

UFRRJ

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

TESE

**A Paisagem como Instrumento de Valorização de Produtos
de Montanha: A Experiência do Café Sombreado do
Maciço de Baturité, Ceará**

Mônica Alves Amorim

2019



**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**

**A PAISAGEM COMO INSTRUMENTO DE VALORIZAÇÃO DE
PRODUTOS DE MONTANHA: A EXPERIÊNCIA DO CAFÉ
SOMBREADO DO MACIÇO DE BATURITÉ, CEARÁ**

MÔNICA ALVES AMORIM

Sob a orientação do Professor
Renato Linhares de Assis

e Coorientação da Professora
Adriana Maria de Aquino

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

Seropédica, RJ
Março de 2019

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A523p Alves Amorim, Mônica, 1958-
A PAISAGEM COMO INSTRUMENTO DE VALORIZAÇÃO DE
PRODUTOS DE MONTANHA: A EXPERIÊNCIA DO CAFÉ SOMBREADO
DO MACIÇO DE BATURITÉ, CEARÁ / Mônica Alves Amorim. -
Jaguaribe, 2019.
100 f.: il.

Orientador: Renato Linhares de Assis.
Coorientadora: Adriana Maria de Aquino.
Tese(Doutorado). -- Universidade Federal Rural do
Rio de Janeiro, Programa de Pós Graduação em Ciência
Tecnologia e Inovação Agropecuária, 2019.

1. Nova Economia. 2. Paisagem de Montanha . 3.
Produtos de Montanha. 4. Café Sombreado. I. Linhares
de Assis, Renato , 1963-, orient. II. de Aquino,
Adriana Maria, 1963-, coorient. III Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro. Programa de Pós
Graduação em Ciência Tecnologia e Inovação
Agropecuária. IV. Título.

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

**O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento
de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.**

**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**

MÔNICA ALVES AMORIM

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 25/02/2019.

Renato Linhares de Assis. Dr., Embrapa Agrobiologia
(Orientador)

Eveline Barbosa Silva Carvalho. Dra., UFC

José Antônio Puppim de Oliveira. Dr., FGV

Regina Cohen Barros. Dra., UFRRJ

Cezar Augusto Miranda Guedes. Dr., UFRRJ

BIOGRAFIA

Economista formada pela Universidade Federal do Ceará-UFC, em 1980. cursou mestrado em Estudos Urbanos e Planejamento, no *Massachusetts Institute of Technology-MIT* (EUA), onde se graduou como mestre, em 1995. Também no MIT, iniciou o doutorado em Desenvolvimento Regional, tendo completado satisfatoriamente todos os requisitos, exceto a apresentação da tese.

Ingressou como docente na Universidade Federal do Ceará, em 1983, lotada no Departamento de Teoria Econômica, onde iniciou lecionando disciplinas de Métodos Quantitativos, posteriormente se deslocando para os campos de Economia Regional e Organização Industrial e atualmente lecionando disciplinas de Introdução à Economia. Ao longo de 35 anos de experiência profissional, publicou, no Brasil e no exterior, artigos e livros sobre questões ligadas ao desenvolvimento.

Atuou como consultora de organizações nacionais e internacionais, quando teve oportunidade de conhecer diferentes realidades de estados brasileiros e países de mundo, refletindo sobre os problemas de desenvolvimento e formulando políticas e estratégias apropriadas para tais casos, bem como avaliação de programas e projetos. Suas pesquisas focalizam desigualdades regionais, desenvolvimento e sistemas produtivos locais de pequenas empresas, e mais recentemente, estratégias de valorização de produtos e culturas de montanhas a partir da conservação de suas paisagens.

Desde 2010, exerce a função de secretária geral adjunta da Associação de Montanhas Famosas do Mundo (*World Famous Mountains Association-WFMA*), uma organização sem fins lucrativos, criada na China, em 2009, para promover a cooperação de seus membros, através do compartilhamento de conhecimento e práticas sobre desenvolvimento sustentável em ambientes de montanhas. Atuando na direção da WFMA, conheceu montanhas de vários países e continentes, e liderou na WFMA iniciativas de promoção de produtos identificados com esses ambientes e voltados para a valorização de montanhas.

Atualmente, participa de grupo de pesquisadores que tem organizado conferências internacionais sobre desenvolvimento sustentável em regiões de montanhas (*Mountains 2016*, realizado em Bragança, Portugal, e *Mountains 2018*, realizado em Nova Friburgo-RJ) e é membro fundadora da Rede de Pesquisa Latino-americana e do Caribe para Ambientes de Montanhas, criada em 2018.

DEDICATÓRIA

Aos meus amados filhos,

Ísis Amorim de Oliveira e José Olegário de Oliveira Neto.

AGRADECIMENTOS

A conclusão desse ciclo de estudo compreendeu uma corrente de estímulos, forças e apoios por parte de um grupo de pessoas e instituições para as quais expresso minha sincera gratidão.

Aos meus filhos e esposo, que sempre me incentivaram a perseguir esse título e para o qual enfrentaram sacrifícios em anos recentes e passados.

Aos meus pais, que desde cedo me alertaram sobre a importância da formação acadêmica e às minhas irmãs e irmão, que estiveram comigo nessa trajetória desde o início, torcendo para que eu chegasse ao final, com sucesso.

Ao meu orientador, professor Renato Linhares de Assis, por sua paciência, interesse e apoio em todas as horas, sempre me dando confiança e mostrando caminhos para minhas dúvidas e ansiedades.

À minha amiga e coorientadora, professora Adriana Maria de Aquino, que foi uma grande força para que eu cursasse o PPGCTIA. Desde 2013, quando a conheci durante o *II Workshop Sobre Desenvolvimento Sustentável em Ambientes de Montanhas*, realizado em Nova Friburgo-RJ, tenho dela recebido luz e muita confiança para os passos que em seguida trilhei na UFRRJ.

À professora Eveline Barbosa da Silva Carvalho, por sua incansável e sempre carinhosa lembrança para que eu não desistisse do doutorado.

Ao professor César Augusto Miranda Guedes, por sua dedicação às disciplinas que com ele cursei e que muito me estimularam para aprender mais sobre os desafios do desenvolvimento em um país como o Brasil e outros da América Latina.

Ao professor José Antônio de Oliveira Puppim, por ter sido sempre um apoio certo e seguro para minhas pesquisas, projetos, e para que eu concluísse essa etapa da minha formação.

À professora Regina Cohen Barros, que me deu entusiasmo nos meus primeiros dias em Seropédica-RJ e me mostrou como aproveitar oportunidades na UFRRJ.

À professora Lucia Helena Cunha dos Anjos e ao Dr. Marcos Flávio Silva Borba (Embrapa Pecuária Sul), que participaram do meu Exame de Qualificação de doutorado e me ofereceram sugestões para o aprimoramento da pesquisa e textos apresentados, bem como outros planejados.

Aos colegas do PPGCTIA, em especial a Nádia Jarouche Aun, Sergio Lima-Braga e Maria Helena Facirolli Sobrinho pelo companheirismo durante a caminhada no PPGCTIA.

Ao meu sobrinho Jackson Sales, que esteve sempre disponível para me conduzir a Seropédica, zelando por minha segurança e bem-estar.

