A noção de desenvolvimento local implica na tentativa de construção de parcerias entre organizações de diferentes setores (governamentais, comunitários e empresariais), a valorização da participação social no planejamento e na gestão de projetos, o incentivo a processos de auto-organização, capacitação das populações locais e difusão de conhecimento.”

Para fins de posicionamento e que também justifica o título da tese recorreremos a Pecqueur (2006) mais uma vez para reafirmar que há uma preferência na atualidade por utilizar o termo desenvolvimento territorial, ao passo que esse desenvolvimento não deve ser resumido à dimensão do pequeno, assim como também há uma concordância de que o local, utilizados no termo desenvolvimento local, não quer dizer “localista”, e então adotamos o termo territorial.

A parte seguinte da tese tratará sobre Desenvolvimento Territorial.

4. DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

A *a priori* existem inúmeras críticas e questionamentos sobre o próprio sentido da noção de desenvolvimento, não em termos gerais, mas, essencialmente ao enfoque homogeneizador que se observa nas concepções tradicionais de desenvolvimento. Essa negação ao efeito homogeneizador da concepção de desenvolvimento se dá em função de se ratificar a desconsideração de uma visão de que para se chegar ao desenvolvimento pleno haveria a necessidade de se passar por algumas etapas, como se fossem passos a serem seguidos para se chegar a um determinado fim idealizado.

Dessa forma, Maluf (2000, p. 76-77) nos coloca que:

“(...) rejeitar a perspectiva da homogeneização não implica desconhecer que a criação de espaços desiguais e a permanente geração de pobreza têm determinantes principalmente gerais no sentido de que são comuns – como aqueles que derivam da natureza desigual do desenvolvimento capitalista e que estes fenômenos são uma expressão de injustiça social.”

Na discussão sobre as origens, conceitos e legislação das IG observa-se que a questão do território está presente, mas não numa concepção de município, região ou setor; e sim como um espaço “ocupado e usado” pelos atores que ali vivem e extraem sua sobrevivência. Assim, como se buscou um entendimento no decorrer da discussão sobre multifuncionalidade. Nessa parte do texto a questão do território também será abordada.

A ideia de desenvolvimento tem uma longa tradição na política e no pensamento latino-americano, e tem seguido caminhos próprios, diferenciados do padrão predominante no *mainstream* da teoria econômica convencional, conforme nos expõe Alimonda (2012). em seu artigo sobre o Desenvolvimento na América Latina.

Maluf (2000) nos esclarece que a compreensão do sentido do subdesenvolvimento implica que existe uma condição superior, que seria a do desenvolvimento. A própria existência da concepção de desenvolvimento supõe a existência do subdesenvolvimento.

Segundo Furtado (1974), o subdesenvolvimento não se trata de uma fase anterior ao desenvolvimento. Para o autor (1974, p.94): *“(...) o subdesenvolvimento tem suas raízes numa conexão precisa, surgida em certas condições históricas, entre o processo interno de exploração e o processo externo de dependência.”*

Alimonda (2012) expõe as críticas ao desenvolvimento quando cita o economista alemão Andre Gunter Frank e lista suas três observações. A questão central é que os países latino-americanos, desde o início da história, estavam numa situação de subordinação dentro de um sistema de relações internacionais. E a chave para compreender essa situação de permanência no subdesenvolvimento seria compreender a persistência dessa situação histórica. O segundo ponto, ou segunda observação, é que o desenvolvimento em alguns setores criava distorções, e o exemplo é de que algumas economias baseadas nas exportações de produtos agrícolas ou mineiros favoreciam a acumulação de capital fora dessas regiões, ou seja, nas metrópoles nacionais ou globais. O terceiro ponto é o fato de que apesar de os processos de industrialização de alguns países latino-americanos terem alcançado um nível de “modernização”, observou-se paradoxalmente o agravamento de questões econômicas como o aumento da dívida externa e problemas na balança de pagamentos, entre outros.

Para Maluf (2000) as críticas com relação às teorias do desenvolvimento econômico e à noção de desenvolvimento econômico são bastante antigas e, a partir de meados da década de 1970 ocorre uma maior ênfase na discussão sobre os impasses teóricos e práticos do desenvolvimento econômico. O texto “Atribuindo sentido(s) à noção de desenvolvimento econômico” de Maluf (2000) tem por objetivo contribuir para o debate sobre desenvolvimento, e especificamente, sobre as relações entre o sistema agro alimentar e os processos econômicos e sociais. O autor apresenta a experiência latino-americana de desenvolvimento do ponto de vista econômico e social, sugere uma definição de desenvolvimento econômico, incluindo uma discussão sobre diversidade e desigualdade nos processos de desenvolvimento.

O referido autor nos apresenta uma reflexão sobre a suposição de que o crescimento econômico gera efeitos benéficos para todas as camadas da população, pois diz que não é possível estabelecer um claro impacto sistemático, no tempo, do crescimento econômico no grau de equidade social. O viés econômico, o paradigma quantitativo do desenvolvimento não é receita para enfrentar a desigualdade e a pobreza.

A noção de desenvolvimento traz consigo a difusão de progresso técnico e inovação, mas a questão que se coloca é: Que tipo de repercussão social tem a questão do progresso técnico? O desenvolvimento pode ser considerado como tal quando a introdução de novas técnicas introduz uma homogeneidade social. A difusão técnica pode ser usada como desenvolvimento para promover a redução das desigualdades sociais e melhoria do bem-estar. Então, se a partir das afirmações anteriores pode-se inferir o que é desenvolvimento, e logo o que é subdesenvolvimento?

Pode-se dizer que o subdesenvolvimento não é uma etapa e nem uma fase rumo ao desenvolvimento, como já dito anteriormente. Ele é uma variante do desenvolvimento, um desenvolvimento perverso. Seria um tipo de desenvolvimento que apesar da introdução de novas técnicas não promoveu a equidade social com a melhoria das condições de vida da população, sobretudo quando nos referimos aos países da América Latina.

Para Esteva (2000, p.66), o debate sobre a origem e a causa do subdesenvolvimento mostra até que ponto esse subdesenvolvimento é acatado como algo real, concreto, quantificável e identificável, que pode ser investigado. A palavra nos remete a uma percepção e se torna um objeto, um fato, mas o autor afirma que “subdesenvolvido” é um adjetivo comparativo que tem como base a premissa, muito ocidental, porém inaceitável, da “unicidade, homogeneidade e linearidade da evolução do mundo”.

Conforme nos expõe Maluf, a lógica do progresso técnico é a lógica do ganho. Numa concepção de economia política, qual é a questão que se coloca? O ponto de tensão é justamente o fato de o progresso técnico permitir ao capitalista aumentar sua produtividade e lucratividade sem, necessariamente, aumentar a necessidade de mais força de trabalho. Assim, se o valor dos bens tem origem na força de trabalho, na sua riqueza gerada, tornou-se perfeitamente possível ampliar os ganhos, com o aumento da produtividade com a mesma força de trabalho ou ainda com uma força menor.

Esteva (2000) apresenta alguns autores que faziam a associação entre desenvolvimento e crescimento econômico, mas com a publicação do Relatório da situação social mundial, de 1952, passou-se a observar um interesse por parte das Nações Unidas, entre outras, no sentido de um olhar mais criterioso para as questões das condições sociais existentes e na elaboração de medidas para aliviar a pobreza mundial. No entanto, o “econômico” e o “social” eram considerados realidades distintas, e ponto de conflito entre os quantificadores econômicos e os especialistas em serviços sociais. Em 1962, recomendou-se a integração entre os dois aspectos de desenvolvimento numa tentativa de busca de equilíbrio e integração.

Para Veiga (2005), podem-se observar três consensos ou entendimentos sobre a ideia de desenvolvimento. O primeiro entendimento, ou primeira corrente seria a dos

fundamentalistas, em que o desenvolvimento seria o mesmo que crescimento econômico. Neste ponto, o principal exemplo de sua aplicação consiste em medir o desenvolvimento com base no Produto Interno Bruto *per capita* de um país. Assim, o desenvolvimento ocorreria como consequência natural do crescimento econômico como um “efeito cascata” (*trickle downs effect*) (SACHS, 2004).

Mas, como já descrito anteriormente, este primeiro entendimento sobre a aplicação do “efeito cascata”, na realidade o que se viu foi um acirramento dos problemas da modernidade sobre a pobreza e a desigualdade social, com uma grande concentração de renda, a riqueza gerada concentrada entre os ricos, que ficam cada vez mais ricos e os pobres ou destituídos que poderiam ficar um pouco menos destituídos, estão marginalizados. É pertinente também afirmar que está não é uma realidade apenas dos países “subdesenvolvidos”, pois a pobreza e a desigualdade social é uma questão mundial.

A criação do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e do índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e o Relatório sobre o Desenvolvimento Humano (1990) acarretaram um enfraquecimento no primeiro entendimento de desenvolvimento, a consequência foi a percepção de que o crescimento econômico apresentado por alguns países na década de 1950 não trouxe consigo os mesmos resultados sociais ocorridos em outros países considerados desenvolvidos (VEIGA, 2005).

Um segundo entendimento, de autores como Giovanni Arrighi, Oswaldo de Rivero, Gilbert Rist, diz que o desenvolvimento pode ser tratado como um mito. E ainda, que a noção de desenvolvimento sustentável em nada altera a visão de desenvolvimento econômico, sendo ambos o mesmo mito. Sachs (2008, p.26) expõe que o desenvolvimento poderia ser entendido como uma “armadilha ideológica construída para perpetuar as relações assimétricas entre as minorias dominadoras e as maiorias dominadas, dentro de cada país e entre os países”.

Ainda sobre a ideia de desenvolvimento como um mito, o mesmo seria como a imagem de um farol que em seus movimentos não conseguiria iluminar todos os pontos, onde alguns ficariam à sombra enquanto outros seriam iluminados, conforme esclarece Furtado (1996).

Furtado (1983, p. 90) distingue os conceitos de crescimento econômico e desenvolvimento da seguinte forma: “Assim, o conceito de desenvolvimento compreende a ideia de crescimento, superando-a.”

O autor faz referência ao crescimento de um conjunto de estrutura complexa e que essa complexidade estrutural não é uma questão de nível tecnológico. Esta complexidade estrutural se traduz numa diversidade de formas sociais e econômicas engendradas pela divisão social do trabalho, pois deve satisfazer necessidades múltiplas da sociedade. E, Furtado (1983, p.90) continua: “Esta sofre a ação permanente de uma multiplicidade de fatores sociais e institucionais que escapam à análise econômica corrente.”

Dessa forma, é possível inferir que o crescimento econômico não necessariamente seja capaz de garantir o desenvolvimento, ou seja, pode haver crescimento na geração de riqueza sem que haja distribuição desta e consequente melhora na qualidade de vida da população em geral.

Outro entendimento possível sobre esta questão vem das ideias de Amartya Sen com a noção de desenvolvimento como liberdade. Em sua abordagem, Sen (2000) busca demonstrar que o desenvolvimento pode vir a ser um processo atrelado a expansão e garantia de liberdade para todos os indivíduos. O desenvolvimento só poderia ocorrer de fato se fossem garantidos a todas as pessoas os seus direitos individuais, que efetivariam a sua liberdade. Dessa forma, a liberdade não poderia se restringir e ser entendida como renda *per capita*, devendo abranger questões culturais, sociais, entre outras.

Para Sen (2000, p.17):

“O crescimento do PNB ou das rendas individuais obviamente pode ser muito importante como um meio de expandir as liberdades desfrutadas pelos membros da sociedade. Mas as liberdades dependem também de outros determinantes, como as disposições sociais e econômicas (por exemplo, serviços de educação e saúde) e os direitos civis (por exemplo, a liberdade de participar de discussões e averiguações públicas).”

Observa-se então que existem perspectivas diferentes sobre o significado de desenvolvimento. Há um deslocamento conceitual, de uma abordagem essencialmente quantitativa para uma abordagem mais humanista.

Veiga (2005), corroborando as ideias de Furtado sobre o Mito do Desenvolvimento, nos coloca que graças a esse mito foi possível desviar as atenções de questões básicas como a identificação das necessidades fundamentais da coletividade e das possibilidades que abre ao homem o avanço da ciência, para concentrá-las em outros objetivos abstratos.

Essa abstração foi bastante útil para que as sociedades dos países periféricos aceitassem enormes sacrifícios, destruição de suas culturas e do meio ambiente para justificar ações predatórias e perpetuar a dependência dos países desenvolvidos.

Diante do exposto, é correto afirmar que o conceito de desenvolvimento não deve ser entendido única e exclusivamente como sinônimo de crescimento econômico. O conceito tem associado a si outras noções, como a de transformações na qualidade de vida das pessoas onde se observam melhorias e mudanças nas suas situações e condições de sobrevivência, implicando, necessariamente, novas configurações sociais e novas identidades. É claro que o crescimento econômico favorece o desenvolvimento, mas há que se observarem outros fatores, ou outras dimensões, para medir o desenvolvimento de um país ou de um território que não simplesmente o aumento do Produto Interno Bruto (PIB).

4.1. O Desenvolvimento Territorial Rural

Segundo Delgado e Leite (2011), no caso brasileiro a questão do desenvolvimento rural e, mais recentemente, o debate sobre desenvolvimento territorial e a observação da pobreza rural e a intensa desigualdade social e regional fazem parte de uma discussão mais ampla sobre desenvolvimento econômico e sustentabilidade. O conceito de território se insere nesse contexto refletindo as disputas entre as diferentes estratégias existentes, uma vertente que acentua o processo de crescimento econômico com forte vocação agrícola e exportadora e, outra aliada à ideia de justiça e/ou equidade social que valoriza os processos de desenvolvimento sustentável.

A política brasileira de desenvolvimento territorial rural está ligada a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT), que por sua vez é vinculada ao Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), e, possui um acumulado de casos (mais de 160 territórios) cuja análise permite a observação de seus limites e alcances.

Por território entende-se:

“[...] um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo a cidade e o campo, caracterizado por critérios multidimensionais – tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições – e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão

social, cultural e territorial.” BRASIL, MDA/SDT (2005) apud DELGADO, LEITE (2011, p.90)

O Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (Pronat) que é também conhecido por Territórios Rurais de Identidade passou a operar de forma regulamentada em julho de 2005, quando na ocasião obteve sua chancela pela portaria nº 5 de 18 de julho de 2005. Esta portaria, emitida pela SDT, reconhece a seleção, alteração e administração de Territórios Rurais e garante suporte legal para o Território da Cidadania (TC), que é um programa adicional iniciado efetivamente em 2008.

Segundo os autores acima citados, a abordagem territorial se justifica por diversas razões, entre elas a questão de que o rural não se resume ao agrícola, outra é que a escala do município é muito restrita para qualquer investimento de esforços visando à promoção do desenvolvimento e já a escala estadual é muito ampla. Outra razão apresentada é a necessidade de descentralização das políticas públicas, sendo assim, o território seria a unidade que melhor dimensiona os laços de proximidade entre pessoas, grupos sociais e instituições.

A SDT utiliza alguns critérios para identificar Territórios Rurais, quais sejam: conjunto de municípios com até 50 mil habitantes; conjunto de municípios com densidade populacional menor que 80 habitantes/km²; maior concentração do público prioritário do MDA (agricultores familiares, famílias assentadas pela reforma agrária, agricultores beneficiários do reordenamento agrário, o que caracteriza maior demanda social; conjunto de municípios já organizados em territórios rurais de identidade; conjunto de municípios integrados com o Consórcio de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local (Consad), do Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), e Mesorregiões, do Ministério da Integração Nacional. Sobre os critérios para a identificação dos Territórios da Cidadania foram: menor IDH (Índice do Desenvolvimento Humano); maior concentração de agricultores familiares e assentados da Reforma Agrária; maior concentração de populações quilombolas e indígenas; maior número de municípios com baixo dinamismo econômico; maior organização social; e, pelo menos um território por Estado da Federação (DELGADO, LEITE, 2011).

Em função deste sufixo “territorial” acrescentado a palavra desenvolvimento é pertinente esclarecer o que alguns autores discorrem sobre a noção de território. Esta palavra vem sendo amplamente utilizada pelos atores sociais envolvidos nas questões do desenvolvimento rural. As origens desta noção se devem, em primeiro lugar, aos efeitos negativos da revolução verde nos anos 1970 com a modernização agrícola e a especialização produtiva; e posteriormente, na década de 1980 com a fragilização dos agricultores familiares e suas consequências para a sociedade. Na década de 1990, com a abertura econômica, avanço do processo de internacionalização e globalização e reforma do Estado, foi ampliado o interesse pela escala local.

Sobre a conceituação de território, pode-se dizer que existem uma diversidade de usos nas ciências sociais. Para os geógrafos, por exemplo, território corresponde a uma porção de espaço delimitado e qualificado por um caráter específico natural, cultural, político ou administrativa. Outros geógrafos sociais e sociólogos definem território pelas modalidades de uso do espaço, ou poderíamos considerar que um território é o que um grupo social reconhece como tal, recorrendo a Santos (1994, 2007), quando se fala de “território usado”.

Outra concepção de território vem da geografia econômica onde o mesmo é definido a partir das atividades produtivas, e, o que há de particular neste enfoque é justamente considerar que as relações entre os atores, estando mais próximos, podem criar um efeito sinérgico, propiciando uma vantagem comparativa com o exterior.

Na geografia política ou na sociologia política, a compreensão da noção de território seria o lugar delimitado para o exercício do poder. Como nas outras abordagens, tem relação

com a forma de atuação do Estado e o problema da territorialização das políticas públicas. Devem-se observar também as dinâmicas sociais relacionadas com a estrutura de poder e os processos de negociação. O território constitui-se numa “unidade de governança pública, suscetível de ser definida por normas jurídicas que precisem seu status legal e sua função dentro da estrutura funcional do Estado.” (BONNAL, CAZELLA, DELGADO, 2011).

Sobre as formas de utilização da noção de território no Brasil, pode-se afirmar que há uma multiplicidade de práticas de construção e de uso do território pelos atores. Os autores *op cit* assinalam ao menos duas formas canônicas de construção e uso de territórios: a modalidade mais intuitiva que está ligada à ação coletiva dos atores locais no sentido de construção de um projeto coletivo para benefício dos atores do território; outra forma esta ligada à territorialização das políticas públicas onde o centro estratégico de ação encontra-se fora do território, em níveis mais abrangentes (estadual ou nacional).

O que se percebe é que há um processo de justaposição das lógicas territoriais (sociais, econômicas e política) e de hibridação dos dois modelos de construção de territórios. Sobre o primeiro ponto da justaposição das lógicas, podem-se citar os assentamentos da reforma agrária, as comunidades indígenas, quilombolas e os territórios rurais de identidade criados pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial do Ministério do Desenvolvimento Agrário (SDT/MDA), os arranjos produtivos locais ou conglomerados especializados. Sobre o segundo ponto da hibridação, destaca-se a experiência dos territórios rurais de identidade da SDT/MDA, os quais fazem referência a elementos simbólicos da agricultura familiar e à ação coletiva do local. Este processo de hibridação é ainda mais ampliado com a criação dos Territórios da Cidadania como um programa governamental.

Sobre desenvolvimento territorial, há um consenso sobre o papel pioneiro de pesquisadores italianos ao se analisar algumas cidades na Itália com experiências diferentes de desenvolvimento de suas regiões. Os estudos sobre a “Terceira Itália” estão na origem da concepção de desenvolvimento territorial, e isto por volta do final da década de 1970. Ao longo da década de 1980, surgiram outros estudos sobre os sistemas produtivos localizados que apresentavam uma delimitação territorial e certa autonomia em relação às demais esferas econômicas.

Para Vieira et al. (2010, p.6) *apud* Bonnal, Cazella, Delgado, (2011, p.43):

[...] no rol desses processos estão incluídas, entre outras, a criação de novas formas de reciprocidade econômica, nutridas pela formação de um tecido social especialmente coesivo e cooperativo; a estruturação de sistemas produtivos locais em zonas rurais, integrados em redes de pequenas e médias empresas que transcendem a esfera das relações puramente mercantis e desvelam novos tipos de atividade não agrícola no meio rural; e a pesquisa de novos arranjos institucionais autenticamente descentralizados, voltados para o exercício efetivo da governança territorial.

Os territórios ultrapassam os limites do município e podem não se restringir a uma única ação ou atividade. Nesta linha de pensamento, a um território se aplicam políticas específicas e não generalistas e, torna-se necessário que se conheça a base social para possibilitar a criação de relações institucionais em rede, com órgãos do Estado, em cada microrregião. Para Abramovay (2006, p.7) deve-se “encarar os territórios como campos em que se defrontam protagonistas com interesses diversos (...)” Para o autor, o território se define pela trama de relações que se estabelecem e possuem raízes históricas, e configurações políticas e identidades. A proximidade e a interação entre os atores sociais de um território podem permitir a criação e o fortalecimento de empreendimentos e a implementação mais efetiva de políticas públicas.

4.2. Políticas Públicas de Desenvolvimento Territorial Rural

Frente aos processos de globalização da economia e seus reflexos no campo, torna-se premente idealizar estratégias locais que valorizem os territórios e seus atores sociais como os novos protagonistas da elaboração e implementação das políticas públicas.

Segundo Ferreira e Raitz (2010), para Foucault existe um triângulo entre poder, direito e verdade no qual cada item se encontra nos seus vértices. O poder como direito se dá pela maneira como a sociedade se coloca e se movimenta como no exemplo de que se existe um rei, este fato é justificado, em parte, pela existência dos seus súditos; já no caso do poder como verdade, o mesmo se institui quer pelos discursos ou pelos movimentos dos quais se tornam vitimados pela própria organização que a acomete e, em alguns casos, sem a requerida consciência e reflexão. Para o filósofo é possível lutar contra padrões de pensamento e comportamento, no entanto constitui-se uma tarefa impossível livrar-se das relações de poder.

Sobre as políticas públicas, na perspectiva de Foucault, o Estado não é o centro de irradiação do poder, mas sim parte de um conjunto diverso de formas de relações de poder, como uma correlação de forças. As políticas públicas se traduzem em ações do Estado que são direcionadas à população, à vida dos cidadãos e nela repercutindo. Segundo Secchi (2010), o processo de elaboração de políticas públicas (*policy-making process*) ou ciclo de políticas públicas (*policy cycle*) é um esquema de visualização e interpretação que organiza a vida de uma política pública em fases sequenciais e interdependentes. Mas, este ciclo (identificação do problema, formação da agenda, formulação de alternativas, tomada de decisão, implementação, avaliação e extinção) raramente reflete a real dinâmica ou vida de uma política pública. O autor nos coloca que o processo de política pública é incerto, pois suas fronteiras entre as fases não são nítidas, mas por outro lado facilita e simplifica a compreensão da complexidade de uma política pública.

Conforme Secchi (2010), as políticas públicas são estabelecidas por uma miríade de atores, ou seja, recebe influências de diversos atores ao longo do ciclo de políticas públicas. Numa tentativa de categorização, podem-se definir atores em individuais ou coletivos. Os individuais seriam os políticos, os burocratas, os magistrados, os formadores de opinião. Os coletivos seriam os grupos ou as organizações que agem intencionalmente como, por exemplo, uma associação de moradores. Fazer parte de uma mesma categoria não quer dizer que tenham comportamento ou interesse em comum, pois um mesmo ator poder ter diferentes interesses em diferentes contextos ou em diferentes fases do processo de elaboração de política pública. Este fato nos remete às relações de poder que se dá no interior do Estado.

A valorização dos territórios, segundo Veiga (2003), significa uma revalorização da dimensão espacial da economia, associado à outra questão central que é a transformação de atores locais em agentes dos processos de elaboração e implementação de políticas.

O enfoque territorial teve origem na necessidade de apoio especial de algumas regiões na Europa devido a uma série questões, como a necessidade de um tratamento especial e particular em alguns lugares. Na década de 1970, após sucessivas reformulações na Política Agrícola Comum (PAC), na Europa, percebeu-se a necessidade de se superar o enfoque setorial na agenda política de desenvolvimento.

Medeiros e Dias (2011) recorrem a Saraceno (1994) para explicar que a concepção fundante das políticas europeias não é mais o motor do desenvolvimento das áreas rurais. Expõem-nos que é preciso investir na multifuncionalidade e em alternativas produtivas, cultivar as tradições como uma dimensão positiva, e valorizar paisagem e a natureza. Em outra publicação de Saraceno (2007) utilizada pelos autores, são esclarecidos alguns pontos sobre a política europeia como o Programa Leader (Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) criado em 1990 que incorpora o enfoque local e, desde 2007, as

orientações do Programa Leader são parte integrante dos programas de desenvolvimento rural dos Estados membros da União Européia. A década de 1990 foi um divisor de águas ao se tratar das questões rurais, pois, foi dado início neste período uma nova prática de desenvolvimento de política em níveis distintos da administração pública com enfoque territorial setorial.

Uma questão central neste processo diz respeito ao envolvimento dos atores locais numa perspectiva de construção de política de baixo para cima, ou seja, a partir da base, do local, com a inclusão de grupos de interesse local, além do incentivo à parceria entre os diferentes níveis institucionais. Deve haver uma concertação com o estabelecimento de regras e normas para a aprovação de programas que passam a ser operacionalizados localmente mediante a participação de todos que, em tese, deve ser uma participação efetiva.

No Brasil, o enfoque territorial para a construção de políticas públicas de desenvolvimento rural é bastante recente, e, conforme Medeiros e Dias (2011), é urgente uma ressignificação do que se considera “rural”. Algumas abordagens teóricas destacam a emergência de uma nova “ruralidade” a partir de uma reconfiguração do rural no mundo contemporâneo e que se aproxima do conceito de território.

Sobre participação social, Medeiros e Dias (2011) expõem um questionamento sobre os atores que participam e de que maneira participam, pois existem limites a serem considerados como, por exemplo, a condição econômica e social dos conselheiros. E outro ponto questionado é justamente quem os conselheiros efetivamente representam? Para uma participação efetiva faz-se necessário tempo livre, capital político, social e cultural (BOURDIEU, 1989 *apud* MEDEIROS E DIAS, 2011).

Há uma diversidade de atores territoriais a se considerar como os jovens, as mulheres, os quilombolas, os agricultores familiares que são ligados a diferentes comunidades e/ou diferentes arranjos produtivos, pequenos empreendedores entre outros. Abramovay *apud* Medeiros e Dias (2011) faz um questionamento sobre a representatividade e a participação nos colegiados territoriais. A questão é que para o autor além da representação das classes subalternas nos colegiados, também seria necessário que o setor empresarial estivesse presente por sua maior capacidade inovativa e econômica no intuito de potencializar projetos, tendo em vista a crítica feita pela Secretaria do Desenvolvimento Territorial (SDT) sobre como se dá a participação nos colegiados territoriais e os impactos irrisórios dos projetos implementados pelas organizações representativas.

A participação do setor empresarial é vista também com receio, pelo risco desses segmentos mais fortes gerarem maior desigualdade com exclusão dos agricultores familiares.

Outra fragilidade está na composição dos conselhos, pois uma parcela importante das populações que estão ausentes do processo deliberativo, e que são ignoradas pelas instituições promotoras do desenvolvimento rural, pelas ONGs e pelos movimentos sociais. O mesmo para a gestão social, pois os conselhos seriam espaço para reflexão sobre os problemas e potencialidades locais e observa-se a criação dos conselhos apenas para atender a um requisito legal para que se tenha acesso aos recursos de financiamento dos projetos. Projetos estes que deveriam ter sido pensados em conjunto com os atores locais. São os colegiados que definem os projetos, mas o repasse de verbas é direcionado para as prefeituras, que por sua vez não são comprometidas com a prestação de contas dos projetos. A ausência de estrutura institucional para os colegiados territoriais reduz o seu poder de coordenação das políticas. O que se pode constatar é que os territórios não conseguem exercer pressão ou construir acordos que tornem seus projetos demandas públicas mais amplas.

Sabourin *apud* Medeiros e Dias (2011) questiona os critérios para definir os territórios rurais e chama a atenção para as dificuldades do processo decisório. Segundo o autor:

[...] os contornos e a definição da maioria dos territórios apoiados foram propostos pelo MDA em Brasília, mas decididos pelos Conselhos

de Desenvolvimento Rural e pelos governos dos Estados e dos municípios em relação com alguns interlocutores locais, geralmente a partir de considerações políticas ou sindicais. A população interessada não foi consultada e, em muitos casos, ela ignora ainda até a existência do território ou do projeto de território após alguns anos. De fato, o processo de territorialização está sendo contrariado ao mesmo tempo pela concepção de pequenos projetos locais e pela natureza do sistema federal, em particular pelos canais de financiamento e de implementação das infraestruturas e equipamentos, que podem passar pelos Estados ou municípios (SABOURIM, 2007, p.730 apud MEDEIROS E DIAS, 2011, p.24).

É correto afirmar que o Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável (Condraf) e os colegiados territoriais são fundamentais para a política de desenvolvimento territorial. E segundo Medeiros e Dias (2011, p.24-25):

[...] No que se refere ao desenvolvimento rural, há diversas estruturas responsáveis por políticas públicas, o que faz com que haja uma fragmentação de ações. Temos o Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Agrário, da Integração Nacional, da Educação, da Saúde, do Meio Ambiente, cada um deles implementando ações que derivam ou se fundamentam em distintas compreensões sobre o desenvolvimento e sobre o lugar do rural nas ações que visão promovê-lo. Muitas vezes, trata-se de visões antagônicas, como evidenciam os conflitos entre as proposições do Ministério da Agricultura e as do Ministério do Meio Ambiente.

Diante deste conflito, é crucial que se faça uma opção estratégica e que haja articulação das políticas de desenvolvimento territorial entre os diversos níveis de colegiados de desenvolvimento rural.

O último tema tratado no presente texto da introdução diz respeito ao fato de o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) ter como um dos critérios definidores de sua política territorial a presença da agricultura familiar. Para Medeiros e Dias (2011, p.26).

[...] O ideal de um modelo de desenvolvimento com base na agricultura familiar emerge, já no final dos anos 1980, em especial das lutas sindicais, talvez fruto de uma emulação positiva com o crescimento das lutas por terra, do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e a capacidade desta organização de obter desapropriações, algumas políticas de apoio aos assentados (entre elas o Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária – Procerá) em meados dos anos 1990, políticas especiais de educação, como é o caso do Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária – Pronera. É da organização política do segmento e das lutas dos agricultores familiares, em especial das grandes mobilizações configuradas nos “Gritos da Terra”, que emergem o Pronaf, e suas diferentes modalidades e, mais recentemente, a Lei da Agricultura familiar que reconhece formalmente a categoria, dando-lhe enquadramento profissional.

Há também que se observar outros setores não organizados e a questão fundiária, pois não se pode desconsiderar o fato de que a política voltada somente para a agricultura familiar pode estar sobrevivendo na sombra e à margem de grandes empreendimentos agropecuários.

É necessário incluir estes outros setores na agenda política e nos processos de formulação e elaboração políticas públicas.

5.LOCAL DE ESTUDO E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A proposta metodológica de investigação da tese, conforme já descrita na Introdução, consistiu em realizar um estudo de dois casos distintos a partir da pesquisa de campo, bibliográfica e documental, com a realização de entrevistas semiestruturadas com os produtores e alguns representantes institucionais.

Na sequência serão descritas as áreas de estudo e alguns recortes históricos, sociais e econômicos dos referidos territórios. Como método de análise dos resultados das entrevistas durante a pesquisa de campo foi utilizada a análise de conteúdo para efeito de comprovar ou refutar as hipóteses levantadas no início do trabalho. Foi realizada também a triangulação de informações com dados primários e secundários obtidos a partir dos questionários, documentos e pesquisa bibliográfica e também com informações de informantes-chave. O método do Modelo CQFD foi aplicado juntamente com a Teoria das Convenções para avaliar a questão da compreensão dos atores sobre as IGs e a qualidade.

5.1. Descrição de Paraty: Recorte Histórico, Social e Econômico

5.1.1. Casada produção de cachaça de Paraty no Brasil

A cidade de Paraty está localizada na região da Costa Verde, litoral sul do Rio de Janeiro, possui um clima quente e úmido, faz limites com as cidades de Angra dos Reis (RJ), Ubatuba (SP) e Cunha (SP). O principal acesso se dá pela rodovia BR-101 (Rio-Santos). É reconhecidamente um dos mais antigos polos produtores de aguardente de cana-de-açúcar do país, tendo conquistado em 2007 o selo de Indicação Geográfica (IG), na modalidade Indicação de Procedência (IP), para a cachaça artesanal de Paraty. O município tem uma área de 933 km² e possui aproximadamente 29.500 habitantes. A cidade é tombada pelo patrimônio histórico e foi fundada em 1597.

5.1.2. História de Paraty e a tradição de produção de cachaça artesanal

Paraty era um pequeno povoado agregado à sua cidade vizinha de Angra dos Reis, com o decorrer do tempo se emancipou em 1660, aproveitando o contexto favorável com a Revolta da Cachaça e o desejo de independência, e se desenvolveu graças à cultura da cana de açúcar e produção de aguardente. Assim como outras cidades litorâneas, Paraty teve como principal atividade econômica a produção da cana que acompanhava a expansão do ciclo fluminense do açúcar por volta de 1500. No entanto, como a cidade tinha alto índice pluviométrico, sobretudo no verão, a produção de cana era mais cara que a do Nordeste, mas apesar disso a produção continuou, e no período de 1530 iniciaram as primeiras fabricações de aguardente (WANDERLEY, 2000) (MENEGATTI, CHIAVENATO, PINA; 2013).

Segundo Wanderley (2000) em Paraty e no restante do país a aguardente era utilizada para amenizar as dores do trabalho escravo, além de usos também medicinais como antisséptico e anestésico. A bebida acabou servindo de “alimento” para os escravos e senhores de engenho, e com o tempo caiu no gosto popular. Estima-se que no século XVII existiam em Paraty aproximadamente 200 engenhos e alambiques. Conforme a pesquisa do autor *op cit*, em 1872 a produção de aguardente chegou a 4.090 pipas correspondendo a 1.959.760 litros (um milhão novecentos e cinquenta e nove mil setecentos e sessenta).

A história de Paraty e sua produção de cachaça se entrelaçam com a história do Brasil e a produção açucareira. A produção de cachaça se expandiu e começou a fazer forte concorrência com a bagaceira portuguesa que era elaborada com o bagaço da uva quando da época da colonização de Portugal. Em 1647, com o objetivo de embargar a produção, dom João IV expediu uma carta régia com uma ordem visando o monopólio português à produção de vinho e aguardente, excluindo as bebidas consumidas pelos escravos e colônias holandesas. Na sequência, em 1659 uma nova ordem para queimar todos os alambiques, mas esta não foi cumprida e em 1660 ocorreu um episódio conhecido como a Revolta da Cachaça.

Menegatti, Chiavenato e Pina (2013, p.21) nos esclarecem que:

“Para não acatar a lei, o governo do Rio de Janeiro impôs aos donos de engenho uma taxa que deveria ser paga pela produção e contrabando da cachaça, porém com a crise instalada, tais cobranças foram consideradas injustas. Assim, os donos de engenho do estado se uniram na tentativa de depor o então governador, Salvador Corrêa de Sá Benevides, dando posse a Agostinho Barbalho. O novo governador, por se mostrar favorável à família de Salvador de Sá, foi substituído por seu sobrinho, Jerônimo Barbalho, um dos alambiqueiros mais influentes da região. Após apenas três meses no poder, Jerônimo Barbalho realizou um trabalho que buscava amenizar as diferenças entre a Câmara de Comércio e os donos de engenho. Mas em 6 de abril de 1661 a cidade do Rio de Janeiro foi atacada por um grupo de paulistas liderados por Salvador de Sá, que condenou Barbalho à morte.”

As ações de Salvador de Sá foram contestadas e a então regente Luísa de Gusmão liberou a produção de cachaça no Brasil, mas não poderiam exportar o que se tornou legal em 1695 por questões econômicas.

No final do século XVII tem início o processo de interiorização da cidade de Paraty e ainda com o governo de Salvador de Sá são enviadas expedições para o interior, culminando com o descobrimento das riquezas de Minas Gerais no começo do século XVIII. Como as primeiras minas foram encontradas em São Paulo, naturalmente as riquezas seriam escoadas pelo porto mais próximo que era em Paraty e ir margeando até a Ilha Grande em Angra dos Reis e depois ir para o Rio de Janeiro. Dessa forma, com o ciclo do ouro, a cidade vira uma espécie de entreposto comercial abastecendo quem iria para as minas e quem voltava de lá.

Durante esse período, a aguardente de cana continuou a ser utilizada ora como moeda de troca (um barril de cachaça por um negro, por exemplo) ora como alimento para aliviar os mineradores, e em outras vezes com fins medicinais. Enfim, a produção continuou e a cidade entrou num novo ciclo, o do ouro negro ou o ciclo do café. Na primeira metade do século XIX, as principais fontes de renda de Paraty vinham do café e dos cafeicultores os quais aumentavam o comércio com suas atividades.

Esse aumento da renda possibilitou que a cachaça continuasse a ser produzida e comercializada, principalmente com o incremento do turismo e o desenvolvimento de eventos como o festival da pinga. Na atualidade o festival é organizado pelos alambiqueiros associados da APACAP. De toda essa história sobre Paraty e cachaça, como o tempo a cidade por seu produto de qualidade superior, o nome passou a ser sinônimo de cachaça.

Para Barbosa (2011) a cidade ganhou importância então no século XVIII e XIX por ser o caminho por onde saía o ouro de Minas Gerais para Portugal, e posteriormente para exportar o café plantado no Vale do Paraíba. Quando o ciclo do ouro terminou, a cidade passou a se dedicar a produção de cachaça. Por volta de 1800, dos 253 alambiques existentes no Rio de Janeiro, 155 estavam em Paraty, e, atualmente ainda é possível encontrar alguns em

funcionamento, conforme informações do sítio da prefeitura da cidade. Dos alambiques de aguardente que funcionaram no município de Paraty a partir de meados de 1700, a cidade conta atualmente apenas com 6, quais sejam, Corisco, Maria Izabel, Pedra Branca, Coqueiro, Parathyana e Engenho D'Ouro, conforme os dados obtidos na pesquisa de campo em 2014

No final do século XIX a cidade de Paraty entra declínio com o fim do comércio de negros da África e a construção da estrada de ferro que ligava o Rio de Janeiro até o Vale do Paraíba. Com a estrada de ferro ficava mais fácil transportar o café, pois não ficariam expostos às intempéries do tempo, como as fortes chuvas que prejudicavam as condições da estrada.

O isolamento da cidade perdurou até 1955 com a construção da estrada que ligava Paraty a Cunha, pois antes disso só se saía e voltava a Paraty de barco. Principalmente devido a isso, a cidade acabou se tornando refúgio contra perseguições políticas e destino de turismo para muitos. Já em 1975, a cidade ressurgiu com a construção da rodovia Rio-Santos facilitando para as visitas de turistas. Assim, o centro econômico reaquece e a cidade volta a investir em suas construções e no mercado da cachaça.

Esse período de isolamento permitiu que a cidade preservasse seus monumentos históricos e suas manifestações culturais. Desde 1966, a cidade é considerada Patrimônio Histórico Nacional e desde 2004 solicita o reconhecimento como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO. E nesse mesmo ano, o Ministério da Agricultura concede o selo de Excelência para a cachaça Coqueiro.

É na década de 1970 que a produção de cachaça é retomada e os alambiques que haviam sido vendidos ou abandonados são recomprados e voltam a fabricar. Atualmente a APACAP conta com seis empresas associadas, conforme já foi colocado, e que produzem cachaça artesanal de qualidade superior, além de outros produtos derivados da cana de açúcar. A retomada da produção de cachaça artesanal representou um resgate da tradição e a valorização de sua cachaça típica.

5.1.3. Cachaça e suas origens

Segundo Barbosa (2011) não existe um relato oficial sobre as origens da cachaça, no entanto é ponto pacífico de que surgiu nos engenhos de cana de açúcar no período colonial conforme já foi descrito.

Segundo Câmara (2004) apud Barbosa (2011, p.49):

“(...) a caninha surgiu nos engenhos de açúcar do litoral paulista, em São Vicente, na terceira década do século XVI e está diretamente relacionada à influência de escravos açorianos, pois estes já possuíam tradição no destilo da aguardente do reino, a bagaceira portuguesa. Para o autor os escravos açorianos foram os disseminadores dos alambiques primitivos que destilaram o melaço e o caldo de cana fermentada para a obtenção da Cachaça.”

Em 26 de dezembro de 2001 com o Decreto 4.062 foram definidas as expressões “cachaça”, “Brasil” e “cachaça do Brasil” como indicações geográficas para efeito, no comércio internacional, de direito de propriedade intelectual. Já em 2003 com o Decreto 4.851, tratou-se da padronização, registro, inspeção, produção e fiscalização de bebidas, entre elas a cachaça. A cachaça é responsável por cerca de 86% do mercado brasileiro de bebida destilada, e foi, através da Organização Mundial do Comércio, reconhecida como bebida oficial e exclusiva brasileira, da mesma forma que o conhaque só pode vir da região francesa de Cognac. (SILVA, GUIMARÃES, LIMA; 2005).

Segundo Soratto, Varvakis, Horii (2007) e Verdi (2006), a cachaça é a segunda bebida alcoólica mais consumida no Brasil, e vem conquistando mercados em razão dos esforços do setor produtivo aliados a ações governamentais em diversos níveis.

Segundo dados do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Cachaça - PBDAC (2004), a cachaça é produzida em várias regiões do país, porém concentra-se particularmente no estado de São Paulo, que responde por cerca de 50% da oferta total. Seguem-se a produção de 20% dos estados de Pernambuco, Ceará e Paraíba. Minas Gerais produz cerca de 10%, Goiás 6%, Rio de Janeiro 5% e Bahia 1,5% do total nacional. (SILVA, GUIMARÃES E LIMA, 2005)

O consumo de cachaça tem conquistado mais espaço e público, ultrapassando o preconceito sofrido no passado quando era considerada uma bebida para os negros ou camadas mais populares. Estima-se que a produção no Brasil chegue a 1,4 bilhões de litros por ano segundo dados do IBRAC. Conforme dados do MAPA o consumo de cachaça é de cerca de 7 litros por habitante a cada ano, enquanto de outros destilados em outros países é por volta de 2,2 litros por pessoa.

Segundo Menegatti, Chiavenato, Pina (2013, p.45):

“No Brasil, a agroindústria da cachaça é responsável por aproximadamente 600 mil empregos, sejam eles diretos, sejam eles indiretos, correspondendo a por volta de 500 milhões de dólares no PIB. Calcula-se que das 40 mil empresas de cachaça no país, a maioria seja formada pelos pequenos empreendedores, ou melhor, alambiqueiros. No entanto, os maiores produtores no quesito volume ainda são as grandes fábricas, como a 51 e a Pitú. Em Paraty, a fabricação artesanal ainda é voltada apenas para o mercado interno, não sendo capaz de absorver novas demandas.”

Conforme nos expõe Verdi (2006), a maior interação e articulação entre esses produtores de cachaça têm proporcionado escala, incorporação de atributos específicos à bebida e, conseqüentemente, a conquista de importantes nichos de mercado, onde o reconhecimento da indicação geográfica da “cachaça” e a construção de normas e selos de qualidade nas várias esferas (nacional, estadual e regional) podem ser facilitadores e impulsionadores desse processo.

5.1.4. A produção de cachaça de Paraty

Segundo entrevista não estruturada, realizada em 2012, com o consultor do SEBRAE Ricardo Zaratini, a projeção de 2008 para produção artesanal de cachaça de alambique em Paraty era de 412.328 em 103 hectares de área cultivada. A ociosidade era de 30% da capacidade total instalada de produção. Segundo Zaratini (2012) a distribuição dos volumes de produção de Paraty em 2008 era:

A cachaça produzida em Paraty tem obtido reconhecimento tanto nacional quanto internacional, inclusive com produtos premiados como o selo de excelência, conforme informações do vice-presidente da Associação de Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty (APACAP). Segundo declarações do vice-presidente da associação de Paraty, a reunião dos produtores com o objetivo de buscar o selo IG junto ao MAPA e ao INPI foi uma decisão estratégica para alavancar as vendas que acarretou benefícios a todos.

Segundo a APACAP, no intuito de melhorar o processo de produção da cachaça de Paraty, em 1997 foi realizado um convênio de consultoria entre o SEBRAE e a Fundação Bio Rio. Havia uma preocupação com a reestruturação dos engenhos de produção de cachaça e com o crescimento do parque industrial para a instalação de novos engenhos.

Já em 2006, foi realizada uma parceria entre a APACAP, MAPA, SEBRAE, INPI, UFRRJ, ACIP, EMATER para a elaboração do processo da IG da cachaça de Paraty. Em 2007 ocorreu a certificação da IG de Procedência “PARATY” e houve o início do projeto de melhoria e aumento da produtividade no plantio de cana de açúcar na cidade.

QUADRO 6 : DISTRIBUIÇÃO DOS VOLUMES DE PRODUÇÃO PARATY - 2008

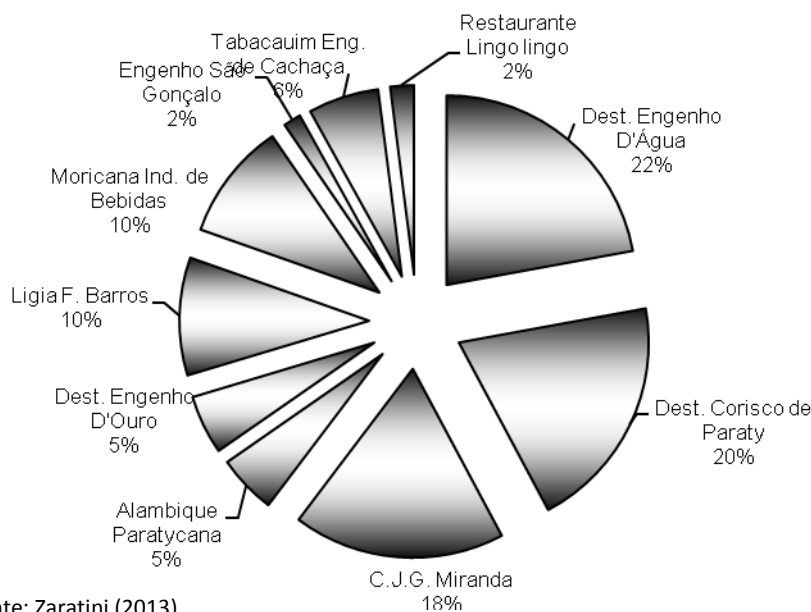


Figura 2. Distribuição dos volumes de Produção de Paraty de 2008.

5.2. Descrição de Colônia Caroya: Recorte Histórico, Social e Econômico

A Argentina, assim como outros países da América Latina, tem sido o lugar de acolhida de muitos imigrantes europeus, conforme nos esclarece Schiavone (2010). Em particular em Córdoba na Argentina, os imigrantes europeus italianos buscaram se estabelecer e utilizaram seu saber-fazer para recriar seus alimentos, adaptando-os com as matérias primas que encontravam nos destinos. Desta forma, com o desenvolvimento e inovação em novos alimentos com identidade própria, os imigrantes foram revivendo a sua cultura e tradições.

Colônia Caroya, que é um município de Córdoba no Departamento de Cólón na Argentina, foi ocupada conforme a maneira descrita no parágrafo anterior. Os imigrantes italianos da região de Friulli-Venezia-Giuglia se estabeleceram na região e foram recriando suas tradições, tanto que seus embutidos típicos ganharam notoriedade nacional. No entanto, devido ao uso indevido por parte de alguns comerciantes e de outros produtores que tentavam imitar o salame de Colônia Caroya, acabou gerando a mobilização de um grupo de produtores de Caroya para proteger seus produtos por um lado. E, por outro lado, o salame ficou conhecido em todo território nacional, pois os imitadores levavam o nome a todos os cantos do país. Principalmente por esse fato da utilização indevida do nome do embutido por outros produtores, que as autoridades públicas locais em conjunto com outras instituições e em especial o Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária (INTA) decidiram que os produtores deveriam entrar com um processo de certificação de Indicação Geográfica (IG) para o salame.

O objetivo do projeto seria então proteger a imagem do produto e manter aquecida a economia local. Até o momento da realização da pesquisa de campo em Colônia Caroya em

2013 haviam apenas dois produtos reconhecidos com o selo de Denominação de Origem que eram o *Chivito criollo del Norte Neuquino* (do sul da Patagonia) e *osalame de Tandil*.

Colônia Caroya está distante, aproximadamente, cinquenta quilômetros ao norte da cidade capital da província de Córdoba. Seu principal acesso é pela Rota Nacional nº 9, mas também se pode chegar pela Rota Provincial A 174, que a liga a Colônia Tirolesa e pela Rota Provincial E-53, que a comunica com a localidade serrana de Ascochinga, que irá conformar o circuito turístico das Sierras Chicas. (BISCHOFF,1968).

A Colônia Caroya possui em torno de 22.000 habitantes e índice populacional acima de 4% a.a.conforme informações do Censo Provincial de 2008. E a província de Córdoba é a segunda maior em termos de população, com mais de três milhões de habitantes e a segunda economia do país, ficando atrás de Buenos Aires, conforme dados do INDEC (2010).

A cidade de Caroya foi criada há aproximadamente 130 anos com a chegada dos imigrantes vindos da Europa, principalmente da Itália. Com a vinda dos imigrantes que foram se adaptando e reproduzindo suas tradições, Colônia Caroya começou a ganhar reputação nacional pela produção de vinhos, pela larga Avenida San Martin com seus plátanos e a sua produção de embutidos, especialmente a produção de salame.

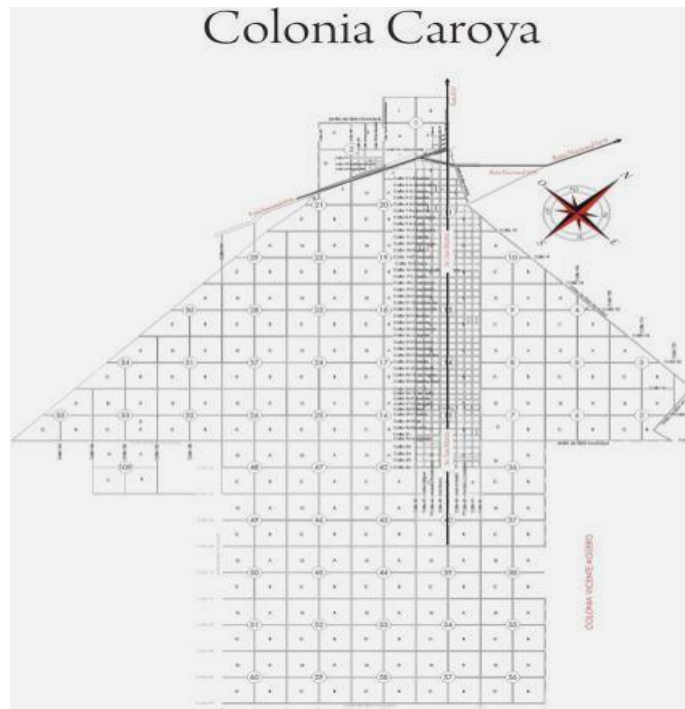
Já a província de Córdoba possui, segundo o sítio - viajoporargentina.com, 191 vinhedos que representam 345 hectares em extensão de terras e cerca de 0,15 da produção de vinho. A Colônia Caroya também produz vinho, e seus vinhos diferem dos elaborados em outras regiões vitivinícolas do país por sua técnica específica de combinação de saberes tradicionais aportados pelos Jesuítas no século XVI e os métodos dos imigrantes Friullis italianos. Outra diferenciação na bebida é o uso de uvas especiais, como a “uva chinche” e a “uva frambúia”, o que reforça a identidade, o patrimônio e a cultura local. Os vinhos e os embutidos são marcas da cidade que se incluem entre seus atrativos.

As Figuras 3 e 4 mostram a localização da província de Córdoba e de Colônia Caroya, respectivamente.



Fonte: Revista Agrícola de Colônia Caroya

Figura 3. Córdoba Nortenha.



Fonte: Secretaria de Turismo de Colônia Caroya

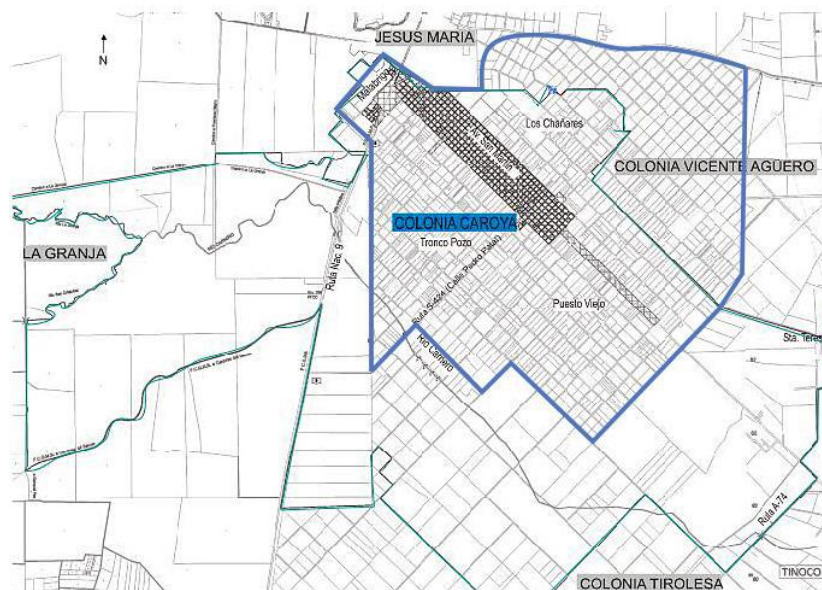
Figura 4. Localização de Colônia Caroya.