À amiga Amazile López Netto, pelo incentivo e inspiração para pesquisar montanhas e por me encorajar a cursar o PPGCTIA.

A todos aqueles que moram, produzem, valorizam, conservam e compreendem a importância das montanhas para o equilíbrio da vida no Planeta. E aos que ainda não alcançaram essa compreensão, estimo que meu trabalho, de alguma forma, os ajude a sensibiliza-los sobre a questão.

Aos técnicos e produtores de café do Maciço de Baturité-CE, que tem travado lutas constantes para produzir o grão na região, em harmonia com o meio ambiente.

Aos meus parceiros da *World Famous Mountains Association-WFMA* (Associação de Montanhas Famosas do Mundo), em especial aos amigos Heidi (Mrs. Zhu Dong E.), Mr. Zheng Xiang por terem me estimulado a atentar sobre quão especiais são as montanhas, pelos ensinamentos sobre como os chineses se relacionam com esses ambientes, desde a antiguidade até os dias atuais, e por terem me proporcionado inúmeras e instrutivas visitas a diferentes montanhas da China. Ainda no círculo da WFMA, sou grata a Catherine (Mrs. Schmidt), Emily (Mrs. Chen Hui) e Mr. Huang Tao por todo o apoio e leveza que me ofereceram em minhas visitas às montanhas chinesas. Sou grata também aos amigos e demais diretores e colaboradores da WFMA, Joane McKnight, Gary de Kock e Ute Ritschel, pelas discussões e compartilhamento de experiências sobre o tema, além das divertidas visitas a montanhas de diversos países.

À sempre doce camareira da Pousada Brasil, em Seropédica-RJ, Dona Angelina, que tudo fez para que me sentisse confortável nas minhas diversas estadias naquele local.

A Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro-UFRRJ, especialmente o Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia, Inovação em Agropecuária – PPGCTIA, pela oportunidade de aprimorar meus conhecimentos sobre montanhas e desenvolvimento.

A Universidade Federal do Ceará-UFC, por ter me proporcionado condições para cursar e concluir o doutorado.

“Great things are done when men and mountains meet.”

William Blake (1757 – 1827), Gnostic Verses.

RESUMO

AMORIM, Mônica Alves. **A paisagem como instrumento de valorização de produtos de montanha: a experiência do café sombreado do maciço de Baturité, Ceará.** 2019. 100f. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Inovação Agropecuária). Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ. 2019.

Um dos problemas do desenvolvimento de áreas deprimidas consiste em conciliar a expansão de atividades produtivas com cuidados relacionados ao meio ambiente. Por muito tempo isoladas, as montanhas enfrentam dificuldades relativas à infraestrutura e também devido às vulnerabilidades naturais a elas afetadas. Ao mesmo tempo, a paisagem dos ambientes de montanha, por seu valor estético, natural e cultural carrega atributos que podem ser incorporados aos produtos de base local. A paisagem deve ser compreendida a partir de diferentes perspectivas, incluindo percepções sensoriais e também contemplando a relação humana com o meio físico e cultural; a paisagem, portanto, consiste em uma construção mental, resultado da experiência pessoal. Em sintonia com os fundamentos da Nova Economia, que abraça elementos intangíveis, entre os quais os fatores locacionais, como fontes de geração de valor, a paisagem se qualifica como tal, portanto, creditada desse potencial. Como paisagem diferenciada, a associada à montanha estimula a imaginação, despertando interesse pela mesma e assim dotando-a de atributos, que se transferem aos produtos com ela sintonizados. Em ambientes de montanha, a valorização da paisagem contribui para a harmonização de iniciativas simultâneas de conservação do meio ambiente com a expansão da produção e criação de oportunidades econômicas para a população local. Na região do Maciço de Baturité (Ceará), a produção de café tem modificado a paisagem de diferentes formas nos últimos dois séculos. Inicialmente produzido à sombra, o café contribuiu para a preservação da mata. Entretanto, políticas agrícolas equivocadas forçaram a substituição desse cultivo pelo sistema exposto ao sol, o que se mostrou um fracasso, tendo ainda agravado os impactos ambientais resultantes do desmatamento. Nos últimos anos, o retorno ao café sombreado, seguindo processo produtivo ecológico tem apontado resultados encorajadores em termos de qualidade do produto e de cuidados com o meio ambiente. Em Guaramiranga, município integrante do Maciço de Baturité, e considerada a maior referência de montanhas no Ceará, a produção de café sombreado (café verde) guarda estreita relação com a paisagem local, recolhendo dessa traços de sua identidade, incorporando seus atributos e assim alcançando ganhos em termos de agregação de valor. A experiência do café verde de Guaramiranga aponta para oportunidades de trabalhar a paisagem de forma integrada, associando, com sucesso, a produção agrícola, com turismo, cultura e atividades correlatas, e com a qualificação ambiental, na perspectiva do desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: Nova economia. Paisagem de montanha. Produtos de montanha. Café sombreado;

ABSTRACT

AMORIM, Mônica Alves. **Landscape as an instrument of mountain products valorization: the experience of the shaded coffee at the massif of Baturité, Ceará.** 2019. 100p. 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. 2019.

One of the problems faced by underdeveloped regions relates to reconciling production expansion with proper environmental measures. For mountain regions, the challenge is two-fold when it comes to devising development strategies. On the one hand, they suffer from poor infrastructure, a fact that has kept them for long isolated. In addition, they face vulnerabilities due to their natural structures, a point that requires extra caution when it comes to intervention. On the other hand, mountain landscape comprises aesthetic, natural and cultural features that may be incorporated into local products. Landscape should be understood by different perspectives, including the ones deriving from sensorial experiences, as well as the ones produced by human interactions with such environments, including physical and cultural aspects; landscape, hence, is a mental construction, resulting from a personal experience. In line with the New Economy, which encompasses intangible factors, among them location features, as a source of value adding, landscape qualifies as such factors, hence encompassing economic potential. Due to its special features, mountain landscape stimulates imagination and interest, attributes that get transferred to products with such origins. In mountain environments, landscape appreciation contributes to harmonize simultaneous initiatives of environment conservation with production growth, creating economic opportunities to local population. In the mountain region of Baturité (Ceará, Brazil), coffee production has modified local landscape in different ways along the last two centuries. At first, grown under the shade of native trees, coffee contributed to forest conservation and environment conservation. However, misguided government agriculture policies forced replacement of such production system for sun-grown coffee production method, a move that produced severe failures, including environment deterioration due to the deforestation, and economic losses faced by farmers who implemented such policy. However, after decades of economic frustration, in the last ten years, return to shade grown coffee, following ecological production method, has led to promising results in terms of product quality, as well as environment conservation. In Guaramiranga, a small municipality located in the Baturité mountain region, shade grown coffee (“green coffee” as it is being promoted) maintains close identity to local landscape, while enhancing its value added. Guaramiranga green coffee experience points out to opportunities to successfully integrating landscape to agriculture production, in addition to tourism, culture and related activities, including environment enhancement, in the sustainable development perspective.

Key-words: New economy. Mountain landscape. Mountain products. Shade-grown coffee.