Fonte: Boué (2009).

Figura 5. Destaque da Rota 9 passando Córdoba.

As cidades que ficam nos arredores de Colônia Caroya são Colônia Vicente Agüero, Colônia Tirolesa, Sinsicate e Jesús María (Figura 6). A Colônia Vicente Agüero era originalmente parte de Colônia Caroya, porém devido a um conflito no passado por causa da água teve um desenvolvimento diferente das outras.



Fonte: Boué, 2012.

Figura 6. Limite administrativo de Colônia Caroya (azul, linha delgada), área geográfica da Indicação Geográfica (azul, linha grossa) e os povoados vizinhos.

Segundo Boué (2012), Colônia Caroya se desenvolveu de forma diferente que sua cidade vizinha Jesus Maria. A cidade cresceu conforme a imigração italiana que foi incentivada pelo governo argentino representado na época pelo então presidente Nicolás Avellaneda. A zona urbana era dividida em quadras de um hectare e uma zona semiurbana dividida em lotes de vinte e cinco hectares.

A Avenida San Martín, que corta a cidade, é margeada por uma espécie de árvore chamada Plátanos que são centenárias e foram plantadas e preservadas desde o início da imigração. Com o tempo, os plátanos, acabaram se transformando na coluna vertebral da cidade, e por onde se concentram a maioria dos bares, comércios e restaurantes da cidade de Colônia Caroya. A foto a seguir mostra a Avenida San Martín:



Fonte: Elaboração Própria.

Figura 7.Avenida San Martín.

Ao longo da San Martín os comerciantes se estabeleceram assim como também encontramos as residências dos imigrantes, cuja arquitetura lembra as casas que deixaram em seu país de origem conforme as informações passadas pelos próprios imigrantes. A maioria das residências que estão ao longo da San Martín possui pequenos muros com jardim na frente. Quando os primeiros colonos chegaram à Caroya, receberam pequenos lotes para iniciarem uma nova vida na nova terra, e construíram suas casas aos moldes das suas cidades de origem.

5.2.1. Recorte histórico de Colônia Caroya

Conforme os dados de historiadores e do sítio de Colônia Caroya, a cidade tem uma forte influência da imigração italiana, no entanto:

“Los primitivos habitantes de las tierras de Caroya fueron los sanavirones. Estes pueblos de labradores que cultivaban preferentemente el maíz a la vez que recolectaban, para su alimentación, Algarrobo, chañr y tala. Por otro lado, criaban llamas para utilizar la carne em sus comidas y la piel para sus vestimentas. (PUBLICAÇÃO DA MUNICIPALIDADE DE COLÔNIA CAROYA, 2006, p. 8)”

Pouco se sabe sobre a língua dos primeiros povos de Colônia Caroya, e segundo a municipalidade está totalmente desaparecida. Sobre a chegada dos colonos italianos observa-se que:

“El doctor Nicolás Avellaneda se reunió con el señor Nemesio Gonzáles, quien le sugirió invitar a los ciudadanos nativos del norte de Italia. Esta decisión se tomo debido a que eram um Pueblo trabajador, honesto, de profunda religión Cristiana y de mucho sacrificio.

El presidente Avellaneda impulso la creación de Colonia Caroya. Esta disposición fue respaldada mediante una ley sancionada el 10 de julio de 1876.

Em el año de 1878 se espero la llegada de aproximadamente cuarenta familias italianas. (PUBLICAÇÃO DA MUNICIPALIDADE DE COLÔNIA CAROYA, 2006, P. 10)”

A cidade que se conhece na atualidade, surgiu então, por iniciativa do Presidente argentino Nicolás Avellaneda, o qual já havia conhecido a região devido a algumas viagens que fizera anteriormente, quando, na época, manifestou o desejo de fazer algo pelo lugar. Aceitou a sugestão de amigos e familiares de fundar uma colônia com água disponível para os agricultores italianos.

Quando os imigrantes italianos chegaram à Argentina em 1878 foram alojados na Estância de Caroya que foi o primeiro estabelecimento rural onde os jesuítas estiveram em Córdoba. Na Estância de Caroya se desenvolviam diversas atividades rurais e também recebia estudantes do Colégio Convictório de Nossa Senhora de Montserrat. Os estudantes disfrutavam as férias na estância e também iniciavam sua formação no campo.

Os estabelecimentos rurais jesuíticos se converteram em empreendimentos de produção diversificada como, por exemplo, a manufatura têxtil, a criação de mulas, a elaboração de couros artesanais e a vitivinicultura, entre outros. Colônia Caroya foi reconhecidamente uma região com uma vitivinicultura importante e mesmo na atualidade pode-se encontrar boas adegas com vinhos elaborados com uvas não tradicionais que são servidos como acompanhamento dos embutidos nas lojas ao longo da Av. San Martín ou na famosa Rota 9 próximo à Colônia Caroya e à Jesus Maria.

Os primeiros imigrantes europeus eram provenientes da região de Friuli-Veneza-Giuglia (Itália) e quando abarcaram na Argentina depois de uma longa viagem de navio, foram para Colônia Caroya por meio de trem. A estrada de ferro foi construída em Córdoba em meados do século XIX e logo após foi feita sua extensão até Caroya. Segundo Boué (2012 p. 4-5):

“El 15 de marzo del año 1878, 295 inmigrantes italianos, de las regiones del Friuli y de Venecia Giulia, llegaron a la estación de tren de Caroya. Hasta los años 50, otras oleadas migratorias de las mismas regiones italianas llegaron a la Colonia, debido al éxito de las primeras llegadas. La mayoría de estos inmigrantes, huyendo de Europa por las guerras y las hambrunas, llegaron con su fuerza de trabajo, su cultura y su saber hacer; que eran sus únicas riquezas. El único edificio existente era la Estancia Jesuítica de Caroya: las primeras obras fueron por lo tanto, marcar límites y llevar agua hasta los campos por un sistema de riego que sigue presente hoy en día. Las casas fueron construidas con la misma arquitectura que las del Friuli,

incluyendo un sótano de almacenamiento para el vino, los embutidos y las conservas.”

O presidente Avellaneda foi quem deu impulso à imigração, incentivando os cidadãos europeus, especialmente os italianos, a radicar-se na República da Argentina. Essa política colonizadora fazia parte do projeto de modernização do país.

A colonização de Colônia Caroya e Jesus Maria tem histórias diferentes, pois esta última foi colonizada principalmente por imigrantes espanhóis. Devido a isso e também ao fato de que a imigração dos italianos se concentrou em Colônia Caroya existe até a atualidade certa separação e rivalidade entre as cidades. Jesus Maria tem uma origem de um povo crioulo cujos costumes eram e são diferentes. Esta separação cultural é reforçada pela separação física da Rota 9. Segundo Boué (2012, p.5): *“Los italianos se reagruparon en función de su origen regional, en las zonas semi-urbanas de los barrios de Colonia Caroya: Tronco Pozo para los del Véneto o Puesto Viejo para los inmigrantes del Friuli.”*

No final do século XIX quando os imigrantes vindos da região de Friulli-Venezia-Giuglia chegaram à Argentina, se depararam com o problema da escassez ou até mesmo da falta de água e convivem com essa questão até a atualidade. Em 1908, os imigrantes, a partir da iniciativa de um pequeno grupo, foram solicitar ajuda sobre a questão da água ao então Intendente Sr. Reymundo Coseane para que pudessem comprar uma concessão da colônia vizinha Jesus Maria. Então, o que se observa na atualidade é que a água que abastece Colônia Caroya vem de Jesus Maria o que gera uma relação de certa dependência.

Em 1911 foi criada uma Comissão de Rego com o objetivo de distribuir água para Colônia Caroya. Foi aberto um canal de água que margeia a Avenida San Martin e perpassa toda Colônia Caroya seguindo até a nova colônia que foi criada em 1910, chamada Colônia Vicente Aguero. A nova colônia recebeu esse nome em homenagem a um antigo colono Don Vicente Aguero.

Devido às prolongadas secas, em agosto de 1909 o então intendente Sr. Coseani, em acordo com o Conselho Deliberante, comprou em favor da cidade de Colônia Caroya os direitos e cessões de metade da água e canal que pertencia aos senhores Eudoro S. Pizno e Sr. Vicente Aguero. A água era proveniente do rio de Jesus Maria. No entanto este fato motivou um conflito resultando na separação de uma parte de Caroya, surgindo então a Colônia Vicente Aguero.

O trabalho para a construção do canal de rego foi muito importante para que as colônias, Colônia Caroya e Colônia Vicente Aguero, pudessem se tornar habitáveis e que seus moradores pudessem viver, cultivando a terra e criando animais. Os imigrantes italianos e seus descendentes valorizam bastante o trabalho compartilhado e este valor está sendo repassado para as novas gerações, quer seja no seio das famílias quer nas festividades e encontros quando são revividas e recontadas as histórias de quando chegaram à Argentina.

5.2.2. Colônia Caroya e suas origens

Uma curiosidade, até mesmo entre os imigrantes, é saber o significado do nome da municipalidade. Segundo Bischoff (1968) não há um significado exato para a palavra Caroya. Existem versões que ao longo do tempo se tem formulado, e de todas há uma suposição de que Caroya tem origem quíchua. Não há uma explicação categórica para essa denominação, no entanto conforme relato do autor e também dos moradores da cidade de que esta é a origem da palavra Caroya.

Quando da ocupação dos jesuítas em Córdoba, os mapas faziam referência a Santa Catalina, Jesús María e a Caroya. A partir de então, observa-se o nome Caroya se referindo ao território de Colônia Caroya, conforme a citação de Bischoff (1968): *“será necessário citar, entre los más distantes antecedentes, el mapa levantado por J. Arenales, 1831, y donde com*

claridade se indica la presencia de la iglesia de Caroya, em el camino desde Córdoba hacia el Alto Perú.”

Bischoff (1968, p.XX) investigou em diversas fontes o significado do vocábulo Caroya, conforme se pode observar na citação a seguir:

“Andan los años y también Honorio Mossi explico que el vocablo “Kara” queria decir em quíchua Cuero, pellejo, costra. Otros autores há seguido las huellas de aquellos citados y em especial de Lafone Quevedo, y así Rodolfo de errari Rueda recoge la versión de Cabrea, acerca simplemente de su ubicación, expressando que “Caroya, Caroyapa o Carayopolia, que com estos tres nombre figura em piezas documentales lo que actualmente se denomina Caroya.”

5.2.3. As atividades produtivas de Colônia Caroya ea elaboração de salame

Entre as atividades produtivas dos micro e pequenos empreendimentos de Colônia Caroya podem-se citar a produção de vinhos, doces, conservas, embutidos, alfajores, mel, massa, salame, entre outros. O cultivo de videiras e a produção de salame são algumas das atividades mais relevantes para a economia da Colônia Caroya, além da renda do turismo. A produção de chacinados como o salame chega a 515 toneladas ao ano e gera aproximadamente mais de 130 empregos diretos. (INTA, 2008).

O sistema produtivo no campo se baseia em pequenos lotes com 2 a 24 hectares. Dentro da produção atual se destaca o cultivo de uvas como a frambua, merlot, malbec, chardonay, entre outras. Também produzem outras frutas como pêssegos, pêras, membrilos e outras. Há também o cultivo de tubérculos como a batata, hortas orgânicas com alho, alface, repolho, tomate e acelga. No cultivo extensivo observa-se a produção de cereais como milho, sorgo, aveia e soja, além da alfafa para o rebanho de gado.

Especificamente sobre a vitivinicultura, esta foi a principal atividade econômica da Colônia na década de 1970 e era a região com maior ingresso per capita no mundo. O cultivo da uva e a produção de vinhos tiveram suas origens com a chegada dos jesuítas que aumentaram as plantações para a cidade vizinha de Jesus Maria. Atualmente, observam-se três adegas que tem mantido uma produção de vinho importante na região, quais sejam: a Bodega La Caroyense, Bodega Nanini e Bodega Campana. A produção de uva alcança 2.000.000 de quilos em aproximadamente 200 hectáres tendo mais ou menos 60 produtores.

Colônia Caroya também possui a atividade de pecuária com uma pequena produção de gado, porcos e aves. Em termos de grandes empresas há a GUMA que se dedica a fabricação de artigos de limpeza, e a outra é a ARCOR que produz chocolates destinados ao mercado interno e para exportação. Também possui fábricas de cerâmicas que constitui uma das atividades tradicionais da cidade.

As empresas mais expressivas que elaboram salame em Caroya são Embutidos Piazzone, Los Plátanos, Embutidos El Teki, Embutidos Don Angel, El Sotano de Caroya, Embutidos El Super, Familia Grion S.R.L., Embutidos La Central, Mio Nonnino, Norma Londera, Vanessa Rossi, Sabores de Caroya, Provin e Todo Casero. Todas as empresas citadas se reuniram para solicitar o selo de Indicação Geográfica e entre elas apenas a Família Grion S.R.L. possui habilitação nacional do SENASA e a empresa Embutidos La Central possui habilitação provincial. Todas as outras possuem apenas habilitação municipal. Isto quer dizer que apenas podem comercializar seus embutidos na própria cidade.

O turismo cultural e gastronômico é outro atrativo da cidade que recebe muitos visitantes em busca de conhecer um pouco mais da história do lugar e experimentar a rica culinária, entre outros. O fato da proximidade com a Rota 9 facilita ao turismo pois a cidade está no caminho de outras cidades que também são turísticas.

Entre os atrativos destaca-se a Casa de Caroya que foi declarada Monumento Histórico Nacional. Em 1965, o governo da província expropriou essa propriedade para declará-la Monumento Histórico Provincial o que ocorreu em janeiro de 2000. Segundo Bischoff (1968), no início do século XXI as construções jesuíticas cordobesas em *Santa Catalina*, *La Candelaria*, *Alta Gracia*, *Jesús Maria Y Caroya*, juntamente com a Igreja da *Compañia*, o Reitorado da Universidade e o Colégio Montserrat da capital da cidade, formam um legado que foi construído ao longo de quatro séculos.

Em Colônia Caroya existem eventos e festividades ao longo de todo o ano, aos quais são ocasiões quando os antigos colonos e a nova geração revivem suas tradições como a Festa Provincial de *la Vendimia* e a *la Sagra Nacional de la Uva y Frutihorticultura* (em março), a Festa da corrida de chanchos e a Festa do Salame. Esta última, a festa do salame, além de atrair muitos turistas, pois funciona como uma vitrine de um produto típico regional, também impulsiona as vendas não somente do salame, mas inclusive de outros produtos locais como as bondiolas, os vinhos e o artesanato. A preparação da festa envolve muitos produtores que se mobilizam juntamente com o município, representado pela secretaria de turismo, para que o evento possa mostrar a tradição dos imigrantes com comidas típicas, mostra de artesanato, danças e músicas típicas.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta parte da tese apresentará os resultados e a discussão dos dois estudos de caso que são o do salame de Colônia Caroya na Argentina e o da cachaça de Paraty no Brasil. Para tanto foi elaborada no tópico anterior a contextualização dos locais onde as pesquisas de campo foram realizadas, com a descrição das áreas de estudo e o levantamento de dados históricos. Neste item serão descritos dados da produção de ambos os locais e do território, e também serão especificados os autores e o referencial teórico que apoiaram a investigação. Para apontar como os produtores compreendem o selo de IG, e também descrever suas estratégias e parte de suas trajetórias foi preparado um quadro de referências a partir dos conceitos e legislação sobre IG, das diferentes definições de qualidade, multifuncionalidade, Teoria das Convenções e por fim a aplicação do Modelo CQFD.

6.1.A Indicação Geográfica da Cachaça de Paraty - BR

O reconhecimento do selo de IG da cachaça de Paraty foi o resultado dos esforços de vários atores que contribuíram para que o processo tivesse êxito. Segundo os alambiqueiros um dos maiores benefícios que o selo de reconhecimento trouxe foi a união entre eles, pois na atualidade o diálogo faz parte da rotina semanal da associação. Para dar entrada nos trâmites para obter o selo, eles tiveram que formar uma associação que foi a APACAP.

A APACAP teve aprovado seu regulamento para produção de cachaça de Paraty no dia 17 de outubro de 2006 com a presença na assembleia de oito associados, mesmo ainda sem uma sede física. Os membros da associação aprovaram o processo de indicação de procedência para a cachaça de cana azulada conforme proposição da diretoria.

Conforme ata da reunião da APACAP de 17 de outubro de 2006, a área geográfica delimitada para a Indicação de Procedência “Paraty” (IP Paraty), para Cachaça e Aguardente Composta Azulada está integralmente localizada no município de Paraty e possui a seguinte delimitação: Inicia-se na Ponta Grande Timbuíba ou Ponta do Toque-Toque; deste ponto segue para o oeste pelo cume dos morros divisores de água da bacia do rio São Gonçalo com a bacia do rio Mambucaba até chegar ao cume da serra do Mar que é divisa dos municípios de Paraty - RJ com Cunha – SP. Em seguida segue rumo ao sul pelo cume da Serra do Mar, acompanhando a divisa dos municípios de Paraty – RJ com Cunha – SP até chegar ao encontro do cume da Serra do Mar com a Serra do Paraty; deste ponto a delimitação segue rumo ao leste, seguindo o cume da Serra do Paraty, divisa dos municípios de Paraty – RJ com Ubatuba – SP até chegar ao mar na Ponta da Trindade; seguindo depois pela costa do município de Paraty – RJ até chegar a Ponta Grande Timbuíba ou Ponta do Toque-Toque, fechando dessa maneira o perímetro com uma área total de aprox. 900 km². Uma questão a ser destacada é que nessa delimitação as áreas de reserva e proteção ambientais compreendidas pelo Parque Nacional da Serra da Bocaina, a Reserva Ecológica da Joatinga e a Área de Preservação Ambiental - APA do Cairuçu devem ser respeitadas e preservadas.

Na área delimitada poderão ser cultivadas todas as espécies de cana de açúcar para a produção da cachaça de Paraty e ficam autorizadas para produção as áreas que estejam fora das áreas de reserva e parque. A produção de cana e cachaça é proibida nas áreas compreendidas pelo Parque Nacional da Serra da Bocaina e pela Reserva Ecológica da Joatinga e, na área compreendida pela APA do Cairuçu é permitida desde sejam respeitadas as normas da APA. Conforme informações dos alambiqueiros há uma preferência por utilizar a cana nativa, pois há um desejo que buscar o selo de Denominação de Origem.

6.1.1. A Produção de cachaça artesanal de Paraty - BR e a IG

Em Paraty, podem-se encontrar alambiques com sistema de produção mais automatizado e outros que preservam a forma mais manual com a utilização da força da roda d'água, no entanto quer seja mais ou menos automatizado, os produtores de cachaça de alambique preservam a forma tradicional de produção.

Segundo a APACAP, para a elaboração da bebida deve-se obter o caldo por meio do processo de moagem da cana-de-açúcar; em seguida o mosto é obtido do caldo de cana-de-açúcar durante o processo de fermentação; e na sequência obtém-se o mosto fermentado. Uma curiosidade sobre a cachaça é que ela pode ser envelhecida em diferentes tonéis

Conforme a associação, para fins de Indicação de Procedência os produtos serão obrigatoriamente elaborados, envelhecidos e engarrafados na área geográfica delimitada, e podem ser produzidas as seguintes variedades:

Cachaça - bebida tradicional, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, com características sensoriais peculiares, podendo ser armazenada em tonéis de aço inox ou em tonéis de madeira que não alteram o sabor, aroma e cor da mesma.

Cachaça Envelhecida—cachaça armazenada em barris de 700 litros ou mais por um prazo determinado.

Cachaça Premium - cachaça que contém 100% (cem por cento) de cachaça envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 1(um) ano.

Cachaça Extra Premium - cachaça que contém 100% (cem por cento) de cachaça envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 3 (três) anos.

Aguardente de Cana Composta Azulada - aguardente adicionada de folhas e/ou flores de tangerina na destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar, adquirindo sabor e aroma característico e uma coloração final levemente azulada.

Com relação à matéria-prima utilizada, o corte para a fabricação da Cachaça de Paraty deverá seguir a metodologia “Ponto de Corte”, onde a relação (R), relativa da divisão entre o Brix da Ponta e o Brix do Pé atende a valores acima de 0,8. Outro ponto é que não pode ser feita a queimada do canavial antes de seu corte.

A matéria-prima tem um prazo para ser utilizada que deverá estar contido no limite de até 48 horas do corte, mas o limite ideal seria de 24 horas. A moagem da cana-de-açúcar poderá ser feita tanto em moendas com acionamento elétrico, quanto por roda d'água ou por outro tipo de motor, sendo vedada a utilização de tração animal.

Sobre o caldo e o preparo do mosto, a APACAP nos coloca que os caldos devem ser isentos de partículas grosseiras como areias, argilas de alta granulometria e bagacilhos e, para tanto devem ser utilizados floto-decantadores ou outros métodos de filtragem.

Com relação ao preparo do mosto, este deve ter teores de açúcares e nutrientes que proporcionem ótimas taxas de produção de álcool etílico e subprodutos desejáveis durante a fermentação; as águas de diluição devem ser isentas de cloro, matéria orgânica, cor e odor e, para que isso ocorra, devem ser utilizados filtros à base de carvão ativado. O mosto poderá ser aquecido, antes da fermentação, até o valor máximo de 45°C e poderá sofrer um processo de enriquecimento e /ou aromatização, acrescentando alguns nutrientes com algum grau alimentício, de forma a auxiliar o processo fermentativo, caso seja necessário. As principais substâncias nutritivas mais recomendadas são o sulfato ou fosfato de

amônio, o superfosfato simples, o sulfato de magnésio e os farelos de arroz e de milho (também utilizados para reforçar o aroma final em determinadas cachaças).

No processo de fermentação, as linhagens de leveduras utilizadas na produção da Cachaça de Paraty são contidas no mosto de cana-de-açúcar e /ou são utilizadas as leveduras de panificação, consideradas como “cepas naturais”. Também podem fazer uso daquelas linhagens selecionadas geneticamente e comprovadamente tidas como de “alta eficiência fermentativa”. Sobre o padrão para controle da temperatura de fermentação, o ideal é na faixa de 28 a 32°C. Há uma preocupação e controle com relação a contaminantes e o recomendado é a lavagem periódica dos “pés-de-cuba” com água limpa.

Sobre a estocagem e envelhecimento, observa-se o atendimento a Instrução Normativa número 13 de 29 de julho de 2005, do MAPA, ou outra melhor que vier a substituir a anterior.

Sobre os tonéis de armazenamento para o envelhecimento, poderão ser utilizados qualquer tipo de madeira, desde que a mesma seja indicada para tal uso e não repassem para a cachaça nenhuma substância que seja imprópria para o consumo humano. Em alguns alambiques de Paraty observaram-se tonéis de carvalho de origem francesa, e também de madeira nativa como a Umburana. O armazenamento também pode ser feito em barris de Amendoim e Jequetibá que são madeiras neutras, que não soltam coloração e daí se extrai a cachaça prata. Conforme a pesquisa de campo observou-se uma preferência por armazenamento em tonéis de madeira nacional, pois alguns importados foram utilizados para armazenar outras bebidas como o uísque em seus locais de origem como nos Estados Unidos e Europa. Os tonéis deverão ser identificados no rótulo ou contra rótulo o tipo de madeira em que a cachaça foi armazenada ou envelhecida e conforme normas do MAPA. A APACAP recomenda para a armazenagem e envelhecimento o seguinte:

a) Cachaça: armazenada em tonéis de aço inox ou madeira, desde que não alterem suas características sensoriais.

b) Cachaça Envelhecida: armazenada em tonéis de madeira com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 1(um) ano, podendo ser adicionada em até 50% de seu volume com cachaça não envelhecida

c) Cachaça Premium: envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 1 ano.

d) Cachaça Extra Premium: envelhecida em recipiente de madeira apropriado, com capacidade máxima de 700 (setecentos) litros, por um período não inferior a 3 (três) anos.

O sistema de produção da cachaça de Paraty atende a alguns critérios considerados relevantes e essenciais para a manutenção da qualidade superior do produto. Também, pode ser visto como estratégico, pois associado à qualidade, a obtenção do selo de Indicação de Procedência junto ao MAPA pode proporcionar maior competitividade no mercado tanto nacional quanto internacional.

Sobre a questão da ideia de buscar o selo de IG todos relataram que foi uma iniciativa incentivada por um ator externo que foi um representante do MAPA. O objetivo principal era proteger o produto e conseqüentemente agregar valor e melhorar a qualidade se adequando às normas. Essas foram as razões e a compreensão da APACAP sobre o selo de reconhecimento de IG, segundo entrevista com representantes da APACAP.

Eles foram questionados sobre como eles compreendem o selo de IG e 100% dos entrevistados assinalou que significa garantia de origem, garantia do local e métodos de produção, garantia de qualidade e tradição. Para os alambiqueiros, outra semelhança com o caso do salame, sem o objetivo de fazer comparações, mas sim de destacar experiências é o fato dos produtores de cachaça terem relatado que os consumidores não entendem o significado de um produto com selo de IG. Os consumidores esperam garantia de origem e

garantia de qualidade entre os requisitos para a bebida. Sobre a questão se os consumidores pagariam a mais por um produto com selo de IG, as respostas foram variadas, porém que pagariam em média 10% ou 20% a mais.

Sobre as mudanças com o projeto e a posterior obtenção do selo de reconhecimento, os produtores de cachaça disseram que foi a necessidade de se adequar às normas e padrões. Alguns tiveram que acessar financiamento público para a compra de equipamentos mais modernos para que pudessem melhorar a produtividade. A contratação de um responsável técnico foi uma questão essencial para a melhoria da produção e adequação às normas além do apoio de outros atores como o SEBRAE, a EMATER, a UFRRJ e a prefeitura de Paraty, entre outros.

Todos os produtores entrevistados possuem uma área para produção de cana para ser empregada na produção de cachaça e outros produtos como a rapadura e o melado além de alguns alambiqueiros também produzirem álcool para abastecimento dos seus veículos e máquinas. Com exceção de uma empresa onde não foi possível realizar entrevista, todos relataram que a produção própria de cana de açúcar não é suficiente para suprir a demanda e a necessidade de produção de cachaça e outros derivados da cana, sendo preciso efetuar a compra de matéria prima de outras localidades.

Segundo a APACAP, os produtores desejam se tornarem autossuficientes na produção de cana de açúcar, pois a compra em outras localidades torna o produto mais caro para o consumidor e também compromete a qualidade final da cachaça. Para uma qualidade superior a cana deve ser fresca e isso significa que assim que for retirada do canavial deve ir rapidamente para a moagem e preparação do caldo.

A questão da oferta de cana da região é uma preocupação importante, pois para conseguir atingir a produção, os alambiqueiros compram cana de outros locais como de São Paulo pela proximidade geográfica, conforme já ressaltado antes. Porém, o fato de vir cana de São Paulo foi relatado como um fator que impacta muito os custos da produção devido, principalmente, ao elevado frete, além de comprometer a qualidade. E também, segundo os alambiqueiros, o produtor de cana da região de Paraty não tem demonstrado interesse em produzir cana para vender a produção para os membros da APACAP por questões culturais. Segundo uma representante de um dos engenhos que produz cachaça em Paraty há mais de um século, os produtores tem desconfiança na transação, pois no passado relatavam que a comercialização não era justa para os produtores que se sentiam lesados.

Para a APACAP há uma preocupação que é bastante evidente entre os alambiqueiros que é a necessidade de reconhecimento e valorização local do produto produzido por eles. A percepção deles era de que o cidadão de Paraty prefere consumir um produto de qualidade inferior, no entanto mais barato, que consumir a cachaça produzida pelos membros da APACAP. De certa forma, essa preocupação corrobora o que foi investigado durante a pesquisa de campo de que os consumidores não compreendem o significado de um produto com selo de IG. Fica claro também que para os produtores essa é uma questão importante.

A questão da mão de obra também foi considerada como algo importante a ser tratada, pois, segundo os entrevistados, muitos jovens não terem conhecimento para trabalhar na agricultura, não demonstram interesse em trabalhar na produção da cana, e os trabalhadores mais antigos estão deixando o trabalho no campo por ser considerado um trabalho muito pesado. Um exemplo que foi constatado é a dificuldade de muitos em ter que colher a cana com tração animal, pois devido aos declives dos terrenos, não havia possibilidade de se introduzir máquinas para auxiliar na colheita.

6.1.2. Perfil dos produtores de cachaça de Paraty

As empresas que produzem cachaça em Paraty e fazem parte da APACAP são a Coqueiro, Corisco, Maria Izabel, Parathyana, Engenho D'ouro e Pedra Branca. Foram realizadas entrevistas em todas as empresas com exceção da empresa Corisco devido a problemas no agendamento. A APACAP e a representante técnica dos alambiqueiros foram também realizadas entrevistas assim com uma representante do SEBRAE que na época fez parte da equipe para solicitar o selo de IG para a cachaça.

Todas as empresas pesquisadas em Paraty são consideradas micro e segundo os seus representantes a origem do capital para montar a firma foi próprio. Entre os respondentes das empresas quatro são do sexo masculino e um do sexo feminino. Sobre o grau de instrução dois possuem nível superior e os outros possuem nível médio. Todos relataram que a produção de aguardente de cana é uma atividade realizada pela família há muitos anos.. A firma Coqueiro produz cachaça há mais de um século, sendo uma atividade passada de geração em geração. Os outros alambiqueiros relataram que a produção de cachaça faz parte da tradição familiar e tradição na cidade, pois Paraty já foi reconhecida como um polo produtor de aguardente.

Como também alguns dos alambiqueiros são produtores agrícolas, uma parte deles conseguiu financiamento público com o cadastro de produtor rural. A atividade principal de todos é a produção de cachaça e outros derivados da cana de açúcar, mas nas propriedades, segundo as entrevistas e pesquisa de campo, existem outras atividades que complementam a renda. Entre as outras atividades, destaca-se o turismo e a produção de outros alimentos para consumo próprio e para comercialização. Alguns alambiques fazem parte do roteiro turístico de Paraty, e um recebem hóspedes por temporada.

A trajetória de cada um em particular é curiosa e interessante e para maior interação é preciso visitar os alambiques e vivenciar essa experiência. Em 2013 foi publicado um livro “Cachaça, Cultura e Sabor em Paraty” sobre a produção de cachaça onde foram relatadas as histórias de cada alambiqueiro. Entre as muitas histórias, mas todas são interessantes e importantes para compor um relato fidedigno, pode-se exemplificar com o relato de dois alambiqueiros que possuem curso superior em áreas distintas da destilação de bebidas. Eles foram questionados sobre as razões de iniciarem ou continuarem a produzir cachaça já que a formação era diversa. As respostas foram que para um seria um como uma distração nas horas vagas, mas produção acabou se transformando na atividade principal. O outro resolveu seguir as orientações da família e continuar o legado.

Outro alambiqueiro entrevistado e questionado sobre sua trajetória e como iniciou na atividade, disse que a produzir cachaça faz parte de sua história e que deseja continuar a tradição familiar por se tratar de uma atividade que desperta o sentimento de orgulho. O prazer e o gosto pela atividade também foram relatados pelos outros entrevistados que apesar de terem tido uma trajetória com a realização de inúmeras outras atividades econômicas e produtivas, optaram por produzir cachaça. Há um caso em que a produtora resolveu apostar na atividade depois de ter ultrapassado inúmeros desafios e situações complicadas, inclusive familiares, ao longo da vida, mas que continuará a produzir enquanto puder.

6.2. A Elaboração de Salame de Colônia Caroya - AR

A questão da elaboração de embutidos, e mais especificamente, do salame que recebeu o selo de IG, está entranhada na cultura dos imigrantes italianos que se estabeleceram em Colônia Caroya e em Vicente Aguero. Os costumes se modificaram e se adaptaram ao que conseguiam obter na nova terra que os abrigava. Entre os saberes que os imigrantes trouxeram está a fabricação de bons vinhos. Essa atividade atingiu grande notoriedade e segundo a história de Colônia Caroya descrita por Bichoff em “...Y Ellos Forjaron un Pueblo” de 1968,

o vinho “Lagrimilla” produzido nas bodegas de Jesus Maria foi o preferido do rei entre os que ele saboreou.

Sobre a elaboração de salame, Boué (2009, p.5) nos esclarece que:

La producción de salame inició en Colonia Caroya pocos años después de la llegada de los inmigrantes italianos, desde los conocimientos técnicos carniceros de sus regiones de origen, adaptándolos a la materia prima disponible en la zona y a las características generales del territorio. La producción, que se realizaba únicamente durante el invierno para el consumo doméstico, era un medio de conservación de la carne en el tiempo. Mientras que en Italia la producción de salame se hacía solamente a partir de carne de cerdo, la fuerte presencia de ganado vacuno en la Argentina llevó a los habitantes de Colonia Caroya a mezclar los dos tipos de carne a la preparación y también a embutir en tripa vacuna.

A elaboração do salame e de outros embutidos era uma tarefa realizada com a companhia de parentes e amigos que preparavam uma carneada. Os primeiros imigrantes elegiam a carne, separando a carne do toucinho. Escolhia-se o melhor toucinho para o salame, e a carne deveria ser livre de todos os nervos, cortando-a em cubos pequenos. A carne de menor qualidade era destinada ao choriço. O mestre da carneada, como era chamado, media e pesava as proporções da carne e a condimentava com sal, noz moscada e outros temperos conforme o desejo do proprietário do cerdo. Conforme a preferência de alguns, poderia-se incluir alho e vinagre.

Para as mulheres, durante a preparação dos embutidos, restava a tarefa de ferver água em grandes quantidades, dando voltas nas tripas que logo seriam embutidas. As tripas do cerdo que foi abatido também eram utilizadas, mas depois de devidamente limpas. Praticamente todas as partes do cerdo eram utilizadas, inclusive o sangue que em algumas casas era bem batido para não se coagular e depois se colocava pão ralado, açúcar, uva passa, raspas de limão, noz moscada, canela, cravo, uma colher de gordura e se fazia com isso uma sobremesa chamada mula. Para se preparar 10 quilos de salame levava 40% de carne de vaca, 60% de carne de cerdo, 280 gramas de sal, um punhado de pimenta, sal nitro e noz moscada, podendo variar conforme o desejo das pessoas.

O salame de Colônia Caroya é classificado como um embutido seco que mescla carne de porco (cerdo) e carne bovina, picado grosso, e inclui uma etapa de maturação no sótão, durante um período mínimo de 21 dias. Entre os produtores a receita pode variar um pouco incluindo mais ou menos temperos e condimentos, como por exemplo, a adição de noz moscada a qual não é utilizada por todos.

Na elaboração do salame existe um aspecto simbólico que remete ao imaginário de quem ouve as histórias que é a figura do chacinador. Conforme relato dos produtores e revivido na corrida de chanchos que é uma festividade de Colônia Caroya, essa figura do chacinador é uma personagem que é sempre lembrada e que tinha um papel central na preparação dos embutidos. De acordo com o relatado no livro *Recuperando Vivencias y Sabores*, que é um impresso preparado pela municipalidade de Colônia Caroya (2005):

“El maestro chacinador era el que conocía, sabía, había aprendido, acumulado experiencia. Si el cerdo estaba demasiado gordo, si estaba em condiciones, se estaba alimentado correctamente. El llegaba generalmente a la mañana temprano em frías jornadas del otoño o el invierno com todos sus bártulos:rifle que usaba com precisión para matar al cerdo, cuchillos, chaira, máquina de embutir, etc.”

O salame era preparado preferencialmente no mês de abril com os primeiros ventos do sul, feito seguindo um verdadeiro ritual. No entanto ele se transformou num produto comercial vendido ao longo do ano, mas que guarda o saber-fazer dos antepassados. Além do salame se preparava também outros alimentos como o fiambre de cerdo, a panceta e as bondiolas. A questão de monitorar o clima e esperar o período certo era essencial para que obtivessem bons resultados. Observa-se que o tempo e a natureza tinham uma influência para preparação e, de certa forma, ditava o ritmo.

Os embutidos eram armazenados no sótão das casas e, antigamente, não tinham o controle que se observa nos sótãos na atualidade. Os produtos eram observados atentamente pelo patriarca da família para verificar se já estavam no ponto para serem saboreados e alimentar a família. O excedente podia ser oferecido aos vizinhos, e que com o tempo passou a ser vendido. O toucinho que sobrava era derretido em uma grande panela e depois guardado em latas. Essa gordura do toucinho era utilizada para fritar e preparar outros alimentos, pois não utilizavam óleo refinado de soja. Esse costume ainda permanece entre alguns produtores de preferir cozinhar com a gordura retirada do cerdo.

A decisão de entrar com a solicitação do selo de Indicação Geográfica fez com que os produtores buscassem um acordo no sentido de preparação do embutido. A questão é que só seria permitida a utilização de tripa natural de vaca para embutir e, sobre as outras matérias primas utilizadas, as proporções poderiam variar e isso correspondia à escolha de cada produtor.

Segundo Boué (2009, p.5) o salame de Colônia Caroya começou a ser comercializado por inúmeros motivos e utilizando diversas redes. Entre as razões, a autora tendo como base os trabalhos de Champredonde, Beneditto e Bustos Cara (2011), além da própria Boué (2012), cita em sua dissertação de mestrado algumas razões:

- A migração interna e a proximidade com Córdoba que por meio da capital o salame passou a ser conhecido em todo o país como uma representação cultural de Colônia Caroya.
- Durante a crise dos cereais dos anos 1950, a produção e venda de salame começou a aumentar e o salame se converteu em outra fonte de renda para a população local.
- A linha férrea que passava por Colônia Caroya possibilitava que as pessoas pudessem vender seus produtos, incluindo o salame, nos momentos em que o trem passava que era quatro vezes por semana até Córdoba.
- A Rota 9 que é uma das rodovias que une Buenos Aires com o norte do país era vista, por alguns produtores, como uma interessante possibilidade de desenvolvimento e eles acabaram instalando ponto de venda ao longo da rodovia.
- Colonia Caroya é a porta de entrada de um dos passeios turísticos mais famosos do país que são as Serras de Córdoba, que é parte do “Caminho Real” que vai conectar o Alto Peru até Río de La Plata, para as Estâncias Jesuíticas do século XVI.

Os produtores de salame, durante as entrevistas realizadas em 2013, confirmam as razões citadas acima, inclusive pode-se incluir a venda de porta em porta dos produtos. A força e persistência dos colonos na busca por se estabelecer e recomeçar num novo continente é algo a se destacar, pois quando ocorria uma grande queda na colheita, a maioria buscava alternativa frente aos desafios que se deparavam. Muitos dos elaboradores de embutidos eram também agricultores e no momento em que encontravam alguma dificuldade para vender e escoar sua produção, eles utilizavam uma carroça para viajar e comercializar os produtos, oferecendo seus embutidos e sua produção agrícola em vários lugares incluindo Córdoba,

conforme relato de uma das entrevistas realizadas com o patriarca da família Grion. A Família Grion é uma empresa que produz e comercializa embutidos, incluindo o salame, e faz parte do grupo que solicitou registro de IG.

Ao longo da história de desenvolvimento de Colônia Caroya foram criadas muitas cooperativas como as vitivinícolas e as de horticultura principalmente. Com o passar do tempo muitas dessas firmas foram fechando e outras quebraram devido a inúmeros problemas como, por exemplo, a má gestão e a desconfiança entre seus membros, segundo alguns relatos dos produtores. Em razão disso, e por questões culturais não se observa na cidade a formação de cooperativas, e os produtores relatavam preferir trabalhar individualmente ou com algum familiar do que formar sociedades ou mesmo associações.

Em relação ao salame de Colônia Caroya, um produtor que não faça parte do conselho de IG não poderia vender seus produtos como “Salame de Colônia Caroya IG”, mas poderia utilizar a informação de que o embutido foi feito em Colônia Caroya., ou produtores de outros lugares poderiam utilizar a expressão “Tipo Colônia” pois existem produtores de salame nas cidades vizinhas como Colônia Vicente Aguero e Colônia Tirolesa.

6.3. A Indicação Geográfica do Salame de Colônia Caroya

Em 30 de abril de 2013 os elaboradores de salame de Colônia Caroya juntamente com a gestão municipal entregaram oficialmente um projeto de designação de IG (Indicação Geográfica) ao Legislativo da província de Córdoba, como pode ser observado no informativo do INTA (2008):

“La construcción de una indicación Geográfica (IG) para el salame de Colônia Caroya es un proyecto iniciado em 2008, em el que el INTA se asoció al Municipio de Colônia Caroya, em su momento logro convocar y enrolar a los elaboradores de salame aunando criterios sobre una certificación que deienda al producto em el mercado nacional ante las comparaciones com los denominados ‘salame Colonia’.”

A iniciativa para buscar o selo de IG foi dos próprios produtores que estavam preocupados com a usurpação do nome do salame de Colônia Caroya sendo comercializado por indústrias locais e de fora além de outros produtores da própria cidade que não seguiam a receita do salame típico que era elaborado por gerações e gerações. A questão da proteção desta tradição foi decisiva para que um grupo de elaboradores se reunisse com o intuito de buscar uma maneira de proteger seu produto típico.

Este grupo gerou muitas informações técnicas importantes para a preparação do projeto a ser entregue ao Legislativo de Córdoba e posteriormente ao Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGyP) de la Nación. Eles se associaram com a gestão municipal, articularam oficinas com o Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), a Universidad de Quilmes, o Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP) y a Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Todas essas instituições contribuíram para a preparação e elaboração do projeto.

Os elaboradores de salame de Colônia Caroya obtiveram a aprovação para utilização do selo de Indicação Geográfica em 07 de novembro de 2013, e com isso o reconhecimento de que o salame de Caroya possui um diferencial em relação aos outros. Os elaboradores de salame que estavam presentes ou representados por seus pares na audiência no Ministerio de Agricultura, Ganaderia Y Pesca em Buenos Aires foram:

- Embutidos Piazzoni- representante Sr. Martin Piazzoni
- Los Platanos S.R.L. – representante Sr. Guillermo Visintin

- Embutidos El Teki – representante Sr. Mariano Cragnolini
- Embutidos Don Angel – representante Sr. Nestor H. Celiz
- El Sotano de Caroya – representante Hugo Petrópulo
- Embutidos El Super – representante Sr. Félix Barrera
- Familia Grion S.R.L. – representante Sr. Diego e Daniel Grion
- Embutidos La Central – representante Sr. Amilcar Ñañez
- Mio Nonnino – representante Guillermo Ripeloni
- Norma Londero – representante Sra. Norma Londero
- Il Posto Di Ragazzi – representante Sra. Vanessa Rossi
- Sabores de Caroya – representante Sr. Diego e Sra. Claudia Visintin
- Provin – representante Sr. Marcelo Prosdócimo
- Todo Casero – representante Sr. Cristian Cadamuro

Além dos representantes dos elaboradores de salame também estavam representantes da municipalidade de Colônia Caroya, do INTA e o presidente da Associação de Elaboradores de Salame o Sr. Fernando Visintin, entre outras pessoas que também foram ao ministério para assistir e também solicitar aprovação de selo de IG. A notícia da aprovação para utilização do selo foi comemorada com muita alegria e após isso surgiram algumas questões que iriam impor alguns desafios como, por exemplo, o ponto da traçabilidade entre outros.

Foi possível realizar as entrevistas com todos os produtores que solicitaram o selo de Indicação Geográfica para o salame típico de Colônia Caroya, e inclusive com representantes institucionais que contribuíram para o projeto como o INTA e a secretaria de turismo de Colônia Caroya.

Segundo o entrevistado Sr. Adolfo Grion, extensionista do INTA de Jesus Maria, a instituição tem como área de influência o município de Jesus Maria, Colônia Caroya e Vicente Aguero. O INTA de Jesus Maria funciona como uma agência de extensão que realiza experiências de adaptação de culturas extensivas como milho, soja, sorgo e alfafa. As de cultura intensiva é a batata, o pêssego, a uva e os chachinados que são os embutidos (salame, por exemplo).

Segundo o extensionista do INTA de Jesus Maria, o projeto de promoção do salame de Colônia Caroya vem melhorando com o tempo e estas melhorias se traduzem no fato de que os produtores sabem o que se passa com seus embutidos, pois antes tinham apenas o conhecimento empírico e não sabiam exatamente o que acontecia com o processo de elaboração dos embutidos.

Outro ponto destacado foi a padronização da produção e a utilização dos registros que é o caso da traçabilidade. A traçabilidade nada mais é do que um controle do processo de maturação do embutido, como o controle da temperatura do ambiente (sótão) e da coloração do produto. Funciona de maneira comparada com a rastreabilidade. A foto a seguir mostra o ambiente onde os embutidos ficam para o processo de elaboração.

Conforme informações obtidas tanto no INTA de Jesus Maria, como também com representantes da municipalidade de Colônia Caroya e junto a alguns moradores, o município possui um sistema de irrigação que foi implementado devido ao problema grave de falta de água. Para os primeiros colonos se firmarem em Colônia Caroya foi necessário a construção de um sistema de distribuição de água eficiente (sistema de irrigação) para que a população pudesse viver e produzir na região tendo em vista que a mesma sofreu com o desmatamento da sua mata nativa para a construção de pasto e produção de uva. Existem alguns estudos que relatam o problema da água quando do povoamento de Caroya e o que se pode inferir é que o

desmatamento pode ter acarretado ou contribuído para o agravamento do problema de seca da água dos rios e conseqüentemente da escassez de água para a população de Colônia Caroya.



Fonte: Elaboração própria

Figura8. Sótão da empresa Mio Nonnino.

Outro fato relevante a ser destacado na entrevista realizada no INTA de Jesus Maria e que também foi relatado pela maioria dos elaboradores de salame de Colônia Caroya é a questão da mão de obra. Segundo o Sr. Adolfo Grion existe apenas uma escola técnica agropecuária em Jesus Maria que atende também a Colônia Caroya. O currículo dessa escola muda a cada 5 anos e não há uma política pública clara voltada para o desenvolvimento e aperfeiçoamento da qualificação da mão de obra. Apesar da qualificação da mão de obra não ter sido relatada como um problema sério quando se trata de produzir salame, foi possível perceber que os elaboradores tinham algumas dificuldades em conseguir pessoal comprometido e com experiência para elaborar os embutidos. Segundo o extensionista do INTA de Jesus Maria e também conforme as entrevistas realizadas com os elaboradores de salame, o jovem que desejar cursar uma faculdade deverá se dirigir a Córdoba ou tentar um curso tecnológico oferecido em Colônia Caroya ou Jesus Maria. Para os elaboradores a principal qualidade que necessitam para a preparação do salame não é a maior escolaridade ou criatividade, mas a experiência, vontade de aprender e comprometimento.

Conforme o desenvolvimento e os primeiros resultados dos questionários de pesquisa, é correto afirmar que o pesquisador Sr. Marcelo Champredonde do INTA, juntamente com outras instituições como a FAO, a municipalidade de Caroya e a Universidade de Quilmes, o INTA de Jesus Maria, além é claro dos próprios elaboradores de salame de Caroya, foram os responsáveis pelo projeto para a obtenção do selo de Indicação Geográfica para o salame típico de Colônia Caroya.

Em outubro de 2013, duas auditoras do Departamento de Origem do Ministério de Agricultura da Nação da Argentina visitaram algumas plantas produtoras de salame em Caroya que haviam solicitado a Indicação Geográfica. O objetivo das auditoras era verificar se as instalações e modo de preparo descritos no protocolo de elaboração do salame estavam em conformidade. Os resultados da auditoria foram satisfatórios e inclusive as auditoras

destacaram a predisposição dos elaboradores em se adaptar às mudanças necessárias e, especificamente, se adaptar aos registros de traçabilidade.

Outro ponto destacado pelas auditoras foi o empenho dos elaboradores e especialmente dos mais jovens, conforme ressaltou o Sr. Fernando Visintín que é o presidente da comissão que impulsiona os envolvidos da região na obtenção do selo de IG.

O salame típico de Colônia Caroya é a primeira IG da Argentina, pois até 2014 foram outorgados apenas a Denominação de Origem (DO) para o chivito crioulo do norte neuquino e a outra DO para o salame de Tandil. Este fato de Colônia Caroya torna-se relevante para análise, pois a lei de DO e IG na Argentina foi oficializada somente em 2009 e os elaboradores vem buscando o reconhecimento de sua tradição familiar na elaboração de embutidos desde 2006. O incentivo da municipalidade, o empenho da agência de extensão em promover o salame de Colônia Caroya como o fruto de uma tradição familiar passada de geração em geração foram dois pontos relevantes que impulsionaram o desenvolvimento da região e a melhora da qualidade de vida dos elaboradores de salame.

A Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación e a Comisión Nacional Asesora de Identificaciones de Origen de Productos Agrícolas realizaram uma reunião que aconteceu em 7 de novembro de 2013 em Buenos Aires para tratar das solicitações de IG e DO para produtos de origem do campo e, entre outros produtores, os de Colônia Caroya estiveram presentes e apresentaram com muito orgulho e emoção seu produto típico. Na ocasião os elaboradores foram acompanhados pelo representante do INTA o Sr. Marcelo Champredonde que foi o promotor desse projeto de busca de obtenção do selo de IG, a doutora Elena Schiavone da FAO, a Sra. Olga Candussi representando a municipalidade de Colônia Caroya além de outros amigos dos elaboradores e eu mesma enquanto observadora e pesquisadora. Na ocasião foram expostas as razões para a solicitação do selo, o porquê de ter sido escolhido a modalidade de IG, as características do produto, além do protocolo de elaboração e a receita que justifica o pedido.

A solicitação do selo de IG para o salame típico de Colônia Caroya foi aprovada na reunião de 7 de novembro de 2013 acima descrita e encaminhada para publicação no diário oficial.

6.4. Tradição e Tipicidade: a IG de Paraty e a IG de Colônia Caroya

Champredonde e Benedetto (2009) nos colocam que a construção identitária e de transformação da cultura formam uma parte constitutiva de valorização dos produtos locais. Com relação aos processos de valorização de produtos locais, geralmente, são realizadas análises enfatizando os aspectos econômicos. No entanto, pode-se observar e destacar que os aspectos culturais são considerados majoritários em termos de insumos mobilizadores neste processo de valorização e reconhecimento da tradicionalidade, tipicidade e qualidade.

Segundo Tibério e Cristovão (1998) a tradicionalidade e a tipicidade dos produtos resultam do fato de serem percebidos como diferentes por parte dos consumidores, e isso seria fruto da riqueza cultural das regiões onde são produzidos. Para verificar essa tradicionalidade e tipicidade há que se observarem as matérias primas utilizadas, a tecnologia de produção empregada, o território onde os produtos são elaborados e neste ponto pode-se caracterizar o clima, o solo, as pastagens entre outros, além da questão das técnicas ancestrais. Nos produtos que solicitam selo de reconhecimento de IG/DO todos esses aspectos são analisados para verificar a adequação ou não. Sobre o salame típico de Colônia Caroya segundo a pesquisa de Boué (2009) os consumidores atestam a tipicidade e viajam em busca do produto tradicional do município. Com relação à cachaça de Paraty ocorre uma situação similar, pois como a cidade também é destino turístico, existem muitos visitantes que viajam para o festival da pinga ou em outras épocas, mas grande parte busca uma recordação que pode ser a cachaça da

região. Os consumidores, segundo relato dos alambiqueiros, preferem e valorizam a cachaça artesanal de Paraty

Para Tibério e Cristóvão (1998) sobre os produtos típicos, como é o caso do salame de Colônia Caroya e da cachaça de Paraty, tanto a produção quanto o consumo devem respeitar as tradições locais. Segundo as entrevistas realizadas em campo, todos os produtores (salame e cachaça) afirmaram que o produto elaborado por eles segue a tradição passada de geração em geração. No caso do salame essa tradição vem desde os primeiros imigrantes italianos que chegaram à cidade. No caso da cachaça todos os alambiqueiros possuem uma trajetória ou histórico familiar de produção da bebida.

O recebimento do selo de Indicação de Procedência para cachaça de Paraty possibilitou uma maior visibilidade do produto em feiras, simpósios e encontros sobre IG e cachaça. Também aumentou a procura da bebida com o selo pelos consumidores e turistas, assim como o preço médio da garrafa de cachaça de 700 ml praticamente dobrou de 2006 a 2009, segundo a APACAP.