RESUMEN AMPLIADO

AMORIM, Mônica Alves. **El paisaje como instrumento de valorización de productos de montaña: la experiencia del café sombreado del macizo de Baturité, Ceará.** 2019. 100p. Tesis (Doctorado en Ciencia, Tecnología e Innovación en la Agricultura). Decano de investigación y estudios de posgrado de la Universidad Federal Rural de Río de Janeiro. Seropédica, RJ. 2019.

1. Introducción

El desarrollo de regiones montañosas suscita preocupaciones adicionales comparadas a las asociadas a otras regiones. Además de la escasez de capital, tecnología y otros factores, hay que atender, de forma especialmente cautelosa, a las debilidades inherentes a esos ambientes. El desarrollo sostenible de un territorio partiendo de estrategias que aprovechen sus propios atributos, incluyendo sus características físicas y culturales asociadas a la identidad y la reputación de los productos locales, proporciona oportunidades de agregación de valor a estos últimos, convirtiéndolos en instrumentos de transformación local. En el caso de territorios de montañas, elementos como clima, topografía, cobertura vegetal, biodiversidad, calidad del aire y agua, además de cultura propia, todo ello integrando un paisaje atractivo por razones objetivas y subjetivas, proporciona una oportunidad para promover la valorización de los productos del territorio, permitiendo la expansión de la economía local, generando oportunidades para sus poblaciones y estimulando la conservación del medio ambiente y de la cultura.

2. De la Vieja para la Nueva Economía y los Activos Intangibles

Las bases del crecimiento económico y la generación de riqueza han sufrido grandes transformaciones desde finales del siglo pasado. Después de la superación de la agricultura como principal fuente de riqueza, y la estructuración de la pequeña manufactura artesanal, los cambios más significativos involucraron el paso de la producción artesanal a la producción en masa, y la evolución de esta última para la producción flexible a partir del enjugado de las estructuras, reducción de costos y búsqueda constatada de mejoras de calidad. Desde entonces, el conocimiento y la capacidad de innovar constantemente pasaron a ser estratégicos para la generación de valor, favoreciendo la expansión de los servicios especializados, que pasaron a suplantar la actividad industrial como motor de la economía. Estas transformaciones en la matriz de generación de valor se reflejan directamente en el funcionamiento de la economía, al punto de ser consideradas marcas para fases distintas de la misma, como la industrial y la postindustrial. De la misma forma, estos cambios, dados su profundidad y espectro, suscitaron una bifurcación en el campo de la economía, de ahí surgiendo la "Nueva Economía", que se contrapone a la "Vieja Economía".

La Nueva Economía (NE) está fundamentada en el conocimiento y otros activos intangibles, tales como las experiencias, identidad y cultura. Al principio se basó en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), la NE amplió sus fronteras para alcanzar el alcance global, el aprovechamiento de aspectos intangibles y la operación en un mundo fuertemente interconectado. Los atributos locales, como elementos intangibles, constituyen lastre para los productos allí cimentados, pudiendo conferir a estos valores económicos. En la NE, la producción cultural sale de la posición de accesoria de la actividad económica y galga el status de legítimo productor de valor, capaz de generar empleos, inversiones y negocios, así confiriendo lastre a la economía.

La NE propicia nuevos recursos y oportunidades para el desarrollo de regiones y países, que pueden, por esa vía, construir estrategias alternativas de expansión económica. En esta línea, incluso actividades simples y comunes como la agricultura practicada en áreas rurales y remotas pueden ser redefinidas por la NE, en la medida en que sus productos estimulen de forma distinta el interés de los consumidores y productores, así como de la economía y la sociedad como un todo.

3. Bases Espaciales de Producción y Paisaje de Montaña

La vinculación de productos con el territorio de origen de la producción, incluyendo las características naturales, rasgos culturales, y elementos construidos muestra un fuerte potencial para promover el desarrollo local. La idea consiste en atribuir la calidad, reputación u otro aspecto específico de determinado producto a su origen geográfico. El territorio y sus atributos pasan a ser, así, el elemento diferenciador de los productos, componiendo el valor agregado a los mismos.

En los territorios de montaña, donde las fragilidades ambientales inspiran particular preocupación, tal estrategia surge como una oportunidad para promover un estilo de desarrollo sostenible, pues al mismo tiempo que fortalece las economías locales, limita los impactos negativos sobre el medio ambiente, involucra a la comunidad y valora su cultura. De esta forma, la conservación ambiental del territorio de origen pasa a ser condición esencial para el desarrollo, ya que ésta participa de la matriz de generación de valor de los productos.

El paisaje comprende un arreglo dinámico e inestable de los elementos de los medios físico, natural y antrópico construido por la percepción humana (Bertrand, 1972). Gaspar (2001) sostiene que el paisaje va más allá de lo que puede captar la mirada, extendiendo la aprehensión de la misma a otras dimensiones sensoriales. El paisaje, por lo tanto, resulta de la percepción multisensorial en la interpretación de un determinado espacio.

El paisaje de montañas comprende un ambiente naturalmente favorecido por la topografía, vegetación, cursos de agua y el microclima, creado por condiciones forjadas a través de los tiempos por sus habitantes en procesos de adaptación para la supervivencia en ese ambiente. La valorización del paisaje de montaña en sus más diversas formas y la conexión de ésta con productos que guardan identidad con ese territorio pueden lastrar estrategias de desarrollo territorial en bases integradoras y de carácter sostenible. Esta estrategia contrasta con la tradicional forma dicotómica de pensar el mundo físico y el del imaginario, el medio natural y el antrópico. En esta línea, el paisaje se sitúa como una forma de integrar acciones de diferentes campos, alineando objetivos económicos, sociales, culturales, ambientales y ecológicos, así produciendo sinergias y potenciando resultados. Esta estrategia señala, pues, para la transdisciplinariedad del paisaje.

4. Experiencias de Producción de Café en la Sierra de Baturité: Aprendizaje Empírico, Equívocos y Nueva Reanudación

En el Estado de Ceará, donde más del 98% del territorio está inserto en la región semiárida brasileña, las sierras constituyen un paisaje de excepción, desatando de los dominios de la *caatinga*. La región de la Sierra de Baturité, enclavada en el estado, comprende 13 municipios, entre ellos, el municipio de Guaramiranga, que representa el ideario de la mayoría de los *cearenses* para un ambiente de montañas.

La producción agrícola en la Sierra de Baturité no siempre estuvo atenta a sus peculiaridades y así causó, en diversas épocas, olas de devastación de la mata, que produjeron otros serios desequilibrios ambientales. El cultivo del café en la región comenzó a finales del siglo XVII (TAUNAY, 1945), cuando fue precedido por el derribo de la selva nativa (DEAN, 1997, apud SAES et al, 2001). La deforestación, el monocultivo y el intenso y descuidado uso del suelo causaron el inevitable empobrecimiento de la tierra, llevando a pérdidas de

productividad de los cafetales (LIMA, 1946, apud SAES et al, 2001), lo que terminó por inviabilizar el cultivo, crisis que sacudió la economía local.