O reconhecimento da qualidade do produto e conquista do selo pela APACAP pode ser considerado um marco na história de produção de cachaça de Paraty, o qual se trata de produto tipicamente e genuinamente brasileiro. Para conseguir o selo, a associação reuniu e apresentou documentos que comprovavam que a cidade de Paraty tem tradição de produção de cachaça em alambique de cobre e isso remonta ao período colonial quando a cidade servia de rota para escoar para o porto o ouro e posteriormente o café produzido no Brasil.

Durante a pesquisa de campo e na realização das entrevistas com os alambiqueiros, em alguns momentos, foi discutida essa questão de atender somente o mercado interno que seria essencialmente a cidade Paraty e as cidades mais próximas. A questão colocada por eles é que possuem uma capacidade instalada de produção para ir além, no entanto se deparam com a dificuldade de conseguir matéria-prima e outros insumos.

Outro ponto crucial foi que eles já obtêm um bom rendimento com a comercialização que já existe e a prioridade é a qualidade e não quantidade. Se dedicar a qualidade superior e diferenciada é algo muito valorado por todos os entrevistados. Então, apesar de na citação anterior aparecer a palavra ainda, cabe o esclarecimento de que por conta das circunstâncias vivenciadas por eles, a escolha dos produtores foi de atender a mercado interno.

Com relação às normas e ao controle de qualidade técnica, os alambiqueiros são supervisionados por técnicos do MAPA e possuem responsável técnico que se responsabiliza, entre outras atividades, por implementar o Manual de Boas Práticas e normas de saúde e segurança. Além da questão fundamental da qualidade do produto, o respeito e o cumprimento das legislações tanto ambiental quanto trabalhista se fazem necessários e, dessa forma, percebe-se uma preocupação no combate ao desmatamento ilegal e ao trabalho em condições degradantes.

A área delimitada para a produção da cachaça em Paraty está incluída em área de preservação, assim observa-se que além do cultivo da terra há que se ater à questão da sustentabilidade e conforme as informações passadas pelos produtores, eles corroboram essa preocupação com o ambiente e com as pessoas, além de obedecerem a padrões próprios e superiores aos determinados pela legislação brasileira.

Alguns alambiques de cachaça fazem parte do pacote de atrações turísticas da cidade, pois se encontram, como já dito antes, em áreas com mata preservada, com quedas d'água a exemplo das cachoeiras e rios, alguns estão em locais com marcos da história da cidade e do país, então se observa uma diversidade de atividades desempenhadas pelos alambiqueiros. E, também, pode-se inclusive afirmar que há uma multifuncionalidade na agricultura, pois existe nos locais um patrimônio a ser cuidado com belíssimas paisagens.

Essa constatação nos remete a reconhecer que os estabelecimentos agrícolas, no caso da agroindústria da cachaça em Paraty, desempenham outras funções que não somente a

mercantil como a de produção de bebidas e outros alimentos derivados da cana de açúcar para os mercados urbanos e de geração de receitas para a balança comercial. Mas colaboram para o resgate da cultura e tradição do território, além das questões ambientais de preservação e complementando o turismo da cidade.

Segundo os alambiqueiros e conforme os resultados da pesquisa de campo sobre cachaça de Paraty pode-se afirmar que todos os produtores seguem a legislação no tocante aos requisitos para um produto com selo de IG. Com relação ao sabor há uma preocupação com a matéria-prima a ser empregada na preparação do mosto e na fermentação. O sabor pode variar conforme os tonéis de armazenamento e também com relação ao tempo que a bebida permanecerá nos tonéis. No aspecto externo, a cachaça pode ser prata ou ouro e o cheiro também poderá variar, mas é intenso e bem característico que lembra o tipo de madeira utilizada para. Com relação ao sabor e forte e intenso. Os produtores prepararam uma carta da cachaça onde apresentam uma combinação de qual bebida seria mais bem saboreada conforme a comida.

Assim como ocorreu com o salame, com o pedido de registro de IG para a cachaça, foram realizadas mudanças com relação ao monitoramento do processo de produção, por exemplo, foi introduzido a rastreabilidade além das normas higiênicas e sanitárias e aplicação do Manual de Boas Práticas supervisionado por um responsável técnico. No momento da realização das entrevistas, foi possível visitar todo o setor produtivo e ver como os alambiqueiros tiveram que realizar adaptações para se adequarem às normas.

Sobre a tecnologia, alguns produtores compraram novos equipamentos para poderem melhorar a produtividade como, por exemplo, a compra de um tanque resfriador. Apesar dos novos maquinários o modo de preparar o produto guardava também um aspecto simbólico de lembrar o saber-fazer das gerações passadas. O trabalho do alambiqueiro é simplesmente essencial para que saia uma cachaça de qualidade, pois ele precisa sentir o cheiro, olhar a cor e a quantidade do produto a ser descartado para não comprometer o resultado final. Um descuido pode resultar em produtos perdidos.

No aspecto comercial, segundo as entrevistas a comercialização da cachaça ainda precisa ser aperfeiçoada, pois alguns produtores sofrem com a falsificação de sua bebida. Há relatos de que compradores podem ter adquirido a bebida original, mas no momento de revender o produto em seus estabelecimentos (bares e restaurantes) podem ter trocado o líquido da garrafa e terem vendido outra cachaça que não a de Paraty. De certa maneira este fato reforça as afirmações de alguns alambiqueiros da necessidade de valorização da bebida entre os cidadãos de Paraty. A boa reputação do produto atrai muitos turistas para Paraty que se hospedam nos hotéis e pousadas inclusive em cidades vizinhas, ou como a cidade é caminho para São Paulo, alguns viajantes param em Paraty para aproveitar a cidade antes de seguir o destino.

Ainda sob o ponto de vista comercial, os alambiqueiros relataram que a comercialização da cachaça é realizada nos próprios alambiques, por encomendas (telefone e internet) para todo Brasil, nas lojas próprias ou em cachaçarias em Paraty. A demanda pelos produtos é alta e um ponto a destacar é que possuem capacidade instalada para produzirem mais, no entanto a preferência e decisões tomadas de maneira participativa na associação são de priorizar a qualidade.

Com relação à concessão do selo de Indicação Geográfica para o salame de Colônia Caroya também se pode afirmar que representou um marco na história da cidade. Como nos lembra Gollo e Castro (2008), o reconhecimento de IG permite salvaguardar produtos e apontar para a qualidade e a notoriedade como fatores distintivos. Permite também que se agregue valor econômico atribuindo-lhes reputação e identidade própria.

Neste caso, pode-se apontar que o salame de Colônia Caroya representa a valorização de uma tradição passada de geração em geração que alcançou notoriedade e identidade além da reconhecida qualidade.

O perfil da qualidade do salame de Colônia Caroya tem sido aperfeiçoado, sobretudo com a implementação do projeto de IG. A dimensão comercial e simbólica melhorou significativamente conforme relato dos produtores, após o início do projeto. Segundo a maioria dos produtores, os consumidores não compreendem ou não conhecem exatamente o que significa um produto com selo de reconhecimento de IG, mas a maioria dos produtores entrevistados concorda que com o selo há uma garantia maior de proteção para o produto.

Com o projeto de IG, eles tiveram que fazer adaptações para melhor armazenamento, apresentação do produto, manuseio e introdução de boas práticas, e assim conseqüentemente lado comercial melhorou. Pode-se destacar o aumento da capacidade de armazenagem, embalagem e apresentação dos produtos além de alguns novos equipamentos para aumento da produtividade. A tecnologia de produção em termos de conhecimento foi apenas aperfeiçoada segundo os produtores.

Entre as mudanças ocorridas em função do projeto de IG destacam-se as discussões sobre qual seria o salame típico de Colônia Caroya. Os produtores chegaram a um resultado sobre o que seria o salame típico após várias discussões e análises com o apoio de outras instituições como a municipalidade, o INTA e a Universidade de Quilmes. Esse consenso sobre a qualidade e tipicidade do salame se traduz nas propriedades organolépticas como a cor, o sabor, o aspecto olfativo além da apresentação visual. Trata-se de percepções subjetivas e objetivas que foram discutidas e acordadas entre os produtores, os representantes institucionais e inclusive os consumidores.

Na dimensão simbólica, todos os produtores relataram que o produto é tão bom que não precisam fazer muita propaganda, pois os clientes os procuram em seus estabelecimentos. O selo de IG para elaboradores de salame funcionaria enquanto um elemento de comunicação e informação aos consumidores de que aquele produto está relacionado a uma tradição, a um saber-fazer e ao prazer de saborear algo de qualidade superior. O objetivo seria de atingir o imaginário dos consumidores.

6.5. Qualidade e Modelo CQFD

Para Tibério e Cristóvão (1998) o conceito de qualidade possui múltiplas dimensões quais sejam: a higiênica e sanitária, a nutricional, a organoléptica, a comercial ou de serviço e a simbólica. Essas são as dimensões da Qualidade conforme o Modelo CQFD.

O modelo CQFD permite que se observem as Características (C) físicas; as dimensões da Qualidade (Q); os Fatores (F) de qualidade como a origem do produto, o processo de elaboração, a tradição, a história e a cultura; e os elementos de Identificação (D) do produto como o preço, aparência, confiança, marca ou certificação, entre outros. (BOUQUERY, 1994)

Os questionários aplicados aos produtores de salame de Colônia Caroya e aos alambiqueiros de Paraty, com o intuito de realizar um diagnóstico e buscar entender como os mesmos compreendem o selo de IG, englobavam também os elementos que constituem o modelo CQFD que eram as características (C) do salame e da cachaça; a questão da qualidade (Q) e suas dimensões, os fatores (F) tecnológicos que poderiam influenciar na elaboração e melhoria da produtividade do produto, e por fim as formas e mecanismos de garantia de qualidade que são os elementos de identificação do produto (D) como preço por exemplo.

O objetivo em aplicar o modelo CQFD na avaliação do salame e da cachaça que obtiveram o selo de reconhecimento de IG juntamente com a pluralidade das convenções proposta pela Teoria das Convenções é de auxiliar na construção do perfil de qualidade associada ao produto. A investigação com dados primários privilegiou apenas a perspectiva

dos produtores e a partir de dados secundários a perspectiva dos atores institucionais e pesquisa bibliográfica. Observaram-se os aspectos relacionados à origem da qualidade, suas dimensões, e as formas de convenções que intervêm na coordenação do mercado.

Tibério (2003) nos apresenta seis dimensões de importância semelhante para a definição da qualidade de um produto, que são a organoléptica, a higiênica e sanitária, a nutricional, a tecnológica, a comercial de serviço e a simbólica. Sobre a primeira, observa-se no caso do salame que as características qualidade referentes à cor, ao sabor, à textura e ao aroma foram construídas socialmente.

Segundo os produtores de salame e conforme os resultados das suas discussões e análises de qual seria o produto típico, foram definidos alguns aspectos como com relação ao aspecto olfativo, ao sabor, ao aspecto externo e sobre o corte. No aspecto externo, o salame típico é envolvido por uma camada branca e de cheiro forte que é uma característica do processo de maturação no sótão. O cheiro é intenso, aromático e característico. No sabor possui pouco sal e um pouco picante. Sobre o corte, segundo os produtores, deve sempre ser feito em ângulo inclinado, cortando em rodela fina e não o corte reto que é o mais comum. Esta maneira de cortá-lo se explica pelos costumes dos antepassados.

Com o pedido de registro de IG, foram realizadas mudanças com relação ao monitoramento do processo de maturação, por exemplo, foi introduzido a rastreabilidade ou traçabilidade, além das normas higiênicas e sanitárias. Um exemplo disso foi quando da realização das entrevistas, havia total transparência para se observar como o salame era preparado e como os elaboradores tiveram que realizar adaptações para se adequarem às normas seguindo um manual de boas práticas introduzido pelas instituições parceiras no projeto.

Sobre a tecnologia, alguns produtores compraram novos equipamentos, no entanto, o modo de fazer continuava fiel ao modo que aprenderam com as gerações passadas. O modo de preparar o produto guardava um aspecto simbólico de lembrar e valorizar a herança cultural que buscavam preservar.

No aspecto nutricional, os comentários dos entrevistados indicavam que antes não havia tanta preocupação com a questão da gordura do toucinho, tanto que muitos a utilizam ainda hoje em dia. Um dos entrevistados relatou que iria preparar um salame com reduzido teor de gordura para atender a uma demanda externa e aproveitar para introduzir uma inovação, mas foi apenas um caso. Nas embalagens constam os valores nutricionais.

No aspecto comercial, Boué (2009) nos esclarece que entre a produção e a comercialização do salame existem aproximadamente mais de 120 pessoas empregadas somente no processo de produção. A indústria gera mais de seis milhões de dólares em vendas anuais e é uma fonte indireta de emprego para outros trabalhadores. A boa reputação do produto atrai muitos turistas para Colônia Caroya que se hospedam nos hotéis e pousadas inclusive em Jesus Maria.

Ainda sob o ponto de vista comercial, a produção ocorre em três tipos de empresas com diferentes tamanhos e organização. Nos açougues, chamados de carnicerías; nas fábricas que se dedicam somente à produção e podem ter tamanho pequeno ou médio, e nas indústrias definidas por seu volume e tipo de instalação. Todas as empresas possuem habilitação municipal e apenas a Família Grion possui habilitação nacional podendo comercializar em todo território nacional (Tabela 12.).

Então, o salame típico de Colônia Caroya se distingue por uma rigorosa e cuidadosa seleção de carnes, separando a gordura e os nervos da carne de porco e de origem bovina, conforme as falas de vários elaboradores como a da senhora Norma Londera e senhora Claudia Vicentin que fazem parte do grupo de produtores de embutidos que integraram o projeto de IG. Para que o salame incorpore seu sabor característico, ele precisa ficar no sótão durante no mínimo 21 dias maturando e sendo observado. Antes, o salame era monitorado

apenas visualmente e pela experiência acumulada e passada de geração em geração para análise dos produtos, mas com o processo de IG, foi preciso incorporar o método da traçabilidade, o que gerou uma mudança e certa resistência para alguns.

Tabela 12. Empresas produtoras de salame e habilitação para comercialização.

Empresa	Tipo de Habilitação
Embutidos Piazzoni	Municipal
Los Platanos S.R.L.	Municipal
Embutidos El Teki	Municipal
Embutidos Don Angel	Municipal
El Sotano de Caroya	Municipal
Embutidos El Super	Municipal
Família Grion S.R.L.	SENASA
Embutidos La Central	Provincial
Mio Nonino	Municipal
Norma Lontero	Municipal
Rossi, Vanessa	Municipal
Sabores de Caroya	Municipal
Provin	Municipal
Todo Casero	Municipal

Fonte: Elaboração Própria.

Outro processo que foi introduzido corresponde à análise sensorial para poder caracterizar o salame e contribuir para a definição da sua tipicidade. Tanto o INTA quanto a Universidade de Quilmes, além de representantes da cidade, auxiliaram os produtores na definição das características objetivas e subjetivas do produto quando da análise sensorial. A Figura 9 mostra a realização de uma das análises que foram feitas.



Fonte: Elaboração própria.

Figura 9. Análise sensorial do salame típico de Colônia Caroya.

O projeto de certificação e reconhecimento do salame foi lançado em 2008 com apoio de muitos atores externos. A secretaria de turismo representada pela senhora Olga Candussi e juntamente com outros atores da prefeitura, com o objetivo de desenvolvimento econômico, turístico e social, que lançaram a ideia de proteger um produto típico do local. Os produtores, com a iniciativa da prefeitura, se motivaram então em obter o selo de reconhecimento de IG. As principais razões descritas pelos produtores e pela secretaria de turismo foram as seguintes:

- Proteger o nome do salame de Colônia Caroya contra os usurpadores que se utilizavam da fama e falsificavam o produto.
- Preservar as tradições que vinham sendo passadas de geração em geração.
- Agregar valor ao produto e ter acesso a outros mercados, pois a maioria não tinha habilitação para vender fora do município.
- Contribuir com o desenvolvimento da cidade, entre outras.

Segundo Boué (2009) e conforme as informações obtidas nas entrevistas junto aos produtores que solicitaram o selo de reconhecimento de IG, e com a secretaria de turismo, as instituições e principais atores que contribuíram para o projeto de IG foram relacionadas na Tabela 13.

Tabela 13. Atores e Instituições que apoiaram a IG do salame de Colônia Caroya.

Atores e Instituições	Atuação
	Estudo preliminar do setor
	Análise físico-química e sensorial
INTA	Definição das características do salame de Colônia Caroya
Instituto Nacional de Técnicas Agropecuárias	Realização do processo de solicitação do selo de IG
	Aplicação dos métodos de boas práticas
	Elaboração do sistema de controle e auditoria
	Delimitação da área geográfica
INTI	Impacto sensorial do uso de aditivos
Instituto Nacional de Tecnologias Industriais	Impacto físico-químico do uso de aditivos
Universidad Nacional de Quilmes	Estudo microbiológico
	Estudo da população fúngica no salame
RIMISP	Estudo Histórico e Cultural
Centro Latino-americano de Desenvolvimento Rural	Impacto socioeconômico da IG
FAO	Ajuda jurídica e organizativa, apoio financeiro
	Líder de projeto
Prefeitura de Colonia Caroya	Monitoramento da qualidade e rastreabilidade
	Comunicação sobre a IG

Fonte: Pesquisa de campo (2013) e adaptado de Boué (2009).

A obtenção do selo de IG para salame de Colônia Caroya representa o resultado de um esforço coletivo em busca de um objetivo comum. Esse esforço se pautou pelo diálogo e

inúmeras discussões acerca da tipicidade e qualidade do produto. Pelo que se observou em campo e conforme o relato dos produtores, o projeto possibilitou a união entre os atores que antes não mantinham laços estreitos. O tópico a seguir tem por objetivo de aplicar a Teoria das Convenções e o Modelo CQFD como referências para a análise do caso.

6.6. A Teoria das Convenções e o Modelo CQFD

A Teoria das Convenções desenvolvida por Boltanski e Thévenot (1991) é uma corrente de investigação que inclui sociologia e economia. As convenções nos permitem melhor compreender o comportamento dos atores que para justificar suas ações fazem uso de ordens de grandeza. A inclusão do Modelo CQFD na análise servirá para dar suporte teórico para a análise.

Para a Teoria das Convenções, a ideia é de que a organização é uma forma de coordenação para o mercado convencional, onde existem múltiplas racionalidades, as quais são escolhidas conforme vários critérios. Um ponto também central na discussão da Teoria das Convenções é a noção de qualidade como uma convenção, ou seja, ela é interpretada à luz de uma avaliação dos produtores e organizações que subscrevem o produto.

No trabalho de Boltanski e Thévenot observam-se seis diferentes tipos de convenções. Para a realização do estudo buscou-se apenas três entre as seis, que são:

a) Convenção doméstica: Está baseada fundamentalmente na confiança, estima e reputação. Os produtores se baseiam numa tradição familiar desde os antepassados que imigraram da Itália. As ações são guiadas pelo respeito e dedicação às regras do grupo com forte compromisso com a qualidade. A construção da qualidade assenta-se no estabelecimento de ligações duráveis entre os atores. São relações baseadas na tradição e na confiança em torno de pessoas ou marcas e que se estabelecem como referência a transações feitas no passado.

b) Convenção Cívica: A ideia da convenção cívica é o interesse coletivo cuja relação entre os indivíduos se baseia na solidariedade. Neste caso, a qualidade específica é fundamental e os produtores que solicitaram e se engajaram no projeto de IG queriam defender o selo, as tradições e o patrimônio cultural de suas cidades. São os valores que mobilizam os produtores no sentido de um objetivo comum. Todos contribuíram para a definição da qualidade do salame e a forma de coordenação se assenta na solidariedade coletiva e por meio do diálogo.

c) Convenção mercantil: Na convenção mercantil tem-se como objeto o salame e a cachaça que representam o centro das transações. Os produtores de salame tinham como estratégia um acordo de estimação de preço e também de qualidade, avaliando-a diretamente durante as transações. A lógica subjacente é a comercial e o preço é o indicador privilegiado, porém a representação do produto que é o salame acarreta um valor subjetivo que é a preservação das tradições. O mesmo ocorre com a cachaça de Paraty, pois os alambiqueiros possuem uma similaridade com relação ao preço dos produtos variando pouco, e não foi percebida uma concorrência predatória.

Essas convenções ou os sistemas de representação possuem princípios fundadores que funcionam como “lógicas dominantes” que no nosso caso nos auxiliam na compreensão do comportamento dos atores. Segundo a Teoria das Convenções, os indivíduos ao tomarem suas decisões consideram alguns critérios. Eles, geralmente, estão inseridos em um contexto caracterizado por uma série de incertezas com relação, por exemplo: ao preço de venda dos produtos, a adequação dos produtos ao mercado, e possuem dúvidas com relação à questão da qualidade, entre outras. O fato é que o contexto pode impulsionar os atores a atuarem de acordo com princípios diferentes e lógicas subjacentes. As “grandezas” que os levam a adotar

esse ou aquele comportamento podem explicar e justificar, em parte, as estratégias adotadas por eles.

A Tabela 14 busca sintetizar os princípios utilizados para classificar os produtores de salame de Colônia Caroya e os alambiqueiros de Paraty. Percebe-se que tanto as qualidades do salame de Colônia Caroya como a da cachaça de Paraty foram sendo construídas socialmente e correspondem ao resultado de múltiplas formas de relacionamento como se observa nas convenções doméstica, mercantil, industrial e inclusive a cívica, além da notoriedade (Tabela 14).

Tabela 14. Princípios da teoria das convenções.

Convenção		
Doméstica	Mercantil	Cívica
Tradição, família, hierarquia	Competição	Comunidade, democracia e o bem comum
Características Positivas		
Fidelidade, bondade, discrição	Valor, competitividade, conveniência	A legalidade e a humildade
Características Negativas		
Traição	Derrota, sem competição	A divisão, o individualismo
Sujeitos e Objetos Valorizados		
Padre, chefe, o “velho”	Empresário, vendedor	Representante, delegado

Fonte: Adaptado de Boué (2009) e dados primários da pesquisa de campo.

Sobre os modelos de transação CQFD, foi possível observar o modelo C-Q onde o consumidor ou comprador exerce um papel de especial importância na avaliação da qualidade e essa questão é reforçada quando a maioria dos produtores relatou que os consumidores buscam o produto mesmo sem a necessidade de propaganda intensiva, mas principalmente pela reputação que vem sendo transmitida oralmente.

Na combinação CQFD observa-se no caso do salame que as características observáveis do produto como, por exemplo, a aparência e o preço são elementos fundamentais de coordenação. Isso corresponde aos elementos da convenção mercantil onde a qualidade do produto é definida por meio do mercado sendo o preço seu principal regulador. Essa característica foi relatada pelos produtores como um exemplo de que precisariam estar atentos ao mercado tendo o preço como principal regulador.

Já no caso da cachaça, a combinação CQFD a reputação da bebida é um fator de forte impacto na decisão de compra por parte do consumidor. Outro ponto é a possibilidade de degustação da bebida, pois conforme a preferência do consumidor pode variar para um sabor mais intenso ou mais fraco e adocicado. Há também a preferência por uma bebida de cor translúcida ou as envelhecidas. Todos esses aspectos são analisados no momento da transação, além do preço que é um regulador.

Em determinadas situações os produtores relataram que em função da reputação do produto, a questão do reconhecimento com selo de IG seria irrelevante como decisão de compra por parte do consumidor, pois a relação estaria baseada na confiança e no conhecimento mútuo como fatores de qualidade. O ponto seria que o comprador/consumidor estaria valorizando os aspectos culturais, patrimoniais e de sociedade, correspondendo à

dimensão organolética e simbólica e no que corresponde à convenção seria a doméstica e cívica.

O desenvolvimento da toda a cadeia de produção do salame de Colônia Caroya pode reforçar a convenção industrial e o modelo CQFD em um futuro próximo, mas até o momento da realização das entrevistas e a pesquisa de campo o que se observou foi a produção artesanal com ênfase nas convenções doméstica, mercantil e cívica com referências a conceitos relacionados ao território, à tradição e à cultura e ao saber-fazer.

Quando os elaboradores de salame foram perguntados sobre fornecedores a maioria respondeu que antes do projeto era mais fácil, pois não existiam tantas exigências e burocracia e que após o projeto toda a carne (de porco e de boi) deveriam ir primeiro para o frigorífico antes de serem compradas pelos elaboradores. Então, os fornecedores tiveram que se adaptar para atender a essa exigência. Todos os entrevistados relataram que o município iria construir um frigorífico para facilitar o processo.

A Tabela 15 resume o perfil da qualidade do salame de Colônia Caroya na perspectiva dos produtores com dados obtidos de fonte primária e a perspectiva dos consumidores com dados obtidos de fonte secundária a partir de relato dos produtores, do município representado pela secretaria de turismo e de uma tese de mestrado que observou a cadeia do salame.

Tabela 15. Convenções e modelo CQFD.

Atores	Produtores	Consumidores
	Território	Território
	Matérias primas	Matérias primas
Fatores de Qualidade	Produção artesanal	Saber fazer
	Técnicas/receitas tradicionais passadas de geração em geração	Técnicas/receitas tradicionais passadas de geração em geração
	Organolética	Organolética
	Simbólica	Simbólica
Dimensões da Qualidade	Nutricional	Comercial
	Tecnológica	
	ComercialSanitária	
Garantia de Qualidade	Qualificação IGControle	ConfiançaMarca
Forma de Coordenação	Convenção doméstica, cívica, mercantil	Convenção doméstica e cívica
Modelo de Transação	C-Q-F-D	C-Q-F-D

Fonte: Elaboração Própria.

Com relação à Paraty observa-se que a cadeia está avançada apenas como ponto a ser reforçado do fornecimento da matéria-prima que no caso é a cana de açúcar. Da mesma forma que em Colônia Caroya, foi observado uma produção artesanal com ênfase nas convenções doméstica, mercantil e cívica. O território é importante para os alambiqueiros assim como a forma como lidam com a terra e seu cultivo tendo em vista a multifuncionalidade e as questões ambientais.

A Tabela 16 resume o perfil da qualidade da cachaça de Paraty na perspectiva dos alambiqueiros com dados obtidos de fonte primária e a perspectiva dos consumidores com

dados obtidos de fonte secundária a partir de relato dos próprios produtores, da EMATER e de teses de mestrado que observaram e estudaram a região de Paraty.

Tabela 16. Convenções e modelo CQFD-Paraty.