La crisis obligó a los productores a adoptar el sistema de cultivo del café sombreado, lo que permitió un nuevo aliento para la producción cafetera en la Sierra, al tiempo que proporcionó mejoras ambientales. A partir de la década de 1960, la producción de café de Baturité sufrió nuevos sacudones, debido a un cambio en la política cafetera nacional, que pretendía forzar un aumento de precios en el mercado internacional, a través de la reducción de la producción nacional. Esta política impuso principios estandarizados para todas las regiones del país, a pesar de sus diferencias geográficas, agro meteorológicas, climáticas y ambientales. En consecuencia, la producción cafetera de Serra experimentó una nueva crisis debido al aumento de costos, baja de productividad, riesgos elevados y rentabilidad insuficiente. La experiencia dejó clara las limitaciones del modelo de política centralizada, estandarizada, y dibujada sin considerar la realidad específica a la que se dirige.

5. El Paisaje como Elemento de Agregación de valor al café

El paisaje de Guaramiranga ha sido forjado por la cultura del café, habiendo ese cultivo impactado, de varias formas, la vegetación, microclima, calidad del suelo, fuentes hídricas, biodiversidad, cultura y modos de producción y vida en la región. Al mismo tiempo, el paisaje de Guaramiranga también se incorpora al café producido en la región, transmitiendo a esos atributos de varias órdenes, los cuales redundan en la diferenciación y agregación de valor al producto. Las interacciones entre el café sombreado y el paisaje de montañas de Guaramiranga apuntan a múltiples beneficios que alinean ganancias socio ambientales y mejoras de desempeño de esa actividad productiva. Esta comprensión anuncia direcciones innovadoras para políticas dirigidas al desarrollo sostenible de ambientes de montaña.

6. Conclusión

En Guaramiranga, el paisaje de montaña, comprendida en toda su dimensión, ha agregado valor al café sombreado, tanto por razones sensoriales, como por razones afines a la identidad del lugar, las cuales se transfieren al producto, distinguiéndolo favorablemente.

Como fruto de la acción humana, el paisaje influye y es influenciado por la forma en que se organiza la producción. En términos de la NE, el paisaje constituye un activo económico, con potencial para lastrar dinamismo en las economías locales. El paisaje de montañas se destaca por sus atributos naturales y culturales, predicados que pueden agregar valor a los productos con ese origen. En la medida en que integra sectores distintos, la valorización del paisaje construye un camino de pluriactividad en los ambientes de montaña, expandiendo las oportunidades económicas.

Como un activo intangible, el paisaje carece de ser considerado en la formulación de planes, políticas y otros instrumentos de planificación para ambientes de montaña. En el siglo XXI, el paisaje, en el contexto de la NE, constituye un elemento fundamental en la promoción del desarrollo sostenible en territorios montañosos.

Palabras clave: Nueva economía. Paisaje de montaña. Productos de montaña. Café sombreado.

LISTA DE ABREVIÇÕES

APA	Área de Proteção Ambiental
APEMB	Associação dos Produtores Ecologistas do Maciço de Baturité
BCSA	Associação Brasileira de Cafés Especiais
BIRD	Banco Internacional para a Reconstrução e Desenvolvimento
CEPEMA	Centro de Educação Popular em Defesa do Meio Ambiente
COMCAFÉ	Cooperativa Mista dos Cafeicultores Ecológicos do Maciço de Baturité LTDA
CPDOC	Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil
DEC	Divisão de Economia Cafeeira
EMATERCE	Empresa de Assistência de Técnica e Extensão Rural do Ceará
EUA	Estados Unidos da América
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
FIEC	Federação das Indústrias do Estado do Ceará
FIRJAN	Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FMI	Fundo Monetário Internacional
GAAT	Acordo Geral de Tarifas e Comércio
IBC	Instituto Brasileiro do Café
IBD	Instituto Biodinâmico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH-M	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IG	Indicação Geográfica
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
NE	Nova Economia
ONU	Organização das Nações Unidas
PIB	Produto Interno Bruto
PLTQT	Produto Local Tradicional de Qualidade e Tipicidade
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PNUMA	Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente
PRRC	Programa de Renovação e Revigoração dos Cafezais
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
RPPN	Reserva Particular do Patrimônio Natural
SCAA	Specialty Coffee Association of America
SDLR	Secretaria de Desenvolvimento Local e Regional
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SINDICAFÉ	Sindicato das Indústrias de Torrefação e Moagem de Café no Estado do Ceará
TICs	Tecnologias de Informações e Comunicações
UC	Unidade de Conservação
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência, e a Cultura
VE	Velha Economia
WFMA	<i>World Famous Mountains Association</i>
WTO	<i>World Tourism Organization</i>

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO GERAL	1
2. CAPÍTULO I	5
DA VELHA PARA A NOVA ECONOMIA E OS ATIVOS INTANGÍVEIS	5
2.1. INTRODUÇÃO	6
2.2. A INDÚSTRIA E AS REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS RECENTES	8
2.2.1. As primeiras revoluções industriais e o surgimento da produção em massa	8
2.2.2. A solução japonesa para o gigantismo da produção em massa: a forma enxuta e flexível.....	11
2.2.3. As novas tecnologias, a terceira revolução industrial e a era pós-industrial	13
2.3. A NOVA NOVIDADE: A SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL	15
2.3.1. Características da sociedade pós-industrial.....	15
2.3.2. As origens da sociedade pós-industrial.....	16
2.4. PÓS-MODERNISMO	19
2.5. A NOVA ECONOMIA	23
2.5.1. Características da nova economia.....	27
2.5.2. Críticas sobre a nova economia.....	28
2.5.3. A nova economia e a velha economia.....	28
2.6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
3. CAPÍTULO II	34
BASES ESPACIAIS DE PRODUÇÃO E PAISAGEM DE MONTANHA	34
3.1. INTRODUÇÃO	35
3.2. REFLEXÃO TEÓRICA	36
3.2.1. Território, lugar e paisagem.....	38
3.2.2. A paisagem na história.....	38
3.2.3. Categorias espaciais influenciando a produção	39
3.3. A VISÃO SOBRE MONTANHAS	40
3.3.1. Montanha: critérios de definição	41
3.4. MONTANHA E PAISAGEM	43
3.5. A PAISAGEM E OS PRODUTOS DE MONTANHA	46
3.6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
4. CAPÍTULO III	50
EXPERIÊNCIAS DE PRODUÇÃO DE CAFÉ NA SERRA DE BATURITÉ: APRENDIZADO EMPÍRICO, EQUÍVOCOS E NOVA RETOMADA	50
4.1. INTRODUÇÃO	51
4.2. O INÍCIO DO CULTIVO DO CAFÉ NA SERRA DE BATURITÉ	54

4.3.	APRENDIZADO EMPÍRICO E A INTRODUÇÃO DO CAFÉ SOMBREADO	56
4.4.	OS REVESES CAUSADOS PELAS POLITICAS CAFEEIRAS.....	57
4.5.	AS PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS E A CRIAÇÃO DA ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL DA SERRA DE BATURITÉ.....	61
4.6.	O RETORNO DO CAFÉ SOMBREADO.....	63
4.6.1.	AFLORA café.....	64
4.7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	68
5.	CAPÍTULO IV	69
	A PAISAGEM COMO ELEMENTO DE AGREGAÇÃO DE VALOR AO CAFÉ.....	69
5.1	INTRODUÇÃO.....	70
5.2	GUARAMIRANGA: PAISAGEM E CULTURA DE MONTANHA	73
5.3	CULTURA, TURISMO E CAFÉ.....	78
5.4	PAISAGEM, CULTURA E CALENDÁRIO DO CAFÉ.....	81
5.5	O CAFÉ COMPONDO A PAISAGEM	82
5.6	A PAISAGEM COMPONDO O CAFÉ	85
5.7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	87
6	CONCLUSÕES GERAIS	88
7	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Localização da Serra de Baturité no estado do Ceará.....	55
Figura 2: Municípios da Serra de Baturité.....	55
Figura 3: Área de Proteção Ambiental (APA) de Baturité	66
Figura 4: Periquito cara suja.....	78
Figura 5: Tucaninho da serra.....	78
Figura 6: Guaramiranga. Visão do relevo e vegetação.....	79
Figura 7: Guaramiranga. Casario existente na área urbana central.....	80
Figura 8: Guaramiranga. Estrada rural em pedra tosca.....	80
Figura 9: Guaramiranga. Estradas rurais.....	80
Figura 10: Guaramiranga. Estradas rurais.....	80
Figura 11: Guaramiranga. Cachoeira da Veada.....	80
Figura 12: Rota Verde do Café. Sebrae.....	83
Figura 13: Rota Verde do Café: Sítio São Luis.....	83
Figura 14: Rota Verde do Café: Sítio São Luis.	83
Figura 15: Jacú no Sítio São Luis.....	88
Figura 16: Visão da paisagem com neblina em área rural de Guaramiranga.. ..	90
Figura 17: Sítio São Luis. Preparação do café em Fogão a Lenha.....	90

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Diferenças entre a Velha Economia e a Nova Economia apontadas por Hepler (2006).....	30
---	----

1. INTRODUÇÃO GERAL

O desenvolvimento de áreas deprimidas persiste como um dos desafios do século XXI, tanto no Brasil como em outras partes do mundo. No caso brasileiro, áreas afastadas das pujantes regiões metropolitanas, como as regiões de montanha e de floresta e boa parte do semiárido do Nordeste permanecem atrasadas e dependentes de iniciativas governamentais para o fortalecimento de suas economias, geração de emprego, ocupações e renda, bem como para a melhoria da qualidade de vida das populações locais. Por um lado, as políticas para apoiar as economias locais usualmente focalizam na expansão da produção, seja por meio de melhorias na produtividade, seja pelo acréscimo e diversificação de produto, ou ainda o incremento de valor agregado. Para tanto, as estratégias correspondentes apontam para caminhos tradicionais que nem sempre se adaptam às realidades locais.

Uma delas segue a linha de atração de capitais, empresas e investimentos de outras regiões, frequentemente por uso de mecanismos tais como incentivos fiscais como concessão de subsídios e isenções de impostos. Esse caminho impõe um forte ônus para as regiões que oferecem tais benefícios, pois implica em algum tipo de renúncia fiscal em favor das empresas incentivadas, sacrificando a receita pública por certo período. Além disso, em muitos casos, tais incentivos, mesmo depois de muitos anos de sua implantação, permanecem como a principal motivação para a localização das empresas nessas regiões, o que coloca em risco a fixação das mesmas em tais localidades após o prazo de vigência e eventual retirada dos incentivos. Essa situação acaba por tornar as regiões dependentes das empresas incentivadas, o que sinaliza a dificuldade para a eliminação de tais benefícios.

Ainda outra alternativa, frequentemente associada à acima exposta, consiste na concessão por parte dos órgãos governamentais de variadas benesses aos investidores, tais como infraestrutura, cessão de áreas físicas (terrenos, galpões industriais, etc) e diversas formas de assistência técnica, inclusive a capacitação de mão de obra a ser utilizada nas empresas, quando não até mesmo o pagamento de salários dos trabalhadores durante o período de experiência. Outra vez, esse tipo de concessão requer pesados gastos para os governos de regiões economicamente deprimidas que adotam tais mecanismos, além de não assegurar que as empresas favorecidas por essas benesses venham a se fixar nas regiões que ofereceram os privilégios.

Ainda outra modalidade de estratégia consiste em tentativas de incorporação de novas e complexas tecnologias a matriz industrial existente. Esse caminho, não raro, exige investimentos elevados em itens tais como: modernos equipamentos, treinamento de pessoal e atração de recursos humanos externos capacitados, além de instalações arrojadas. Novamente, esses condicionantes não encontram respaldo na escassez de capital vigente nessas regiões, o que frustra expectativas de implementação apropriada dessas políticas ou, quando as mesmas logram ser implementadas, finda por sugar recursos de outros setores essenciais, causando assim sacrifícios adicionais para a população local.

Pondera-se ainda outro problema ligado a essas estratégias, desta feita atinente à conciliação da atividade produtiva com cuidados relacionados ao meio ambiente. Isso porque a prática comum tem sido estimular a produção em primeira instância, deixando os impactos ambientais decorrentes a cargo de medidas *ex post* de mitigação, recuperação ou compensação ambiental. Nesses casos, admite-se que a produção resulte em algum tipo de dano ambiental, mesmo que minimizado por providências de gestão previamente adotadas, e como medida corretiva (*ex post*) para os mesmos, preconizam-se ações para restabelecer o equilíbrio afetado. De toda a sorte, fica claro que dificilmente as atividades de produção e conservação do meio ambiente ocorram de mãos dadas, gerando benefícios mútuos, se autoreforçando como em regime de simbiose. O que predomina compreende esforços de cada uma dessas

vertentes que se mostram conflituosos, tanto que medidas corretivas se fazem imperativas para reparar impactos gerados pela produção sobre o meio ambiente. Em consequência, recursos escassos são destinados para tais medidas corretivas, sobrecarregando produtores, governos e a sociedade em geral com tais gastos, sem, no entanto, haver a geração de benefício líquido para a economia, já que os referidos gastos visam minimizar ou recompor os impactos causados. Apesar da inegável necessidade desses procedimentos para permitir a conservação ambiental, há que se admitir que essa estratégia de ação *ex post* implica em uso ineficiente de recursos. Idealmente, tais danos seriam minimizados até o limite, conjugando simultaneamente a produção com a conservação ambiental, o que também reduziria a necessidades de medidas de correção dos eventuais danos ao meio ambiente.

Se as políticas de desenvolvimento local e regional em países em desenvolvimento raramente andam de mãos dadas com a proteção ambiental¹, esta relação em ambientes de montanhas torna-se ainda mais delicada, dadas as fragilidades dos mesmos. Nesses casos, a urgência em fortalecer as economias locais, promover a criação de negócios, empregos e ocupações, visando à geração de renda para atender necessidades básicas de populações afetadas por elevados índices de pobreza e baixa qualidade de vida, frequentemente leva governos, organizações não governamentais, iniciativa privada e a sociedade em geral a implementar estratégias que negligenciam as consequências para a sustentabilidade do desenvolvimento de longo prazo com a proteção dos recursos naturais, biodiversidade, cultura, valores e tradições locais.² Nessas circunstâncias, o afã de superar a pobreza costuma assumir precedência e como cuidados ambientais nem sempre proporcionam ganhos imediatos para a expansão da renda, preocupações com o meio ambiente constantemente são minimizadas. Este é um ponto nevrálgico no desenvolvimento de ambientes de montanhas que necessita ser abordado com prioridade para combater o avanço do quadro de degradação ambiental destes territórios, ao mesmo tempo em que proporcione, de forma sustentável, ganhos econômicos e de qualidade de vida para suas populações.