Atores	Produtores	Consumidores
Fatores de Qualidade	Território	Território
	Matérias primas	Matérias primas
	Produção artesanal	Produção artesanal
	Saber fazer	Saber fazer
	Técnicas/receitas tradicionais passadas de geração em geração	Técnicas/receitas tradicionais passadas de geração em geração
Dimensões da Qualidade	Organolética	Organolética
	Simbólica	Simbólica
	Nutricional	Comercial
	Tecnológica	
	ComercialSanitária	
Garantia de Qualidade	Qualificação IGControle	ConfiançaMarca
Forma de Coordenação	Convenção doméstica, cívica, mercantil	Convenção doméstica e cívica
Modelo de Transação	C-Q-F-D	C-Q-F-D

Fonte: Elaboração Própria.

7.CONCLUSÕES

As indicações geográficas constituem uma maneira de organização do território, que para sua obtenção mobilizam vários atores numa interação não apenas pautada pela busca de vantagens competitivas numa lógica individualista centrada única e exclusivamente no mercado, mas, sobretudo, pautada pela valorização das potencialidades do local, das suas tradições, sua cultura, além da necessidade de articulação em rede de diversos atores.

A obtenção do selo de IG para produtos ou serviços de um determinado território pode promover ou impulsionar o desenvolvimento territorial na medida em que esse dispositivo seja utilizado na composição de uma cesta de bens a favor do local juntamente com outras ações que melhorem a qualidade de vida das pessoas. Porém podem surgir algumas controvérsias quando o reconhecimento do selo de IG causa a exclusão de produtores, se transformando num bem de clube.

Ao longo das discussões que foram apresentadas na tese, foi possível mostrar algumas particularidades que se referem às indicações geográficas no âmbito nacional e na Argentina, além de apresentação de parte das questões internacionais sobre as origens e legislação sobre IG.

A proposta metodológica de investigação da tese foi a realização de um estudo de dois casos distintos que foram a produção artesanal de cachaça de Paraty no Brasil e a elaboração artesanal de salame em Colônia Caroya na Argentina. Após a pesquisa, análise e reflexão sobre como os produtores compreendem o selo de reconhecimento foi possível perceber que os produtores reconhecem que a obtenção do selo de IG significa essencialmente o reconhecimento da tradição e cultura, da qualidade e dos métodos de produção. O estudo implicou também compreender o conceito de IG e as diferenças entre Brasil e Argentina. A Sociologia Econômica com a Teoria das Convenções proporcionou uma análise alternativa e abrangente, além de ter se mostrado mais adequada para a realização dos estudos.

Em ambos os casos foram realizadas pesquisas de campo no intuito de conhecer melhor a vivência dos produtores e entrevistá-los sobre a obtenção do selo de IG. No entanto antes da ida a campo, foram levantadas questões e assumindo algumas premissas que nortearam o desenvolvimento da pesquisa. A primeira premissa foi que para obter um selo de reconhecimento é preciso que os produtores atuem em rede e que possuam uma reserva de capital social, a outra é que o mercado é uma construção social e, dessa forma, quais seriam os fatores que poderiam afetar na construção das IGs.

Inicialmente foram apresentadas discussões acerca do tema central como a indagação sobre a relação das IGs e a abordagem de redes e capital social, sobre IG e a abordagem da sociologia econômica com a teoria das convenções e complementada com o modelo CQFD. Na sequência foram tecidas algumas discussões sobre a multifuncionalidade da agricultura.

A partir da hipótese levantada foram traçados caminhos para montar um quadro de referências que pudesse auxiliar na busca para responder às questões levantadas. A hipótese foi a seguinte: as IGs promovem ou potencializam as iniciativas sociais, de capital social, que favorecem o desenvolvimento territorial.

Sobre a hipótese, foi observado que os produtores compreendem que a obtenção do selo de reconhecimento de IG pode promover as iniciativas sociais e contribuir para a valorização da cultura e das tradições do território, no entanto não sinalizaram que como o selo de IG poderia contribuir para o desenvolvimento territorial. A qualidade de vida foi um aspecto visível a partir do momento em que a maioria relatou muita satisfação quando obtiveram o selo de reconhecimento e como a dinâmica do trabalho melhorou com a questão

do diálogo entre os associados, no caso da Argentina com uma associação informal, e outros atores e instituições.

Segundo os relatos dos produtores e durante as reuniões de trabalho e pesquisa, a questão estratégica da obtenção do selo de IG foi debatida e considerada como uma vantagem frente aos outros produtores que não fariam parte do grupo que seria autorizado a utilizar o selo de IG. A questão foi que com o selo poderiam aumentar a participação no mercado apesar de a preocupação maior, no caso de Paraty, era na época obter o reconhecimento e valorização por parte dos cidadãos da cidade e não apenas dos turistas e consumidores de outros lugares. Em Caroya, a preocupação maior era em como proteger o produto contra falsificadores e que todos deveriam seguir a receita e o método de produção acordado entre todos e que está descrito no projeto entregue ao Ministério da Argentina, responsável pela concessão do selo.

Conforme a pesquisa em trabalhos sobre o tema, e de acordo com a metodologia utilizada na observação no campo e também com base no acompanhamento das informações divulgadas sobre as regiões, não há indícios de que os produtores pensem que a obtenção do selo em nada contribui para a valorização da cultura e das tradições.

Sobre os casos cabe destacar que a decisão conjunta e democrática dos produtores de aguardente de cana e dos elaboradores de salame nos remete a pensar no enfoque territorial de desenvolvimento quando se percebe atores da sociedade se organizando juntamente com o setor público com o propósito de valorizar e reconhecer seus produtos e, conseqüentemente, extrapolando seus benefícios. As experiências que se observam espalhadas pelo Brasil nos mostram que a construção das especificidades territoriais envolve os esforços conjuntos em público e privado a fim de um benefício maior.

O reconhecimento da qualidade de um determinado produto ou serviço apenas torna-se possível por meio da mobilidade de uma rede de atores e instituições que interagem e cooperam com objetivos comuns e também diversos.

Obter o selo de reconhecimento de IG e oferecer produtos com qualidade diferenciada ao mercado representa um esforço coletivo, e isso inclui afirmar que essa preocupação e cuidado com a qualidade ocorrem desde a produção até chegar consumidor final. É fato também que esse processo pode aumentar a autoestima, melhorar a organização da produção e gerar emprego e renda. Conseqüentemente pode-se extrapolar para a melhoria da qualidade de vida e contribuir para o desenvolvimento do território.

Os produtores tanto de Paraty quanto de Colonia Caroya desenvolveram redes de cooperação e intercâmbio nos respectivos territórios, integrando-se ao meio local e com isso obtiveram benefícios das externalidades e recursos da rede. As empresas apresentaram relações de cooperação e confiança entre seus membros, gerando sinergia e complementariedade para o seu funcionamento. Nesse sentido, pode-se afirmar que havia um enraizamento que contribui para o êxito dos projetos de IG.

Ao se lançar o olhar para a questão do capital social observou-se que o mesmo se apresentou como uma alternativa de sobrevivência econômica dos seus membros, pois foi na união de esforços dos produtores em ambos os casos, e tendo como base a confiança mútua que os problemas como o enfrentamento de uma concorrência global foram enfrentados. Tanto no caso de Paraty quanto no caso de Colônia Caroya os produtores relataram casos de concorrência desleal, a qual também foi enfrentada a partir das discussões com os grupos para que fossem delineadas ações com vistas a inibir a concorrência desleal que era o caso de produtos fraudulentos como o salame fora das especificações e cachaça falsificada. A reserva de capital social foi o diferencial para que pudessem seguir com os planos discutidos em grupo. Observou-se nos dois casos que havia um significativo engajamento social, além do fato de que buscaram se organizar em associações.

No caso de Colônia Caroya foi formada uma associação informal e no caso de Paraty foi formada uma associação formal sendo inicialmente sem uma sede física estruturada. As reuniões entre os produtores de cachaça ocorriam inicialmente na residência de um de seus membros e as reuniões dos produtores de salame ocorriam também nas residências, ou na prefeitura ou no clube da cidade, pois como era uma associação informal não havia uma sede física.

Pelo exposto nos resultados e discussão do trabalho de pesquisa junto aos elaboradores de salame de Colônia Caroya e junto aos alambiqueiros de Paraty é correto afirmar que a obtenção do selo de reconhecimento de IG melhorou a autoestima dos produtores. É claro que com a obtenção foram gerados outros desafios como, por exemplo, a sequência de como manter o reconhecimento e promover o produto. Outro ponto seria como fazer com que o consumidor final compreenda e valorize o significado de um produto com selo de IG, tendo em vista que a maioria (maior que 90%) dos respondentes considerou que os consumidores não compreendem o significado de um produto com selo de IG.

Não apenas para os produtores, mas para os territórios, que são os municípios de Colônia Caroya e o de Paraty ter produtos com selo de IG se traduziu em mais um atrativo, entre as outras atrações turísticas, que pode ser visto como gerador de receitas. O êxito de um território se traduz em benefícios para a sociedade como um todo, gerando trabalho e renda para a população e desenvolvimento com sustentabilidade, e esta afirmação é um fato já estabelecido. O que se observou nas entrevistas foi que na perspectiva dos produtores essa extrapolação de promover o desenvolvimento dos territórios a partir, inclusive, do reconhecimento de produtos com selo de IG não se constitui num fato que trará muitos benefícios para as cidades. É preciso uma nova pesquisa para que se faça tal afirmação e se inicie nova investigação sendo uma limitação do trabalho apresentado.

A força dos laços fracos foi importante para ambos os casos, pois tanto em Paraty quanto em Colônia Caroya foi primordial a cooperação entre as diversas instituições com as quais os produtores deveriam se relacionar. As instituições incluem a própria associação, os órgãos do governo federal, estadual e municipal, além das instituições privadas. No caso do salame se organizaram numa organização informal e elegeram um presidente totalmente neutro para auxiliar na tomada de decisões que eram participativas. Em Paraty houve a necessidade de se estabelecer uma associação formal, inicialmente sem uma sede física e depois houve a necessidade para que pudessem prosseguir com os trabalhos de um espaço dedicado para as reuniões e referência. A referência à força dos laços fracos foi em razão das duas experiências, pois conforme os relatos foi a partir de relações com atores que não eram muito próximos que os projetos iniciaram. No caso do salame foi por impulso e iniciativa da secretaria de turismo em contato com o INTA representado pelo pesquisador Marcelo Champredonde que iniciaram o projeto de IG. No caso da cachaça foi por impulso do MAPA juntamente com a EMATER e posteriormente a UFRRJ representados por seus pesquisadores e extensionistas que lançaram a ideia do projeto de IG. Não se tratavam de relações de parentesco, mas de atores institucionais atuando e incentivando os produtores e elaboradores que antes eram mais distantes e se pautavam pela concorrência.

Com o projeto, em ambos os casos, foram relatados que os comportamentos dos atores passou a ser de maior companheirismo e parceiro para superar as dificuldades. Outro item que é simbólico se trata da abertura das portas das empresas para que pudesse conhecer o outro estava fazendo e como estava fazendo, pois antes não tinha essa abertura, sobretudo no caso da cachaça que havia uma disputa acirrada sobre quem teria a melhor bebida.

Também a partir do campo e a abordagem convencionalista ficou evidenciado que não é apenas o aspecto de proteção que prevalece como justificativa na obtenção do selo de IG. Há uma complexidade com relação ao mercado e no estabelecimento de regras, pois os atores adotam comportamentos e justificativas e regras a partir de referências distintas conforme os

distintos “mundos”. Conforme as entrevistas, inicialmente os produtores não conheciam muito bem para que o selo iria servir e somente com o tempo e depois de reuniões de trabalho foram tomando consciência dos projetos e passaram a se apropriar do tema.

Outro ponto observado é que depois de um período de apropriação do tema, as perspectivas para adoção da IG por parte dos produtores não se limita a cumprir regras, se adequar à legislação e seguir os trâmites burocráticos. O ponto inicial de proteção se desloca para a importância da qualidade e da utilização da IG como um instrumento de valorização da origem dos produtos. Um das falas recorrentes durante a realização das entrevistas foi que com o selo as origens do saber-fazer, a tradição e a qualidade seriam preservadas.

Sobre a dinâmica de funcionamento do mercado, pesquisa levantou dados sobre o setor de destilados, especificamente sobre a cachaça no Brasil, e na Argentina como funcionava a comercialização dos embutidos. Como as duas regiões constituem polos turísticos, os produtores relataram que a prioridade era a qualidade e não havia interesse em aumentar a produção mesmo porque são produções artesanais e segundo eles mesmos os consumidores batem em suas portas em busca de seus produtos. Este fato foi relatado com o sentimento de orgulho, pois para eles isso significava a valorização de seus produtos, o reconhecimento da qualidade do que elaboravam.

Sobre o preço não foi observado uma disputa concorrencial entre os produtores artesanais e havia indicativos de que sobre o preço, seu valor refletia o que era considerado justo. Esses indicativos mostram outra limitação da tese e abre possibilidades para outra investigação que é justamente sobre o comércio justo.

A questão essencial é que é mister que haja articulação e cooperação entre múltiplos atores, como governo, associações, universidades, instituições, por meio de uma estrutura de governança e coordenação bem estruturadas para o êxito num projeto de IG. E isso foi observado nos dois casos, além do forte desejo dos produtores.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R., BENGO, J.; BERDEGUÉ, J.; ESCOBAL, J.; RANABOLDO, C.; RAVNGORG, H. M.; SCHEJTMAN, A.. **Movimientos sociales, gobernanza ambiental, y desarrollo territorial**. In: BENGUA, José (Org.). **Territorios rurales: movimientos sociales y desarrollo territorial rural en América Latina**. Santiago: Catalonia, 2007.

ABRAMOVAY, R. O Futuro do rural. Entrevistador: Revista Globo Rural. **Revista Globo Rural**, n. 215, set. 2003. Disponível em: <http://revistagloborural.globo.com/globorural> Acesso em: 10 de agosto de 2013.

ABRAMOVAY, R. **Para uma teoria dos estudos territoriais**. In: Manzanal, M., Neiman, G. y Lattuada, M., orgs. **Desarrollo Rural – Organizaciones, Instituciones y Territorios**. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2006.

ABRAMOVAY, R. **Agricultura familiar e desenvolvimento territorial**. Reforma Agrária – Revista da Associação Brasileira de Reforma Agrária, v. 28, n. 1, 2, 3; v. 29, n. 1, jan./dez. 1998 e jan./ago. 1999.

ALIMONDA, H. A. **Debatendo o desenvolvimento no América Latina: Da Cepal ao Partido dos Trabalhadores**, 2012.

AMBRÓSIO, A.P. **A pluriatividade e a reestruturação produtiva: transformações nomeio rural da região do “circuito das águas paulista”**. Revista Espaço de Diálogo e Desconexão, v.1, n.1. Araraquara: UNESP, 2008.

APACAP. Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty, **O que é IG**. Disponível em: <http://www.apacap.com.br>. Acessado em 30 de novembro de 2014.

BARBOSA, P. M. S. **A importância do uso de sinais distintivos coletivos: estudo de caso da indicação de procedência “Paraty” do estado do Rio de Janeiro – Brasil**. Dissertação de mestrado. Rio de Janeiro, 2011.

BARBOSA, **Panorama das solicitações das Indicações Geográficas Brasileiras**. II Seminário Internacional de Indicação Geográfica: produtos de origem como estratégia de desenvolvimento. João Pessoa, 2010.

BARBOSA. D. B. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **La construcción social de los productos de la tierra**. Agricultura y Sociedad n° 80-81. 1996.

BIELSCHOWSKY, R. **“Cinquenta anos de pensamento na CEPAL - uma resenha”**. In: Bielschowsky, R. (org.), **Cinquenta anos de pensamento na CEPAL**. R. Janeiro, Ed. Record, Vol. 1, 13-68. 2000.

BISCHOFF, C. U. **...Y Ellos Forjaron un Pueblo.** 1968.

BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. **De la justification:** les économies de la grandeurs. Paris: Gallimard, 1991.

BONNAL, P., CAZELLA, A. A. e MALUF, R. S. **Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial: avanços e desafios para a conjugação de enfoques.** Estudos Sociedade e Agricultura, 16(2), 185:227., 2008

BONNAL, P.; CAZELLA, A.; DELGADO, N.G. **Subsídios Metodológicos ao Estudo do Desenvolvimento Territorial Rural.** In LEITE, S. P.; CAZELLA, A.A.; BÚRIGO, F. L.; KATO, K.,MEDEIROS, L.S., DIAS, M.M., DELGADO, N.G., BONNAL, P., WESZ JR. V.J. **Políticas públicas, atores sociais e desenvolvimento territorial no Brasil.** Organizadores Carlos Miranda e Breno Tibúrcio, Série Desenvolvimento rural; v.14. Brasília: IICA, 2011.

BOUÉ, E. **El sector del salame de Colonia Caroya: perspectivas para el establecimiento de una Indicación Geográfica (IG).** Tutor de Tesis: A. LEBECQUE. Master Food Identity 2010.

BOURDIEU, P. **The forms of capital.** In: RICHARDSON, J. G. (ed.). **Handbook of theory and research for the sociology of education.**New York: Greenwood Press, 1986.

BOUQUERY, J.M. **Caractéristiques de Qualité Particulières et Chaîne de Qualités Patrimoniales: Définition et implications pour le Marketing et le Développement.** In LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: **politique, incitatios, gestions et contrôle.** Ed J.-L. MULTON. Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris. pp.103-116., 1994

BOYER, R.A **Teoria da regulação:** uma análise crítica. São Paulo: Nobel, 1990.

BOYER, R.A **Teoria da Regulação: Uma análise Crítica.** São Paulo: Nobel, 1990.

BRABETT, C. e PALLET, D. **Os Selos Oficiais de Qualidade dos Alimentos na França e na Europa.** In: LAGES, V., MARIA, L.L., CHRISTIANO, L.B. (org.) Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios.1ª ed. Brasília: Sebrae, 2005. p.19-44.

BRASIL. Lei no. 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Disponível em www.inpi.gov.br. Acesso em janeiro de 2012.

BRASIL. Decreto n° 2.682, de 23 de outubro de 1875. **Regula o direito que têm o fabricante e o negociante, de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio.** Disponível em www2.camara.gov.br. Acesso em dezembro de 2012.

BRASIL. Lei n° 9.279, de 14 de maio de 1996. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em www.agricultura.gov.br. Acesso em 18 de janeiro de 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Desenvolvimento Territorial – SDT, 2010. Disponível em www.mapa.gov.br

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários. Disponível em www.agricultura.gov.br. Acesso em 18 de janeiro de 2012.

CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. S.; PERIN, T. F. **Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local.** RDE. Revista de desenvolvimento econômico, Salvador, n. 11, p. 05-15, 2005.

CALDAS, A. S. **Novos usos do território: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento regional.** Revista Análise & Dados, Salvador, v. 14, 2004.

CALDAS, A. S. **As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social.** RDE. Revista de Desenvolvimento Econômico, v. 8, 2003.

CALDAS, A. S.; OTERO, E. C. **Atores sociais, mercado e competitividade na Denominação de Origem de vinhos Ribeiro-Espanha.** Revista de Desenvolvimento Econômico, Salvador, , v. 5, p. 29-36, 2002.

CALDAS, A. S.; GONZÁLEZ, R. R.; BISNETO, J. M. **Desarrollo regional y local en iberoamerica.** Santiago de Compostela: Editora da Universidade de Santiago de Compostela, 1999. v. 01. 450 p.

CÂMARA, Marcelo. **Cachaça prazer brasileiro.** Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

CARNEIRO, M.J. **Multifuncionalidade da agricultura e ruralidade: uma abordagem comparativa.** In: MOREIRA, R.J.; COSTA, L.F.C. (Orgs.) *Mundo rural e cultura.* Rio de Janeiro: Mauad/CPDA, 2002. p.223-241

CARNEIRO, M.J.; MALUF, R.S. (Orgs.) **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar.** Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. 230p.

CAZELLA, A. A., BONNAL, P. e MALUF, R. S. (orgs.) **Agricultura familiar – multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil.**R. Janeiro, Ed. Mauad.,2009.

CHAMPREDONDE, M., BENEDETTO, A., BUSTOS CARA, R., **Productos típicos asociados a culturas migrantes: los impactos de los procesos de valorización sobre la identidad de los actores locales.** Revista de Economía Agrícola, São Paulo, Brazil, v. 58, n. 1, p. 00-00, jan/jun. 2011.

CHAMPREDONDE, M., BENEDETTO, A.,**Riesgos y desafíos en la implementación de una indicación geográfica (IG)- Las denominaciones de origen (DO) y las indicaciones geográficas (IG) como herramientas para el desarrollo territorial rural con identidad cultural (DTR-IC).**International EAAE-SYAL Seminar – Spatial Dynamics in Agri-food Systems. 2009.

CHAMPREDONDE, M., SCHIAVONE, E. **Informe Caso piloto Argentina: Salame de Colonia Caroya,** FAO, 2012.

CMMAD - Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Relatório Final**. 1987.

COLEMAN, J. S. **Capital social e a criação do capital humano**. *Jornal americano de Sociologia*, 94, Suplemento, p. 95-120, 1988.

COLEMAN, J. S. **Foundations of social theory**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

CONSEA. **A segurança alimentar e nutricional e o Direito Humano à Alimentação Adequada no Brasil – indicadores e monitoramento da Constituição de 1988 aos dias atuais**. Brasília, Presidência da República/CONSEA. Acesso em outubro de 2012.

DELGADO, N. G.; BONNAL, P.; LEITE, S. P. **Desenvolvimento Territorial: articulação de políticas públicas e atores sociais**. Rio de Janeiro: IICA-OPPA/CPDA/UFRRJ, 2007.

DELGADO, N.G.; LEITE, S.P. **Gestão Social e Novas Institucionalidades no Âmbito da Política de Desenvolvimento Territorial**. In LEITE, S. P.; CAZELLA, A.A.; BÚRIGO, F. L.; KATO, K.; MEDEIROS, L.S., DIAS, M.M., DELGADO, N.G., BONNAL, P., WESZ JR. V.J. **Políticas públicas, atores sociais e desenvolvimento territorial no Brasil**. Organizadores Carlos Miranda e Breno Tibúrcio, Série Desenvolvimento rural; v.14. Brasília: IICA, 2011.

DORIGON, C.; RENK, A. **Técnicas e métodos tradicionais de processamento de produtos coloniais: de miudezas de colonos pobres aos mercados de qualidade diferenciada**. *Agricultura em São Paulo* (Online) (Cessou em 2006. Cont. ISSN 1983-7747 *Revista de Economia Agrícola* (Online)), v. 58, p. 101-113, 2011.

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina: em construção**. 2008, 437 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Engenharia de Produção – Coordenação dos Programas de Pós-Graduação de Engenharia - COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

EVANS, P. **Government action, social capital and development: reviewing the evidence on synergy**. *World development*, v. 24, n. 6, p. 1119-1132, 1996.

EVANS, P. **O Estado como problema e solução**. Lua Nova: revista de cultura e política, Rio de Janeiro, n. 28/29, p. 107-156, 1993.

ESTEVA, G. **Dicionário do desenvolvimento – guia para o conhecimento como poder**. Petrópolis -RJ, Ed. Vozes. 2000.

FERREIRINHA, I. M. N.; RAITZ, T. R. **As relações de poder em Michel Foucault: reflexões teóricas**. *Revista de Administração Pública – RAP - FGV/EBAPE* - Rio de Janeiro, mar./abr. 2010. Disponível em www.fgv.org Acesso em 10 de abril de 2012.

FREIRE, Lucio da Gama. **Lucio da Gama Freire**: depoimento em dezembro de 2014. Entrevistadora: Andreia Cristina Resende de Almeida. Rio de Janeiro, 2014.

FROEHLICH, J. M. **Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial: as percepções das organizações representativas da agricultura familiar na Espanha.** In Estudo, Sociedade e Agricultura., Rio de Janeiro, vol. 20, n. 2, 2012. 485-508

FROEHLICH, J. M.; DULLIUS, P.R.; LOUZADA, J.A.; MACIEL, C.R. **A agricultura familiar e as experiências de Indicações Geográficas no Brasil Meridional.** Agrociencia Uruguay, Volumen 12, 2010

FROEHLICH, J.M. **Rural e Natureza: a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul.** 2002. 220 f. Tese (Doutorado em desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento econômico.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

FURTADO, C. **Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico.** 8ª ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1983.

GLASS, R. F. e CASTRO, A. M. G. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos.** Embrapa Informação Tecnológica Brasília, DF, 2009.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A.W. V. **Indicações geográficas no Brasil: as indicações demográficas outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação.** In: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural – SOBER, 2008, Rio Branco, AC. XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural - SOBER, 2008. Disponível em www.sober.org. Acesso em 13 de julho de 2011.

GRANOVETTER, M. **Ação Econômica e Estrutura Social: o Problema da Incrustação** in A Nova Sociologia Econômica, Celta, 2003 Publicação original: American Journal of Sociology. 1985.

GRANOVETTER, M. **The Strength of Weak Ties** in American Journal of Sociology 78, 1973.

GUANZIROLI, C. E. **Desenvolvimento Territorial Rural no Brasil: uma polêmica sustentabilidade na era da globalização.** Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2008.

GUEDES, C. A. M.; SILVA, R. **Denominações territoriais agroalimentares, políticas e gestão social: Argentina, Brasil e a experiência espanhola no contexto europeu.** In: VII Jornadas interdisciplinarias de estudios agrarios y agroindustriales, Buenos Aires, 2011.

GURGEL, V. A. **Aspectos Jurídicos da Indicação Geográfica** In. SEBRAE **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios.** Organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Chistiano Lima Braga. Brasília, 2005

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna.** São Paulo: Edições Loyola, 1992.

IBRAC, Instituto Brasileiro da Cachaça. Disponível em www.ibrac.org.br. Acesso em novembro de 2014.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual **Resolução nº 75** de 28 de novembro de 2000 do INPI. Disponível em: www.inpi.gov.br. Acesso em 18 de janeiro de 2012.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Indicações Geográficas: 2000**. Disponível em www.inpi.gov.br. Acesso em 18 de janeiro de 2012.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Pedidos e registros de indicação geográfica**. Disponível em www.inpi.gov.br. Acesso em 18 de janeiro de 2015.
INTA, **Enquête des producteurs de salame de Colonia Caroya**. 2008.

KATO, Y.M. **A Agricultura e o Desenvolvimento sob a óptica da Multifuncionalidade: o caso de Santo Antônio de Pádua (RJ)** Dissertação de mestrado, UFRRJ, 2006.

LAGES, V., LAGARES, L., BRAGA, C. **Introdução** In. SEBRAE **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Chistiano Lima Braga. Brasília, 2005.

LAURENT C.: **Activité Agricole, Multifonctionnalité et Pluriactivité**. In Pour, dec. nº 64, p 41, 1999,.

LAURET, M.C. **Gringos de la Colonia** Asociación Friulana ALEF Círculo Colonia Caroya y Jesus Maria, Colônia Caroya, 2009.

LEITE, S. P.; CAZELLA, A.A.; BÚRIGO, F. L.; KATO, K., MEDEIROS, L.S., DIAS, M.M., DELGADO, N.G., BONNAL, P., WESZ JR. V.J. **Políticas públicas, atores sociais e desenvolvimento territorial no Brasil**; Carlos Miranda e Breno Tiburcio (organizadores). Série desenvolvimento rural sustentável; v.14 Brasília: IICA, 2001.

LEITE, S. P., DELGADO, N.G., BONNAL, P... **Desenvolvimento territorial: articulação de políticas públicas e atores sociais**. In: Miranda, C. e Tiburcio, B. (orgs.), **Articulação de políticas públicas e atores sociais**, Brasília, IICA, 69-169 (Série DRS Vol. 8), 2008.

LEITE, Sergio Pereira. **Governança das políticas públicas para o desenvolvimento rural no Brasil**. Ministério de desenvolvimento agrário. 2012. Disponível em: www.mda.gov.br. Acesso em 31 de agosto de 2012.

MAFRA, L.A.S. **Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro** Tese de Doutorado, UFRRJ, 2008.

MALUF, R. S. **Apontamentos de aula**, CPDA-UFRRJ. 2012.

MALUF, R. S. **Compras governamentais para a alimentação escolar e a promoção da agricultura familiar**. Boletim do Observatório de Políticas Públicas para a Agricultura, número 7, junho de 2009. Disponível em http://www.eduardoferrao.com.br/oppa/artigo/s/portugues/artigo_OPPA_br_027-06_2009-renato_maluf.pdf. Acesso em outubro de 2012

MALUF, R. S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004.

MALUF, R. S. **O enfoque da multifuncionalidade da agricultura: aspectos analíticos e questões de pesquisa.** In: Dalmo M. LIMA e John WILKINSON (orgs.). *Inovação nas tradições da agricultura familiar*, Brasília, CNPq/Paralelo 15, 301:328, 2002.

MALUF, R. S. **Produtos agroalimentares, agricultura multifuncional e desenvolvimento territorial no Brasil.** In: R.J. MOREIRA e L.F.C. COSTA (orgs.), *Mundo rural e cultura*. R. Janeiro, Mauad, 241-262, 2002.

MALUF, R. S., **Atribuindo sentido(s) ao desenvolvimento econômico.** *Estudos Sociedade e Agricultura*, 15, 53-86. 2000

MDA - CONDRAF. Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável, Documento Final AGOSTO DE 2008.

MDA **Referências para o desenvolvimento territorial sustentável.** Brasília, MDA/NEAD. (Textos para Discussão 4) 2003.

MEDEIROS; L. S.; DIAS, M. M. **Marco Jurídico-normativo para o Desenvolvimento Rural com Enfoque Territorial.** In LEITE, S. P.; CAZELLA, A.A.; BÚRIGO, F. L.; KATO, K., MEDEIROS, L.S., DIAS, M.M., DELGADO, N.G., BONNAL, P., WESZ JR. V.J. **Políticas Públicas, Atores Sociais e Desenvolvimento Territorial.** Brasília: IICA Série Desenvolvimento rural sustentável; v.14. 2011

MELLO, D. **Paraty estudante.** Instituto Histórico e Artístico de Paraty. Guaratinguetá, SP, Frei Galvão gráfica e editora, 2006.

MELLO, J. D. 1992. **Paraty com “y” ou “i”?** Tribuna de Paraty. 1992. Disponível em: www.paraty.com.br/com-y-ou-i.htm. Acesso em: dezembro de 2013.

MENEGATTI, D.F.; CHIAVENATO, L.F.; PINA, N. C. **Cachaça Cultura e Sabor em Paraty.** Trabalho de Conclusão de Curso: São Paulo. Faculdade Cásper Libero. 2013.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA, 2009. **Décret 556/2009 de réglementation de la loi 25.830 et de sa modification 25.966 établissant le régime légal pour les Indications Géographiques et Dénomination d’Origine de produits agricoles et alimentaires en République Argentine.** Buenos Aires, 2009.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA, 2012. **Indicaciones Geográficas.** Disponível em www.alimentosargentinos.gov.ar, Acesso em dezembro de 2012. 2012.

MULLER, J.M. **Multifuncionalidade da agricultura e agricultura familiar. A reconstrução dos espaços rurais em perspectiva.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 7., 2007, Fortaleza. Anais... Fortaleza SBSP, 2007. 10p. Acesso em 10 de janeiro 2013

MUNICIPALIDAD DE COLONIA CAROYA, et al..**Solicitud de Diagnóstico de una Indicación Geográfica.** Colonia Caroya, Argentina, 2012.

MUNICIPALIDADE DE COLÔNIA CAROYA, **El espacio. Realidad Física Y Mundo Simbólico.**TOMO I. EL Territorio Caroyense. Uma Identidad que se va construyendo como síntesis. Córdoba, 2005.

MUNICIPALIDADE DE COLÔNIA CAROYA, **El espacio. Realidad Física Y Mundo Simbólico.**TOMO II. La Sagra: Fiesta de La Familia Friulana. Córdoba, 2005.

MUNICIPALIDAD DE COLONIA CAROYA.**Solicitud de Diagnóstico de una Indicación Geográfica.** Colonia Caroya, Argentina, 2012

MUNICIPALIDAD DE COLONIA CAROYA. **Informaciones sobre Colonia Caroya.** Acesso em 10-11-2013 em <http://www.coloniacaroya.gov.ar/>, 2013.

NASCIMENTO, E. P. Notas a respeito da Escola Francesa de Regulação. In: **Revista de Economia Política**, v.13,n.12, abril-junho, 1993.

NIEDERLE, P. A. **Controvérsias Sobre A Noção De Indicações Geográficas Enquanto Instrumento De Desenvolvimento Territorial: A Experiência Do Vale Dos Vinhedos Em Questão.** 47º SOBER, Porto Alegre, 2009 disponível em www.sober.org.br Acesso em 14 de janeiro de 2012.

NIERDELE, P. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França.** Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2010.

NUNEZ, M. **Cien Años de Historia.** Colonia Caroya, 1978.

OMC - Organização Mundial do Comércio.**Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio**, Acta de la reunión. IP/C/M/49, janeiro/2006).

PECQUEUR, B. **A guinada territorial da economia global.** Dossiê Política Sociedade nº 14, Reinventando a Economia. 2009.

PECQUEUR, B. **O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para os países do Sul.**Raízes, 2006.

PECQUEUR, B. **Qualite et développement : l'hypothese du panier de biens.** In: Symposium sur le Developpement Regional. *Anais...* Montpellier: INRA, 2000.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e reconstrução dos espaços rurais em perspectiva.** Anais do VII Congresso 2008.

POLANYI, KARL. **A grande transformação: as origens de nossa época.** Rio de Janeiro, Ed. Campus, 2000.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália Moderna**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1996.

PUTNAM, R.D. **La tradizione civica nelle regioni italiane**. Milano: Mondadori, 1993.

PUTNAM, R.D. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. United States of America: Simon & Schuster, 2000.

RIZZI, S.C. **El cooperativista” Cincuentenario de la Colonia Vicente Agüero”**. 1960.

SABOURIN, E. **Multifuncionalidade da agricultura e manejo de recursos naturais: alternativas a partir do caso do semi-árido brasileiro**. Revista Tempo da Ciência número 15, 2008.

SACHS, I. **Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SACHS, I. **Rumo à ecossocioeconomia: teoria e práticas de desenvolvimento**. São Paulo, Cortez, 2007

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 11. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SCHIAVONE, E. **Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen en la República Argentina**. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. FAO: Rome.2010.

SCHIAVONE, E. **Informe « Caso piloto Argentina : Salame de Colonia Caroya**. FAO, 2012.

SECCHI, Leonardo. **POLÍTICAS PÚBLICAS: conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2005. **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Chistiano Lima Braga. Brasília, 2005.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE, 2010. **Catálogo das Indicações Geográficas brasileiras**. 2ª edição. Brasília: SEBRAE.2010.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RIO DE JANEIRO (SEBRAE-RJ). 2004. **Projeto Inventário de Bens Culturais Imóveis. Desenvolvimento Territorial dos Caminhos Singulares do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acessado junho de 2014.

SILVA, C. B.; GUIMARÃES, D. D.; LIMA, J. E. **Caracterização e Análise da Cadeia Produtiva da Cachaça Brasileira**, SOBER, 2005 disponível em www.sober.org.br. Acesso em 14 de janeiro de 2012.

SILVA, G.L.S. **Características socioeconômicas, edáficas e produtivas das áreas cultivadas com cana de açúcar (Saccharum SP) em Paraty.** UFRRJ, 2013. Dissertação (Mestrado em Agronomia – Ciência do Solo). Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2013.

SILVA, Giovane Leal de Souza. **Giovane Leal de Souza Silva:** depoimento em dezembro de 2014 Entrevistadora: Andreia Cristina Resende de Almeida. Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, S. P. **Políticas públicas e agricultura familiar: uma abordagem territorial do PRONAF no Médio Jequitinhonha.** Viçosa: UFV, 2008. Dissertação (Mestrado em Economia). Universidade Federal de Viçosa, 2008.

SILVA, Selma. **Selma de Souza Silva:** depoimento em dezembro de 2014 Entrevistadora: Andreia Cristina Resende de Almeida. Rio de Janeiro, 2014.

SOARES, J. C. T. **Cachaça – Indicação geográfica, Indicação de Procedência, Denominação de Origem ou Marca de Certificação** Revista da ABPI, n° 87, mar/abr 2007.

SORATTO A. N; VARVAKIS, G.; HORII, J. **A certificação agregando valor à cachaça do Brasil** In Ciência Tecnologia Alimentos, Campinas, out.-dez. 2007. Disponível em www.ngs.ufsc.br. Acesso em 21 de julho de 2012.

SOUZA, M. C. M. **Cafés sustentáveis e denominação de origem: a certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários.** 2006. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) – FEA, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

STEINER, Philippe. **A Sociologia Econômica.** Trad. Maria Helena C. V. Trylinski. São Paulo: Atlas, 2006.

SYLVANDER, B. **Conventions de qualité, concurrence et coopération: cas du 'Label Rouge' dans la filière Volailles.** In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Ed.). **La grande transformation de L'agriculture.** Paris: INRA - Economica, 1995.

SYLVANDER, B., **Conventions de qualité et lien social sur les marchés agro-alimentaires,** POUR, Alimentation et Lien Social, n° 129, Juin, 1991.

TENÓRIO, F. G. **Cidadania e Desenvolvimento Local / Organizador Fernando G. Tenório.** – Rio de Janeiro: FGV ; Ijuí : Ed. Unijuí, 2008.

TIBÉRIO, L., CRISTÓVÃO, A. **A origem como factor de qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares: o caso dos produtos beneficiários da Protecção Comunitária 'Denominação de Origem Protegida',** Actas das Jornadas Interprofissionais Agro-Alimentares Produtos com História, Mirandela, 1998.

TIBÉRIO, L. CRISTÓVÃO, A., FRAGATA, A. **Produtos tradicionais e construção da qualidade: o caso das designações protegidas Salpicão de Vinhais (IGP) e Linguiça de Vinhais (IGP),** IV Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurales La multifuncionalidad de los Espacios Rurales de la Península Ibérica, Santiago de Compostela, Junio, 2001.

TIBÉRIO, L. **Construção da qualidade e Valorização dos Produtos Agro-alimentares Tradicionais –Um Estudo da Região de Trás-os-Montes.** Tese de Doutorado. Vila Real, UTAD, DESG, 2004.

TIBÉRIO, Ç., CRISTÓVÃO, A. **Tipicidade, especificidade e qualidade dos produtos agro-alimentares tradicionais: O caso dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes** UTDA, Departamento de Economia, Sociologia e Gestão, 2004.

VALLE, Elena **Cartas Nueve** (9) Ediciones, Córdoba, 2008.

VEIGA, J. E. **Desenvolvimento Sustentável: O Desafio do Século XXI.** Rio de Janeiro: Editora Garamond, 2005.

VEIGA, J. E. **O prelúdio do desenvolvimento sustentável.** In: Pedro Mercadante Oliva. (Org.). **Economia Brasileira - Perspectivas do Desenvolvimento.** São Paulo, SP: Centro Acadêmico Visconde de Cairu, 2005.

VERDI, A. R.; **Dinâmicas e Perspectivas do Mercado da Cachaça** Informações Econômicas, SP, v.36, n.2, fev. 2006. Disponível em www.embrapa.org.br. Acesso em 15 de julho de 2011.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração.** 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.

VINHA, V. **Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma Aplicação Contemporânea do Conceito do Enraizamento Social.** *Econômica* v 3 n. 2 dez. 2001.

WANDERLEY, M. N.B.. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o ‘rural’ como espaço singular e ator coletivo.** In: *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, n. 15, p. 87-146, out. 2000.

WANDERLEY, R. **Paraty: 400 anos de pinga.** Organizador Diuner Mello. 2000.

WEBER, M. **Economia e Sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva.** Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

WILKINSON, J. **A contribuição da teoria francesa das convenções para os estudos agroalimentares: algumas considerações iniciais.** *Ensaio FEE*, Porto Alegre, v. 20, n. 2. 1999.

WILKINSON, J. **A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição.** In: SEMINARIO POLÍTICAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN EN AMÉRICA LATINA, 2003, Campinas. *Anais* Campinas: Unicamp, 2003.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

WILKINSON, J. **Sociologia Econômica, a Teoria das Convenções e o Funcionamento dos Mercados.** *Ensaio FEE*, 2002

WIPO.**Acordo de Lisboa**. Disponível em www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon. Acesso em: jan.2012.

WIPO.**Acordo de Madri**. Disponível em www.wipo.int/treaties/en/ip/madrid. Acesso em: jan.2012.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ZAOUAL, Hassan. **Nova economia das iniciativas locais – uma introdução ao pensamento pós-global**, R. Janeiro, DP&A Editora, (Prefácio e Cap. 1), 2006.

ZARATTINI, R.**Ricardo Zarattini**: depoimento em dezembro 2012. Entrevistadora: Andreia Cristina Resende de Almeida. Rio de Janeiro, 2012.

Sites consultados:

APACAP – Disponível em www.apacap.com.br

INPI – Disponível em www.inpi.gov.br

MAPA – Disponível em www.mapa.gov.br

MDA – www.mda.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE PARATY - Disponível em www.pmparaty.rj.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE COLONIA CAROYA – Disponível em www.coloniacoroya.org.ar.

9. APÊNDICE

9.1. Apêndice I – Questionário Aplicado aos Produtores de Salame de Colônia Caroya, Argentina (Versão em Português)

DATA: ____/____/____.

LOCAL:

Prezado (a) Senhor (a),

Conto com sua colaboração, no sentido de responder as questões a seguir, de forma a contribuir com a pesquisa de doutorado. Esta pesquisa está vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) em parceria com a Universidade Nacional de Rio Cuarto (UNRC), sob a orientação do Prof. Dr. Hector Alimonda. A coleta destas informações servirá, exclusivamente, para o propósito relativo à pesquisa e, desde já, agradeço sua colaboração.

Atenciosamente,

Doutoranda: Andreia Cristina Resende de Almeida

QUESTIONARIO – PRODUTORES DE SALAME DE COLÔNIA CAROYA - ARGENTINA

BLOCO B - I

1. Identificação

Empresa:
Endereço:.....
CEP..... Cidade:
Nome de Fantasia:
Tel..... Fax:
E-mail:
Pessoa de contato:
Cargo:

Grau de instrução:

() Fundamental () Nível médio () Superior

2. Tamanho da empresa

() 1	Micro
() 2	Pequena
() 3	Média
() 4	Grande

3. Atividade principal:

4. Outras atividades:

5. Pessoal ocupado atualmente:

6. Ano da fundação:

7. Origem do capital inicial para a atividade:

<input type="checkbox"/> 1	Próprio
<input type="checkbox"/> 2	Empréstimo privado (bancos)
<input type="checkbox"/> 3	Financiamento do governo
<input type="checkbox"/> 4	Empréstimo de familiares
<input type="checkbox"/> 5	Empréstimos de amigos

Experiência Inicial da empresa

8. Número de sócios fundadores:

Perfil do sócio fundador

Perfil	Dados
Idade quando iniciou a empresa	
Sexo	1() Masculino 2() Feminino
Escolaridade quando criou a empresa	1() 2() 3() 4() 5() 6() 7() 8()
Seus pais eram empresários	1() Sim 2() Não
	Quanto a escolaridade: 1. Analfabeto 2. Ensino Fundamental Incompleto 3. Ensino Fundamental Completo 4. Ensino Médio Incompleto 5. Ensino Médio Completo 6. Superior Incompleto 7. Superior Completo 8. Pós Graduação

9. Identifique a principal atividade que o sócio fundador exercia antes de criar a empresa:

- 1 Estudante universitário
- 2 Estudante de escola técnica
- 3 Empregado de micro ou pequena empresa local
- 4 Empregado de média ou grande empresa local
- 5 Empregado de empresa de fora da localidade

()6 Funcionário de Instituição Pública

()7 Empresário

()8 Outra atividade. Citar:

10. Estrutura do capital da empresa

Estrutura do capital da empresa	Participação percentual (%) 1ºano	Participação percentual (%) 2013
Dos sócios		
Empréstimos de parentes e amigos		
Empréstimos de instituições financeiras gerais		
Empréstimos de instituições de apoio às empresas		
Adiantamento com fornecedores		
Adiantamento com clientes		
Outros		

11. Evolução do número de empregados

Período de tempo	Nº de empregados
Ao final do 1º ano de criação da empresa	
Ao final do ano de 2012	
Até outubro de 2013	

12. Identifique as principais dificuldades na operação da empresa. Favor indicar a dificuldade utilizando a escala onde 0 é nulo, 1 é baixa dificuldade, 2 é média dificuldade e 3 é alta dificuldade.

Principais Dificuldades	No 1º ano	Em 2012	Até outubro/2013
Contratar empregados qualificados	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Produzir com qualidade	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Vender a produção	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Custo ou falta de capital de giro	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Custo ou falta de capital para aquisição de máquinas e equipamentos	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Custo ou falta de capital para aquisição/locação de instalações	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Pagamentos de juros de empréstimos	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)
Outros. Citar:	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)	(0)(1) (2) (3)

13. Informe o número de pessoas que trabalham na empresa, segundo características das relações de trabalho:

Tipo de relação de trabalho	Nº de pessoal ocupado
Sócio proprietário	
Contratos formais	
Estagiário	
Serviço temporário	
Terceirizados	
Familiares sem contrato formal	

BLOCO B – II – PRODUÇÃO, MERCADOS, EMPREGO

1. Evolução da empresa

Anos	Pessoal ocupado	Faturamento	Vendas nos arredores	Vendas na Província	Vendas na Argentina	Vendas Exterior	Total %
1º ano							
2012							
Out/2013							

2. Escolaridade do pessoal ocupado

Ensino	Nº de pessoal ocupado
Analfabeto	
Ensino Fundamental Incompleto	
Ensino Fundamental Completo	
Ensino Médio Incompleto	
Ensino Médio Completo	
Superior Incompleto	
Superior Completo	
Pós Graduação	

3. Quais são os fatores determinantes para manter a capacidade competitiva da principal linha do produto? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante.

Fatores	Grau de Importância			
Qualidade da matéria prima e outros insumos	(0)	(1)	(2)	(3)
Qualidade da mão de obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Custo da mão de obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Nível Tecnológico dos equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade de Introdução de Novos Produtos/Processos	(0)	(1)	(2)	(3)
Estratégia de comercialização	(0)	(1)	(2)	(3)
Qualidade do Produto	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade de atendimento (volume e prazo)	(0)	(1)	(2)	(3)
Outros. Citar:	(0)	(1)	(2)	(3)

BLOCO B – III –INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO, APRENDIZADO E INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA

1. Como surgiu a ideia de buscar a obtenção do selo de Indicação Geográfica?

2. Quais foram os motivos que levaram a criação de uma associação de produtores de salame?

3. Como a associação está estruturada em termos de organização?

4. Quais são os papéis/funções dos associados?

5. Quais foram as instituições que contribuíram com a associação para o projeto de Indicação Geográfica para o salame Colônia Caroya?

6. Como o senhor(a) compreende o selo de Indicação Geográfica?

7. Quais são os parceiros da associação? De que forma cada parceiro atua?

8. Como se dá o processo de gestão da associação? Como as decisões são tomadas?

9. O salame é um produto resultado de um trabalho familiar?

10. Os produtores de salame são classificados como produtores familiares?

11. Possui outra atividade laboral que traga remuneração além da renda do salame?

12. Quais foram as principais mudanças com a criação da Associação e a busca do selo de Indicação Geográfica, em termos de mercado local, nacional e internacional? As vendas aumentaram? Em qual ou em quais mercados?

13. Após o início do projeto de Indicação Geográfica para o salame Colônia Caroya, a situação dos produtores melhorou? Se melhorou, que melhorias foram identificadas?

14. Que mudanças podem ser percebidas em termos de desenvolvimento da região com a busca da obtenção do selo de IG do salame?

15. Como a associação de produtores entende essa característica do salame com selo de IG?
Como uma:

(Por favor, marque **uma ou mais** opções, se necessário)

- Garantia de origem
- Garantia do local e método de produção
- Garantia de qualidade
- Tradição
- Outro entendimento. Qual:
- Não sei informar

16. Com relação aos consumidores de salame diretamente com o produtor, o que o senhor(a) acredita que seus consumidores entendem por “Indicação Geográfica”:

(Por favor, marque **uma ou mais** opções, se necessário)

- A maioria não tem conhecimento sobre indicações geográficas
- Garantia de origem
- Garantia do local e método de produção
- Garantia de qualidade
- Tradição
- Outro entendimento. Qual:
- Não sei informar

17. Até quanto o senhor(a) acredita que os consumidores de seus produtos, especificamente o salame, estariam dispostos a pagar a mais pela produto que têm essa característica (IG) em relação aos demais:

- Não pagariam nada a mais
- Até 10 % a mais
- Até 20 % a mais
- Até 30 % a mais
- Não sei

18. Qual a ação da sua empresa no período desde o início do projeto de Indicação Geográfica até outubro de 2013, quanto à introdução de inovações? Informe as principais características conforme listado abaixo.

Descrição	1. Sim	2. Não
Inovações de Produto		
Produto novo para sua empresa, mas já existente no mercado?	(1)	(2)
Produto novo para mercado nacional?	(1)	(2)
Produto novo para mercado internacional?	(1)	(2)
Inovações de Processo		
Processos Tecnológicos novos para sua empresa, mas já existente no mercado?	(1)	(2)
Processos Tecnológicos novos para o setor de atuação?	(1)	(2)
Outros Tipos de Inovações		
Criação de melhoria substancial, do ponto de vista tecnológico, do modo de acondicionamento de produto (embalagem)?	(1)	(2)
Inovação na apresentação do produto?	(1)	(2)
Realização de mudanças organizacionais (inovações organizacionais)		
Implementação de Técnicas Avançadas de gestão?	(1)	(2)
Implementação de significativas mudanças na estrutura?	(1)	(2)
Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de marketing?	(1)	(2)
Mudanças significativas nos conceitos e/ou práticas de comercialização?	(1)	(2)
Implementação de novos métodos de produção e gestão visando atender às normas de Certificação?	(1)	(2)
Implementação de novos métodos de produção e gestão visando atender às normas de Indicação Geográfica?	(1)	(2)
Outra. Citar	(1)	(2)

19. Avalie a importância do impacto resultante de inovações introduzidas na sua empresa durante os três períodos: início do projeto de Indicação Geográfica, ano de 2012 e até outubro de 2013. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque o 0 se não for relevante para sua empresa.

Descrição	Grau de Importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da Produtividade da empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Ampliação da gama de produtos ofertados	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da qualidade dos produtos	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu que a empresa mantivesse a sua participação nos mercados	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da participação da empresa no mercado interno	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento da participação da empresa no mercado externo	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu que a empresa abrisse novos mercados	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução de custos do trabalho	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução de custos de insumo	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu a redução do consumo de energia	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao mercado interno	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu o enquadramento em regulações e normas padrão relativas ao mercado externo	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras. Citar.	(0)	(1)	(2)	(3)

20. Que tipo de atividade inovativa sua empresa desenvolveu no início do projeto de Indicação Geográfica? Indique o grau de constância dedicado à atividade assinalando (0) se não desenvolveu, (1) se desenvolveu rotineiramente, e (2) se desenvolveu ocasionalmente.

Descrição	Grau de constância		
	(0)	(1)	(2)
Pesquisa e desenvolvimento	(0)	(1)	(2)
Aquisição externa de Pesquisa e Desenvolvimento	(0)	(1)	(2)
Aquisição de máquinas e equipamentos que implicaram em significativas melhorias tecnológicas de produtos/processos ou que estão associados a novos produtos/processos	(0)	(1)	(2)
Programa de treinamento orientado à introdução de novos produtos/processos tecnológicos	(0)	(1)	(2)
Programa de Gestão da Qualidade	(0)	(1)	(2)

Novas formas de comercialização e distribuição para o mercado	(0)	(1)	(2)
---	-----	-----	-----

21. Informe os gastos despendidos para desenvolver atividades de inovação.

Gastos com atividades inovativas sobre o faturamento em 2012	%
Gastos com pesquisa sobre o faturamento em 2012	%
Fonte de financiamento para atividades inovativas (Própria)	%
Fonte de financiamento para atividades inovativas(de Terceiros)	%
Fonte de financiamento para atividades inovativas (Privada)	%
Fonte de financiamento para atividades inovativas (Pública)	%

22. Sua empresa efetuou atividade de treinamento e/ou capacitação de pessoas durante os últimos anos? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Descrição	Grau de Importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento/capacitação na empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento em cursos técnicos realizados na localidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Treinamento em cursos técnicos realizados fora da localidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Estágios em empresas fornecedoras ou clientes	(0)	(1)	(2)	(3)
Contratação de técnicos/engenheiros de outras empresas da localidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Contratação de técnicos/engenheiros de outras empresas de fora da localidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Absorção de formandos dos cursos universitários localizados na colônia ou próximo	(0)	(1)	(2)	(3)
Absorção de formandos dos cursos técnicos da localidade ou próximo	(0)	(1)	(2)	(3)
Outras. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

23. Quais dos seguintes itens desempenharam um papel importante como fonte de informação para o aprendizado, durante os últimos anos desde o início do projeto para Indicação Geográfica? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa. Indicar a formalização utilizando 1 para formal e 2 para informal. Quanto a localização utilizar 1 quando localizado na região, 2 na província, 3 na Argentina e 4 no exterior.