O desenvolvimento sustentável de um território partindo de estratégias que aproveitem seus próprios atributos, incluindo suas características físicas e culturais associadas à identidade e a reputação dos produtos locais, proporciona oportunidades de agregação de valor a esses últimos, viabilizando-os como alavancas eficazes de transformação local. No caso de territórios de montanhas, que compreendem um ambiente naturalmente favorecido, por conta do clima, topografia, cobertura vegetal, biodiversidade, qualidade do ar e água, além de uma cultura própria, tudo isso integrando uma paisagem atrativa por razões objetivas e subjetivas (imaginário), proporciona uma oportunidade para promover a valorização dos produtos do território, permitindo a expansão da economia local, gerando oportunidades para suas populações e estimulando a conservação do meio ambiente e da cultura. Experiências internacionais recentes se alinham com essa estratégia de desenvolvimento de territórios de montanha onde a paisagem e seus atributos contribuem para promover produtos e cultura local. Entre outros, destaca-se o exemplo da China, que ao valorizar e promover suas montanhas, frequentemente também as associa aos produtos oriundos do seu entorno. Outros

¹ Medeiros et al (2007) explicam que o termo “proteção” deve ser utilizado como uma forma de integrar “práticas e estratégias voltadas para a criação e implementação de espaços protegidos” associados a um regime especial de uso e demarcação. Assim, enquanto o termo “preservação” corresponde à estratégia de proteção integral dos recursos naturais, o termo “conservação” está associado à proteção parcial.

² O conceito de desenvolvimento sustentável corresponde ao desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente, sem comprometer a capacidade das futuras gerações satisfazerem as suas próprias necessidades (BRUNDTLAND, 1987). Esse conceito foi adotado originalmente pelo estudo intitulado *Our Common Future* (em Português, “Nosso Futuro Comum”), elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, criada pela Organização das Nações Unidas-ONU para fundamentar o debate sobre desenvolvimento e pressões sobre o meio ambiente. A Comissão foi chefiada pela primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland, cujo nome deu origem ao título do estudo em referência.

países como a Alemanha, Japão e Estados Unidos têm usado a fama de suas montanhas para, além de incrementar o turismo e intercâmbio cultural, valorizar os produtos que carregam traços daqueles ambientes.

A estratégia que potencializa os atributos ambientais e culturais das montanhas se contrapõe com vantagem às políticas de atração de investimentos em infraestrutura, empresas, incorporação de tecnologias de alto custo, ou de criação de empregos pelo simples fato de ampliar os postos de trabalho, aumentar renda ou ampliar a produção nesses locais. Montanhas como fontes perenes de água, especialmente em regiões semiáridas, ou como contraste para a aridez, tanto física, quanto humana, de seu entorno são uma indicação clara de que, notadamente nessas regiões, as políticas de desenvolvimento precisam ser meticulosamente desenhadas. Além disso, a pressão imobiliária que se exerce atualmente sobre tais regiões, que carecem de formas específicas de proteção, sinaliza que estratégias tradicionais não asseguram o desenvolvimento sustentável destes territórios.³ Referidas intervenções, ao invés de respeitar fragilidades naturais e ressaltar as vantagens dos ambientes de montanhas, em muitos casos, estão levando a uma contínua ameaça aos seus ecossistemas.

É a conjunção de estratégias de desenvolvimento *versus* especificidades dos ambientes de montanhas que se constitui no cerne deste trabalho. Argumenta-se aqui o desencontro entre estratégias tradicionais de desenvolvimento que estão direcionadas a outros territórios com características distintas, deixando em segundo plano elementos essenciais constitutivos dos ambientes de montanhas. Outrossim, o caminho adequado para o desenvolvimento sustentável de montanhas reside no reconhecimento de suas peculiaridades como território, com todas suas vantagens, riquezas e fragilidades. Por mais evidente que seja, isto, no entanto, é deveras desprezado por políticas tradicionais, constituindo-se um problema grave que deve ser enfrentado.

Desta forma, esta tese assume que a solução dos problemas de desenvolvimento das montanhas está associada à valorização de seus ativos naturais e culturais, à alocação de valores intrínsecos não necessariamente alinhados com as tradicionais estratégias de aumentar investimentos em infraestrutura, em atração de negócios, em pressionar o mercado imobiliário e outras receitas similares. Assim, o problema básico da pesquisa é ausência de alinhamento entre as estratégias de desenvolvimento de ambientes montanhosos frente às peculiaridade específicas destes territórios. Há um hiato que necessita de estudos e novas abordagens devem ser criadas para equacionar tais limitações.

O contexto acima explicitado permite formular a seguinte **questão de pesquisa**: Em que circunstâncias elementos característicos do ambiente de montanhas potencializam processos de desenvolvimento sustentável nesses territórios? A pesquisa assume a **seguinte hipótese**: a paisagem (física e cultural) dos ambientes de montanhas desempenha importante papel no seu processo de desenvolvimento sustentável.

Esse estudo tem caráter qualitativo e como ferramental metodológico, fez uso de revisão bibliográfica, análise documental, além de pesquisa participante e estudo de caso tratando de experiência de cultivo de café, na região da Serra de Baturité, em especial no município de Guaramiranga, no estado do Ceará.

³ O Relatório Brundtland (1987) argumenta que o desenvolvimento é um processo que exige mudança social, que presuppõe transformações nas relações econômicas e sociais, incluindo desde a facilitação do acesso aos recursos naturais por todos os segmentos da sociedade, à distribuição dos custos e benefícios do desenvolvimento (DIEGUES, 1992). Assis (2006) destaca que o desenvolvimento sustentável exige o envolvimento das pessoas em harmonia com o meio ambiente, incluindo nesse os aspectos étnicos e culturais, principalmente em se tratando de populações mais pobres.

O estudo está organizado em organizado em quatro capítulos, além dessa introdução e das considerações finais. O primeiro capítulo trata da evolução das ideias e experiências de geração de riqueza e fortalecimento das economias, enfocando especialmente os primeiros passos da industrialização e suas sucessivas transformações até o início deste século. Entremeada pela transformação e produção de ativos tangíveis, a indústria como tal, é apresentada como integrante da intitulada “Velha Economia”. Ainda nesse capítulo, passa-se a considerar a formação de outra modalidade produtiva, desta feita assentada em ativos intangíveis, tais como o conhecimento, cultura, identidades e outros elementos dessa estirpe, dentre esses a paisagem. Essa modalidade, denominada de “Nova Economia”, constitui o lastro em que esse estudo se apoia para argumentar o potencial da paisagem para a agregação de valor aos produtos de montanha.

O segundo capítulo busca explorar os fundamentos do conceito de paisagem, situando-o na discussão sobre espaço, território e lugar, além de articular o conceito no contexto dos ambientes de montanhas. O capítulo adianta ainda como a paisagem de montanhas contribui para a valorização dos produtos com essa origem.

O terceiro capítulo trata das sucessivas experiências do cultivo do café no Maciço de Baturité, no estado do Ceará, considerando desde a introdução dessa cultura na região, no século XVIII, discorrendo sobre os reveses ocorridos com o uso de diferentes variedades, até a iniciativa recente de produção do café ecológico, guardando em perspectiva as repercussões correspondentes na paisagem local.

O quarto capítulo focaliza a discussão na paisagem de Guaramiranga, um município integrante da região do Maciço de Baturité e escolhido por ser a maior referência de montanha em todo o estado do Ceará. A análise parte da leitura da paisagem de Guaramiranga para então refletir sobre a interação da mesma com a produção de café, seguindo para explorar como a paisagem pode estruturar processos de desenvolvimento sustentável em ambientes de montanha. Ao final, apresentam-se as conclusões gerais do trabalho apontando a paisagem como recurso da Nova Economia, na medida em que esse elemento apresenta significativo potencial para gerar valor econômico e expansão produtiva, ao mesmo tempo se alinhando com princípios da sustentabilidade.

2. CAPÍTULO I

DA VELHA PARA A NOVA ECONOMIA E OS ATIVOS INTANGÍVEIS

2.1. INTRODUÇÃO

As bases do crescimento econômico e geração de riqueza têm sofrido grandes transformações desde o final do século passado. Até então, a partir da superação da agricultura como principal fonte de riqueza, papel encampado pela manufatura, as principais fontes de expansão das economias conhecidas e propagadas incluíam, além do aproveitamento de recursos naturais, uso intensivo de capital, melhorias tecnológicas e métodos de gestão capazes de impulsionar a produtividade. Com a crescente utilização de ferramentas e máquinas, além de melhorias na organização do trabalho, a manufatura evoluiu para a indústria. Nessa condição, a redução nos custos de produção foi inicialmente perseguida através de ganhos de escala e posteriormente com enxugamento das estruturas, enquanto o objetivo relacionado à qualidade evoluía da padronização para a customização dos produtos, e da correção dos defeitos de fabricação após a constatação dos mesmos para a sua prevenção ou eliminação completa.

Em verdade, desde a sua emergência, a atividade industrial, dada o seu potencial de agregar valor à produção, se impôs como a mais promissora em termos de ganhos rápidos rumo ao desenvolvimento, então entendido simplesmente como equivalente ao crescimento da produção e acumulação de riqueza. Ainda na fase de manufatura, a produção tinha como base pequenas oficinas artesanais operando em escala diminuta e, via de regra, atendendo a encomendas previamente definidas a partir da necessidade específica de cada cliente, o que impedia a padronização dos produtos e assim amarrava a redução de custos. Em seguida, com a intensificação da divisão do trabalho na produção, padronização de peças e uso de máquinas especializadas, a indústria conseguiu produzir em larga escala (produção em massa) com baixo custo, mas ainda enfrentando a rigidez da produção que impedia frequentes inovações no produto, além de causar problemas na qualidade do mesmo. Em um passo seguinte, os empecilhos à inovação e qualidade foram enfrentados pela implantação de métodos flexíveis de produção que poupavam esforços e custos, reduziam os defeitos de fabricação, ao tempo em que facilitavam maiores inovações nos produtos (produção flexível ou enxuta). Em todas essas fases, que atravessaram os últimos dois séculos, chegando até os anos 1990, o cerne da produção e criação de valor agregado centrou-se em ativos tangíveis, ambiente fabril e trabalho manual, mesmo quando auxiliado por máquinas.

Ainda no final do século XX, começou a tomar corpo uma mudança na matriz de geração de valor nas economias a partir da intensificação do uso de novas tecnologias, em especial as relacionadas com informações e comunicações, que favorecem ondas de inovações sucessivas em toda a seara produtiva. A produção, disseminação e uso das informações e canais modernos de comunicações proporcionaram rápidos ganhos de eficiência produtiva, redefinindo produtos e processos na seara econômica, mas também modificando a vida social através de novos comportamentos e formas de relacionamento de pessoas, empresas e outras organizações. A importância do conhecimento e a capacidade de inovar constantemente passaram a ser estratégicos na geração de valor, favorecendo a expansão dos serviços especializados, que passaram a suplantam a atividade industrial como motor da economia. No bojo dessas mudanças, a própria essência dos produtos e os hábitos de consumo tomaram nova forma. Os primeiros, antes voltados para atender necessidades de consumo, passaram, cada vez mais a propiciar experiências, assim envolvendo aspectos intangíveis.

Essas transformações na matriz de geração de valor, partindo da indústria e alcançando o setor de serviços, se refletem diretamente na forma de funcionamento da economia, ao ponto de serem consideradas marcações para fases distintas da mesma, como a industrial e a pós-industrial. Da mesma forma, essas mudanças, dadas a sua profundidade e escopo, suscitaram uma bifurcação no campo da economia, daí surgindo o campo da “Nova Economia”, que se contrapõe à “Velha Economia”.

Esse capítulo discute o processo de transformação das formas de criação de valor na produção, desde a pequena manufatura à grande fábrica, ambas integrantes da chamada Velha Economia (VE). Essa tipologia de atividade econômica se alicerça, de um lado, na produção industrial transformadora de matéria prima em produtos e, de outro, nos ativos tangíveis, tais como prédios, máquinas, mão de obra. A discussão avança discorrendo sobre a passagem para a outra tipologia de origem recente, que se apresenta como a Nova Economia (NE), esta fundamentada no conhecimento e em outros ativos intangíveis, tais como as experiências, identidade e cultura. Como parte introdutória dessa tese, esse capítulo visa construir as bases para estabelecer a paisagem de montanha e seus atributos como nascente do processo de agregação de valor a produtos com essa origem. A conclusão do capítulo aponta para as oportunidades criadas pela Nova Economia para a produção e geração de riqueza em ambientes em que os atributos locacionais apresentem qualidades distintas, onde se destacam as paisagens de montanhas.

2.2 A INDÚSTRIA E AS REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS RECENTES

Desde o início das experiências de manufatura, voltadas para transformar insumos oriundos da agricultura, extrativismo ou mineração, conferindo aos mesmos novas utilidades ao agregar valor às matérias primas processadas, os modelos de produção evoluíram enormemente, tendo cada novo salto proporcionado avanços tão impactantes que suscitaram a denominação de “revolução”. Tão profundos foram esses impactos que as diversas revoluções industriais mudaram radicalmente, cada uma ao seu tempo, as formas de produzir, consumir, trabalhar e até de pensar e se relacionar da sociedade.