Fontes internas	Grau de Importância				Formalização					
	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Familiares	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Outros (especifique)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Fontes externas										
Outros produtores da localidade	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Fornecedores	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Concorrentes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Empresas de consultoria	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Universidades e outros Institutos de Pesquisa							Localização			
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de Pesquisa	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Centros de Capacitação Profissional	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituições de Testes, Ensaios e Certificações	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Cursos	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Feiras	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Encontros de Lazer	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Internet	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outro. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

24. Durante os últimos anos (2011, 2012 e 2013) sua empresa esteve envolvida em atividades cooperativas, formais ou informais, com outra empresa ou organização?

()1	Sim
()2	Não

25. Em caso afirmativo, quais dos seguintes agentes desempenharam papel importante como parceiros, durante os últimos três anos? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa. Indicar a formalização utilizando 1 para formal e 2 para informal. Quanto a localização utilizar 1 quando localizado na região, 2 na província, 3 na Argentina e 4 no exterior.

Agentes	Grau de Importância				Formalização		Localização			
Empresas										
Outras empresas na região	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Fornecedores de insumos	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Concorrentes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outras empresas do setor	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Empresas de consultoria	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Universidades e Instituições de Pesquisa										
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de Pesquisa	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Centro de Capacitação Profissional	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituições de Testes, ensaios e certificação	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outros agentes										
Representação	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Entidades sindicais	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Órgão de apoio e promoção	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Agentes financeiros	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Outro. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

26. Como a empresa avalia a cooperação obtida?

Descrição	Grau de Importância			
Forma de cooperação com outros agentes	(0)	(1)	(2)	(3)

27. Como a empresa avalia o resultado da cooperação?

Descrição	Grau de Importância			
Resultado da cooperação com outros agentes	(0)	(1)	(2)	(3)

28. Quais são as principais transações comerciais que a empresa realiza localmente (na Colônia Caroya ou região)? Favor indicar o grau de importância atribuindo a cada forma de transação utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Descrição	Grau de Importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de insumos e matéria prima	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de equipamentos	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de componentes e peças	(0)	(1)	(2)	(3)
Aquisição de serviços (manutenção, marketing, etc)	(0)	(1)	(2)	(3)
Venda de produtos	(0)	(1)	(2)	(3)

29. Qual a importância para sua empresa das seguintes características da mão de obra local? Favor indicar o grau de importância utilizando a escala onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Características	Grau de Importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Escolaridade formal de 1º e 2º graus	(0)	(1)	(2)	(3)
Escolaridade em nível superior e técnico	(0)	(1)	(2)	(3)
Conhecimento prático e/ou técnico na produção	(0)	(1)	(2)	(3)
Disciplina	(0)	(1)	(2)	(3)
Flexibilidade	(0)	(1)	(2)	(3)
Criatividade	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidade para aprender novas qualificações	(0)	(1)	(2)	(3)
Outros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

30. Como sua empresa avalia a contribuição de sindicatos, associações, cooperativas locais no tocante às seguintes atividades. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Características	Grau de Importância			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Auxílio na definição de objetivos comuns para todos da associação	(0)	(1)	(2)	(3)
Estímulo na percepção de visões de futuro para ação estratégica	(0)	(1)	(2)	(3)
Disponibilização de informações sobre matérias-primas, equipamentos, assistência técnica, consultoria, etc.	(0)	(1)	(2)	(3)
Identificação de fontes e formas de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoção d ações cooperativas	(0)	(1)	(2)	(3)
Apresentação de reivindicações comuns	(0)	(1)	(2)	(3)
Criação de fóruns e ambientes para discussão	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoção de ações dirigidas a capacitação tecnológica	(0)	(1)	(2)	(3)
Organização de eventos técnicos e comerciais	(0)	(1)	(2)	(3)
Outros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

BLOCO B – IV –POLÍTICAS PÚBLICAS E FORMAS DE FINANCIAMENTO

1. A empresa participa ou tem conhecimento sobre algum tipo de programa ou ações específicas para o segmento onde atua, promovido pelos diferentes âmbitos de governo e/ou instituições abaixo relacionados:

Instituição/esfera governamental	1. Não tem conhecimento	2. Conhece mas não participa	3. Conhece e participa
Governo Federal	(1)	(2)	(3)
Província	(1)	(2)	(3)
Município	(1)	(2)	(3)
INTA	(1)	(2)	(3)
Outras Instituições. Citar	(1)	(2)	(3)
	(1)	(2)	(3)

2. Qual a sua avaliação dos programas ou ações específicas para o segmento onde atua, promovido pelos diferentes âmbitos de governo e/ou instituições abaixo relacionadas:

Instituição/esfera governamental	1. Avaliação Positiva	2. Avaliação Negativa	3. Sem elementos para avaliação
Governo Federal	(1)	(2)	(3)
Província	(1)	(2)	(3)
Município	(1)	(2)	(3)
INTA	(1)	(2)	(3)
Outras Instituições. Citar	(1)	(2)	(3)
	(1)	(2)	(3)

3. Quais políticas públicas poderiam contribuir para o aumento da eficiência competitiva dos produtores de salame. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Ações de Política	Grau de Importância			
Programas de capacitação profissional e treinamento técnico	(0)	(1)	(2)	(3)
Melhorias na educação básica	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de apoio e consultoria técnica	(0)	(1)	(2)	(3)
Estímulos à oferta de serviços tecnológicos	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de acesso à informação (produção, tecnologia, mercados, etc.)	(0)	(1)	(2)	(3)
Linhas de crédito e outras formas de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Incentivos fiscais	(0)	(1)	(2)	(3)
Políticas de fundo de aval	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de estímulo ao investimento	(0)	(1)	(2)	(3)

Outros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)
---------------	-----	-----	-----	-----

4. Indique os principais obstáculos que limitam o acesso da empresa às fontes externas de financiamento. Favor indicar o grau de importância utilizando a escala, onde 1 é baixa importância, 2 é média importância e 3 é alta importância. Coloque 0 se não for relevante para sua empresa.

Ações de Política	Grau de Importância			
Inexistência de linhas de crédito adequadas às necessidades do produtor	(0)	(1)	(2)	(3)
Dificuldades ou entraves burocráticos para se utilizar as fontes de financiamento existentes	(0)	(1)	(2)	(3)
Exigência de aval/garantias por parte das instituições de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Entraves fiscais que impedem o acesso às fontes oficiais de financiamento	(0)	(1)	(2)	(3)
Outros. Especifique.	(0)	(1)	(2)	(3)

Caso tenha vontade de informar algo mais que considere importante, explique a seguir:

Obrigada pela participação,
 Andreia Cristina Resende de Almeida

9.2. Apêndice II – Questionário Aplicado aos Produtores de Salame de Colônia Caroya, Argentina (Versão em Espanhol)

Estimado(a) señor (a),

Cuento con su colaboración con el fin de responder a las siguientes preguntas, con el fin de contribuir a la investigación del doctorado. La misma está relacionada con el Programa de Pos Graduación en Ciencia, Tecnología e Innovación en Agropecuaria de la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro (UFFRJ) junto con en la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC), con el profesor de orientación, Dr. Héctor Alimonda. La Información recogida sirve exclusivamente para la finalidad de investigación.

Gracias por su colaboración.

Atentamente,

Doctoranda: Andreia Cristina Resende de Almeida

Cuestionario "Productores de SALAME DE COLONIA CAROYA – CORDOBA - ARGENTINA"

BLOQUE B - Identificación

1. Identificación:

Empresa:
Dirección:.....
Código Postal:.....Ciudad:.....
Nombre del Producto:.....
Teléfono..... Fax:
E-mail:
Persona de contacto:.....
Oficina:

Nivel de educación:

() Primaria () Secundaria () Superior

2. Tamanho da empresa:

() 1	Micro
() 2	Pequeña
() 3	Media
() 4	Grande

3. Actividad principal:

4. Otras actividades:

5. Personal ocupado actualmente:.....

6. Año de fundación:.....

7. Origen del capital inicial para la actividad:

<input type="checkbox"/> 1	Propio
<input type="checkbox"/> 2	Préstamo privado (bancos)
<input type="checkbox"/> 3	Financiación del gobierno
<input type="checkbox"/> 4	Préstamo de la familia
<input type="checkbox"/> 5	Préstamo de amigos

8. Experiencia inicial de la empresa:

9. Numero de socios fundadores:

10. Perfil del socio fundador:

Perfil	Datos
Edad cuando empezó la empresa	
Sexo	1 <input type="checkbox"/> Hombre 2 <input type="checkbox"/> Mujer
La escolarización cuando creó la compañía	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7 <input type="checkbox"/> 8 <input type="checkbox"/>
Sus padres eran empresarios	1 <input type="checkbox"/> Si 2 <input type="checkbox"/> No
	Tipo de Escolaridad: 1. Analfabeto 2. Primaria incompleta 3. Primaria completa 4. Secundaria incompleta 5. Secundaria completa 6. Superior Incompleto 7. Superior completo 8. Pos graduación

11. Identifique la principal actividad que el socio fundador ejercía antes de iniciar la empresa:

- 1 Estudiante Universitario
- 2 Estudiante de Escuela técnica
- 3 Empleado de micro o Pequeña empresa local
- 4 Empleado de media o gran empresa local
- 5 Empleado de la empresa de otra localidad
- 6 Empleados Públicos
- 7 Empresario
- 8 Otra actividad. Cita:

12. Estructura del capital de la empresa:

Estructura del capital de la empresa	Participación porcentual (%) 1° año	Participación porcentual(%)2013
De los socios		
Prestamos de parientes y/o amigos		
Prestamos de instituciones financieras generales		
Prestamos de instituciones de apoyo a empresas		
Adelanto de Proveedores		
Adelanto de Clientes		
Otros		

13. Evolución del número de empleados

El periodo de tiempo	N° de empleados
Al final del primer año de la creación de la empresa	
A finales del año 2012	
Hasta octubre 2013	

13. Identificar las dificultades principales de operación de la empresa. Indique las dificultades utilizando una escala donde 0 es nulo, 1 es pequeña dificultad, 2 es media dificultad y 3 es alta dificultad

Principales dificultades	No 1° año	En 2012	Hasta octubre /2013
Contratar empleados calificados	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
Producir con calidad	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
Venta de producción	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
El costo o la falta de capital de trabajo	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
El costo o la falta de capital para adquisición de máquinas y equipos	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
Pago de intereses elevados de los préstamos	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)
Otros. Cita:	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)	(0) (1) (2) (3)

14. Introduzca el número de personas que trabajan en la empresa, de acuerdo a la relación de trabajo:

Tipo de Relación de Trabajo	Número de personas empleadas
Propietario Socio	
Contratos formales	
Aprendiz	
Servicio Temporal	
Tercerizado	
Familia sin contrato formal	

BLOQUE B – II “PRODUCCION, EL MERCADO, TRABAJO”

1. Evolución de la Empresa

Años	personas empleadas	facturación	Las ventas en el la zona	Las ventas en Provincia	Las ventas en Argentina	Las ventas en Exterior	Total%
1º año							
2012							
Out/2013							

2. La escolarización de los ocupados

La escolarización	Número de personas empleadas
1. Analfabeto	
2. Primaria incompleta	
3. Primaria completa	
4. Secundaria incompleta	
5. Secundaria completa	
6. Superior Incompleto	
7. Superior completo	
8. Pos graduación	

3. ¿Cuáles son los factores para mantener la competitividad de la principal línea de productos? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es baja importancia, 2 es media y 3 de alta importancia. Ponga 0 si no es relevante:

Factores	Grado de Importancia			
Materia prima de calidad y otros insumos	(0)	(1)	(2)	(3)
Mano de obra de calidad	(0)	(1)	(2)	(3)
Costo de mano de obra	(0)	(1)	(2)	(3)
Nivel Tecnológico de los equipos	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidad Introducción de nuevos productos / procesos	(0)	(1)	(2)	(3)

Estrategia de comercialización	(0)	(1)	(2)	(3)
Calidad del producto	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidad de servicio (volumen y tiempo)	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Cita:	(0)	(1)	(2)	(3)

BLOQUE B - III – “INOVACIÓN, COOPERACIÓN, APRENDIZAJE Y INDICACIÓN GEOGRAFICA”

1. ¿Cómo surgió la idea de buscar el sello de indicación geográfica?

2. ¿Cuáles fueron las razones que llevaron a la creación de una asociación de productores de salame?

3. ¿Como la asociación se estructura en términos de organización?

4. ¿Cuáles son todas las funciones principales del asociado?

5. ¿Cuáles fueron las instituciones que contribuyeron con la formación para proyecto de la indicación geográfica de salame Colonia Caroya?

6. ¿Cómo usted, Sr(a) comprende el sello de indicación geográfica?

7. ¿Cuáles son los socios de la asociación y de qué manera actúa cada socio?

8. ¿Como es el proceso de gestión de la asociación? Como se toman estas decisiones?

9. ¿El salame es un producto resultado de mano de obra familiar?

10. ¿Productores de embutidos se clasifican como productores familiares?

11. ¿Tiene otra actividad laboral que trae compensación de ingresos más allá del salame?

12. ¿Cuáles fueron los principales cambios con la creación de la Asociación y la búsqueda del sello indicación geográfica, en cuanto a los niveles local, nacional e internacional? Las ventas aumentaron?¿En qué o en qué mercados?

--

13. ¿Después del inicio de la promesa de una indicación geográfica para el salame de Colonia Caroya, la situación de los productores mejoro? ¿Si mejoro, que mejoras que se han identificado?

14. ¿Qué cambios se pueden percibir en términos de desarrollo de la región en la búsqueda de obtener el sello de la IG salame Colonia Caroya?

15. Describa su trayectoria hasta llegar a ser un productor de salame:

16. En que medida la asociación de productores comprende las características del sello de IG? (Por favor, marque una o más opciones, si es necesario)

- La garantía de origen
- Garantía Local y los métodos de producción
- Garantía de Calidad
- Tradición
- Otra comprensión. Qué:
- No sabe informar

17. ¿Con respecto a los consumidores de salame directamente, el productor cree que sus clientes entiendan las indicaciones geográficas? (Por favor, marque una o más opciones, si es necesario).

- La mayoría no tiene conocimiento de las indicaciones geográficas
- La garantía de origen
- Garantía Local y los métodos de producción
- Garantía de Calidad
- Tradición
- Otra comprensión. Qué:

() No sabe informar

18. ¿Usted cree que los consumidores de sus productos, especialmente el salame, estarían dispuestos a pagar más por el producto que tiene este sello (IG) en relación con el otro?

- () No pagar nada extra
- () Hasta un 10% más
- () Hasta un 20% más
- () Hasta un 30% más
- () No sabe

19. ¿Cuál fue la acción de la compañía en el período comprendido entre el comienzo de la promesa de la Indicación Geográfica hasta octubre de 2013 en relación a la introducción de innovaciones? Entre las principales características:

Descripción	1. Sí	2. No
Las innovaciones de producto		
Nuevo producto para su empresa, pero ya en el mercado	(1)	(2)
Nuevo producto para el mercado interno?	(1)	(2)
Nuevo producto para el mercado internacional?	(1)	(2)
Las innovaciones de proceso		
Los nuevos procesos tecnológicos para su empresa, pero que ya están en el mercado?	(1)	(2)
Los nuevos procesos tecnológicos para el sector de actividad?	(1)	(2)
Otros tipos de innovación		
Creación de una mejora sustancial del punto de vista tecnológico, el método de envasado de producto?	(1)	(2)
Innovación en la presentación del producto?	(1)	(2)
El logro de los cambios organizativos (innovaciones organizativas)		
La aplicación de gestión avanzada	(1)	(2)
Implementación de cambios significativos en la estructura?	(1)	(2)
Cambios significativos en los conceptos y / o prácticas de comercialización?	(1)	(2)
La aplicación de nuevos métodos de gestión de productos y cumplir con las normas de certificación?	(1)	(2)
La aplicación de nuevos métodos de producción para cumplir con las normas de indicación geográfica?	(1)	(2)
Otra. Citar:	(1)	(2)

20. Evaluar la importancia del impacto de las innovaciones introducidas en la empresa hasta octubre de 2013. Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Descripción	Grado de importancia
-------------	----------------------

Aumento de la productividad de la empresa	(0)	(1)	(2)	(3)
Ampliación de la gama de productos ofrecidos	(0)	(1)	(2)	(3)
El aumento de la calidad del producto	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitió a la compañía mantener su participación en los mercados	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento de la participación de la empresa en el mercado nacional	(0)	(1)	(2)	(3)
Aumento de la participación de la empresa en el mercado exterior	(0)	(1)	(2)	(3)
Permitió a la empresa para abrir nuevos mercados	(0)	(1)	(2)	(3)
Reducción de los costos laborales	(0)	(1)	(2)	(3)
Reducción de los costos de los insumos	(0)	(1)	(2)	(3)
Con la reducción del consumo de energía	(0)	(1)	(2)	(3)
Les permitieron adecuarse a las normas marco, del mercado interno	(0)	(1)	(2)	(3)
Les permitieron adecuarse a las normas marco, del mercado de exportación	(0)	(1)	(2)	(3)
Posibilidad de reducir el impacto sobre el medio ambiente	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Cita:	(0)	(1)	(2)	(3)

21. ¿Qué tipo de actividad innovadora de su empresa desarrolló a principios del Proyecto de indicación geográfica? Indique el grado de constancia de la actividad y seleccione (0) se no desarrolla, (1) se desarrolla de manera rutinaria, y (2) se ha desarrollado en ocasiones.

Descripción	Grado Constancia		
	(0)	(1)	(2)
Investigación y desarrollo	(0)	(1)	(2)
Adquisición de investigación externa	(0)	(1)	(2)
Adquisición de maquinaria y equipo, que se tradujo en mejoras tecnológicas significativas en productos / procesos que están asociados con los nuevos productos / procesos	(0)	(1)	(2)
Programa de formación orientada a la introducción de nuevos productos / procesos tecnológicos	(0)	(1)	(2)
Programa de Gestión de la Calidad	(0)	(1)	(2)
Las nuevas formas de comercialización y distribución en el mercado	(0)	(1)	(2)

22. Los costos (%) para desarrollar actividades de Innovación:

El gasto en actividades innovadoras en los ingresos en 2012%
Los gastos de investigación sobre los ingresos en 2012%
Fuente de financiamiento para las actividades innovadoras (propia)%
Fuente de financiamiento para las actividades innovadoras (de terceros)%
Fuente de financiamiento para las actividades innovadoras (Privado)%
Fuente de financiamiento para las actividades innovadoras (Público)%

23. Su compañía hizo actividad de formación y / o capacitación de las personas en los últimos años? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante:

Descripción	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Educación / formación en las empresas	(0)	(1)	(2)	(3)
Cursos de formación técnica llevados a cabo en la localidad	(0)	(1)	(2)	(3)
Cursos de formación técnica fuera de la localidad	(0)	(1)	(2)	(3)
Pasantías en proveedores o clientes	(0)	(1)	(2)	(3)
La contratación de técnicos / ingenieros de otras empresas en la localidad	(0)	(1)	(2)	(3)
La contratación de técnicos / ingenieros de otras empresas de fuera de la localidad	(0)	(1)	(2)	(3)
La contratación de los egresados de los programas universitarios que están cerca de Colonia Caroya	(0)	(1)	(2)	(3)
La contratación de los graduados de los cursos técnicos de la zona o cerca	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Cita:	(0)	(1)	(2)	(3)

24. ¿Cuál de las siguientes jugó un papel importante como una fuente de información para el aprendizaje en los últimos años desde el inicio del proyecto a una indicación geográfica? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante. Indique 1 a 2 para formal e informal. Respecto a la ubicación utilizando 1 cuando se encuentra en la región, 2 en la provincia, 3 en Argentina y 4 en el exterior.

Las fuentes internas	Grado de Importancia				Formalización					
	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Familia	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Otros (especificar)	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Fuentes externas										
Otros productores de la localidad	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Proveedores	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Competidores	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Las empresas de consultoría	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)				
Universidades y otros institutos de investigación						Localización				
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de Investigación	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

Centros de Formación	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituciones Pruebas, ensayos y certificación	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Cursos	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Expo	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Reunión informal	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Internet	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Otro.Citar:	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

25. Durante los últimos años (2011, 2012 y 2013) su empresa esta relacionada con actividades cooperativas, formales o informales, con otra empresa u organización?

()1	Sí
()2	No

26. Si es así, ¿Cuál de los siguientes agentes desempeñaron un papel importante como asesores durante los últimos tres años? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es baja importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante. Indicar a formalización utilizando 1 para formal y 2 para informal. Respecto a la localización ponga 1 cuando se encuentra en la región, 2 en la provincia, 3 en Argentina y 4 en el exterior.

Agentes	Grado de Importancia				Formalización		Localización			
Empresas										
Otras empresas de la región	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Los proveedores de insumos	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Clientes	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Competidores	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Otras empresas del Rubro	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Las empresas de consultoría	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Las universidades e instituciones de investigación										
Universidades	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Institutos de Investigación	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Centro de Formación Profesional	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Instituciones de Pruebas, ensayos y certificación.	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Otros agentes										
Representación	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Sindicatos	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Órganos de apoyo y promoción	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Los agentes financieros	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)
Otros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(1)	(2)	(3)	(4)

27. En que medida la empresa evalúa la cooperación obtenida?

Descripción	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Forma de la cooperación con otros agentes	(0)	(1)	(2)	(3)

28. En que medida que la empresa evalúa el resultado de la cooperación?

Descripción	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Resultado de la colaboración con otros agentes	(0)	(1)	(2)	(3)

29. ¿Cuáles son las principales transacciones comerciales que la empresa realiza a nivel local (en Colonia Caroya o región)? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Descripción	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Adquisición de insumos y materias primas	(0)	(1)	(2)	(3)
Adquisición de equipo	(0)	(1)	(2)	(3)
Adquisición de componentes y piezas	(0)	(1)	(2)	(3)
Adquisición de servicios (mantenimiento, marketing, etc)	(0)	(1)	(2)	(3)
Venta de productos	(0)	(1)	(2)	(3)

30. ¿Cómo evalúa la empresa las características de la mano de obra local? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Características	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
La educación formal de primaria y secundaria	(0)	(1)	(2)	(3)
La escolaridad y mayor nivel técnico	(0)	(1)	(2)	(3)
Conocimientos prácticos y / o técnico en la materia	(0)	(1)	(2)	(3)
Disciplina	(0)	(1)	(2)	(3)
Flexibilidad	(0)	(1)	(2)	(3)
Creatividad	(0)	(1)	(2)	(3)
Capacidad de aprender nuevas habilidades	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

31. ¿Cómo su empresa evalúa la contribución de los sindicatos, asociaciones, cooperativas locales con respecto a las siguientes actividades? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Características	Grado de Importancia			
	(0)	(1)	(2)	(3)
Asistencia en la definición de objetivos comunes para todos los de la	(0)	(1)	(2)	(3)

asociación				
Motivación para el desarrollo de visión de futuro para acciones estratégicas	(0)	(1)	(2)	(3)
Suministro de información sobre materias primas, equipos, asistencia técnica, consultoría, etc.	(0)	(1)	(2)	(3)
Identificación de las fuentes y formas de financiamiento.	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoción de acciones de cooperación	(0)	(1)	(2)	(3)
Presentación de la reivindicación común	(0)	(1)	(2)	(3)
Creación de foros de discusión y entornos	(0)	(1)	(2)	(3)
Promoción de acciones dirigidas a la formación tecnológica	(0)	(1)	(2)	(3)
Organización de eventos técnicos y comerciales	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

BLOQUE B – IV “POLÍTICAS Y FORMAS DE FINANCIACIÓN PÚBLICA.”

1. ¿La empresa participa o tiene conocimiento de algún tipo de programa o acción específica para el segmento en el que opera, promovido por las diferentes esferas de gobierno y / o instituciones que figuran a continuación?

Institución esfera / Gobierno	1.No conoce	2.Conoce pero no participa	3. Conoce y participa
Gobierno Federal	(1)	(2)	(3)
Provincia	(1)	(2)	(3)
Municipio	(1)	(2)	(3)
INTA	(1)	(2)	(3)
Otras instituciones. Citar	(1)	(2)	(3)

2. ¿Cuál es su evaluación de los programas o acciones específicas para el segmento en el que opera, promovidos por las diferentes esferas de gobierno y / o instituciones que figuran a continuación?

Institución esfera / Gobierno	1.evaluación positiva	2.Evaluación Negativa	3.No hay elementos para la evaluación
Gobierno Federal	(1)	(2)	(3)
Provincia	(1)	(2)	(3)
Municipio	(1)	(2)	(3)
INTA	(1)	(2)	(3)
Otras instituciones. Citar:	(1)	(2)	(3)
	(1)	(2)	(3)

3. ¿Qué políticas públicas podrían contribuir al aumento de la eficiencia competitiva de los productores de salame? Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Las acciones de política	Grado de Importancia			
Programas de formación profesional y capacitación técnica	(0)	(1)	(2)	(3)
Las mejoras en la educación básica	(0)	(1)	(2)	(3)
Los programas de apoyo y consultoría técnica	(0)	(1)	(2)	(3)

La estimulación que ofrece servicios tecnológicos	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas de acceso a la información (producto, tecnología, mercados, etc.)	(0)	(1)	(2)	(3)
Las líneas de crédito y otras formas de financiamiento	(0)	(1)	(2)	(3)
Incentivos fiscales	(0)	(1)	(2)	(3)
Políticas fondo de garantía	(0)	(1)	(2)	(3)
Programas para estimular la inversión	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Citar	(0)	(1)	(2)	(3)

4. Indique los principales obstáculos que limitan el acceso de la compañía a fuentes externas de financiamiento. Por favor, indique el grado de importancia en una escala donde 1 es bajo importancia, 2 es media y 3 de la alta importancia. Ponga 0 si no es relevante.

Las acciones de política	Grado de Importancia			
Inexistencia de líneas adecuadas a las necesidades de crédito de los productores	(0)	(1)	(2)	(3)
Obstáculos o dificultades burocráticas para utilizar las fuentes de financiación existentes	(0)	(1)	(2)	(3)
Exigencia de garantías / avales de entidades financieras	(0)	(1)	(2)	(3)
Las barreras fiscales en el acceso a las fuentes oficiales de financiación	(0)	(1)	(2)	(3)
Otros. Especificar:	(0)	(1)	(2)	(3)

5. Si usted desea comentar cualquier otra cosa que considere importante, describa a continuación:

Gracias a la participación,

Andreia Cristina Resende de Almeida