Na fase inicial da manufatura, a unidade típica de produção tinha porte modesto, tamanho reduzido e mal se distinguia do local de morada do produtor, ainda um artesão, já que esse dependia de poucas ferramentas de uso múltiplo, dependendo principalmente de sua habilidade manual para a transformação da matéria prima em produto acabado. Esse método produtivo, denominado de artesanal, pouco se apoiava na divisão do trabalho, sendo comum a produção de uma unidade de produto a cada vez, quando o artesão e seus eventuais auxiliares participavam de todas as tarefas envolvidas no processo produtivo. Sem a especialização do trabalho e fazendo pouco uso de maquinário, e ainda lidando com um produto diferente a cada vez, o que frequentemente trazia desafios novos a serem solucionados, a produção artesanal era lenta, de custo elevado e os produtos sofriam da falta de padronização, imperfeições e defeitos, já que eram todos protótipos, pois cada um derivava de procedimentos manuais ou naturais, portanto sem maiores controles. A produção artesanal, embora tenha representado um avanço ao possibilitar a agregação de valor a produtos extraídos diretamente da natureza, não permitia maiores ganhos em termos de expansão da produção, ampliação do mercado, criação de empregos e expansão da atividade produtiva, nos moldes do capitalismo. Faltavam-lhe ainda os avanços organizacionais e tecnológicos que lhe possibilitassem mais controle, agilidade e eficiência do processo de produção.

2.2.1. As primeiras revoluções industriais e o surgimento da produção em massa

O progresso técnico nas mais diversas áreas, incluindo melhorias na manipulação de metais, uso de fontes energéticas (ex: carvão e o vapor), aliadas à construção e emprego de máquinas que facilitassem ou reduzisse a necessidade do trabalho humano, vieram dar marcante impulso à produção artesanal, prolongando sua hegemonia até sua superação por outro modelo. Assim, nas últimas décadas do século XVIII, a introdução da máquina a vapor na indústria têxtil, juntamente com o tear mecânico, permitiram enormes saltos de produtividade a partir da substituição de trabalho braçal por força mecânica. Começou nesse momento a transição da manufatura (produção artesanal) para a indústria mecanizada, que faz uso de máquinas fabris para aumentar a produtividade do trabalho e expandir o volume da produção.

Essas transformações no mundo industrial deram corpo à chamada Primeira Revolução Industrial, que teve na Inglaterra a sua liderança, fato que conferiu ao país à condição de primazia na economia mundial da época. Como elementos facilitadores para o avanço de sua industrialização, os ingleses contaram com ampla oferta de carvão (principal fonte de energia da época) e ferro, expansão da rede de estradas de ferro, bem como intenso uso do navio a vapor, que se beneficiava de canais de navegação e portos bem aparelhados, além da tradicional desenvoltura britânica na arte de navegação. Dessa forma, carvão e ferro passaram a turbinar a produção industrial. No rastro desse avanço, a indústria passou a ser o carro chefe da atividade econômica e o movimento da população em direção às cidades intensificou a urbanização, introduzindo profundas alterações na sociedade, em termos de trabalho, consumo e formas de vida.

No final do século XIX, os avanços tecnológicos, tais como o desenvolvimento da tecnologia de fabricação e uso do aço, o surgimento dos motores elétricos e os movidos à explosão, e ainda as melhorias dos processos químicos, possibilitaram a emergência da indústria automobilística e, no seu bojo, uma cadeia de outras atividades envolvidas na fabricação de autopeças. Esse movimento, que demarca a fase conhecida como Segunda Revolução Industrial (CHANDLER, 1990), abriu caminho para a expansão e progresso da produção, não só da indústria, mas, sequencialmente, dos outros setores da economia. A origem desse acontecimento se deu com a combinação da crescente mecanização e produção de peças intercambiáveis com métodos de organização da produção, incluindo a divisão de tarefas, especialização do trabalho e produção em fases sucessivas (“linha de montagem”), tudo isso vinculado a uma grande escala de produtos padronizados.

Essas iniciativas lançaram as bases do modelo de produção em massa que também ficou conhecido como Fordismo. Tal denominação faz menção ao pioneiro de sua criação, Henry Ford, fundador da empresa automobilística americana *FORD Motor Company*, estabelecida em 1903, com sede em um subúrbio da cidade de Detroit, no estado de Michigan. Além de Ford, outros entusiastas da indústria automotiva americana, tais como Alfred Sloan, aperfeiçoaram o modelo de produção em massa, introduzindo melhorias gerenciais voltadas para o controle de custos e diversificação da linha de produtos, tornando essa forma de produção incomparável em termos de eficiência e tecnologia, em relação à opção de produção realizada de forma artesanal, ainda existente em outras empresas automobilísticas americanas ou em outros países.

Inicialmente, o modelo de produção em massa proporcionou, em momentos sucessivos, extraordinários ganhos de produtividade, redução de custos de produção, queda de preços de produtos, crescimento da produção e, ao mesmo tempo expandiu como nunca antes a oferta de empregos. Os impactos no mundo do trabalho foram diversos. De um lado, os novos postos de trabalho dispensavam qualquer qualificação, fato que inclusive motivou levas de imigração de trabalhadores europeus para os Estados Unidos, onde a produção em massa surgiu e prosperou rapidamente. De outro lado, as mudanças introduzidas pela produção em massa tornaram o trabalho mais enfadonho, segmentado e excessivamente mecanicista. Os trabalhadores passaram a se especializar em uma única e simples tarefa, que era executada de forma repetitiva, frequentemente beirando a insalubridade. Como o tipo de trabalho se tornara extremamente simplificado devido ao uso de máquinas e ao fracionamento das tarefas em várias partes, todas fáceis e curtas, essas podiam ser rapidamente aprendidas pelos recém empregados, que nem sequer precisavam dominar o Inglês para assumir suas novas funções na fábrica.⁴

O controle da produção em termos de ritmo, qualidade e sincronização entre as diversas tarefas envolvidas na produção ficava a cargo de supervisores, os quais desfrutavam de posição hierarquicamente superior aos trabalhadores encarregados diretamente da produção e manuseio do maquinário. Além disso, o trabalho de chão de fábrica se dissociava da atividade criadora, resumindo-se ao esforço braçal, retirando quase que completamente o esforço mental dos trabalhadores, assim levando-os a uma situação de alienação sobre a produção e suas consequências. De fato, a separação entre as tarefas de criação e execução constituiu uma das principais características desse novo modelo de organização da produção. Ou seja, ao trabalhador de chão de fábrica (frequentemente denominado de “macacão azul”,

⁴ Womack et al (1992) registram ter sido comum o fato de que trabalhadores nas fabricas falarem diversas línguas e ainda que muitos deles eram contratados tão logo desembarcavam do navios. Os mesmo autores relatam que, com frequência, o emprego nas fabricas constituía a primeira experiência de trabalho industrial para esses imigrantes. Grande parte desses imigrantes se ocupava anteriormente de atividades rurais, as quais eram realizadas em ambientes abertos e sem maiores controles de tempo, tarefa e regras mais rígidas sobre comportamentos e hierarquia.

do Inglês, *blue colar*, uma referência a cor de seu uniforme de trabalho) cabia o trabalho de fabricação e montagem, e aos engenheiros ou outros profissionais especializados (“colarinho branco”, do Inglês, *white colar*, também em referência a cor e tipo de vestimenta tradicional desse tipo de trabalhador, que costuma usar terno) cabia a tarefa de criar e desenvolver produtos, além das máquinas e equipamentos necessários para a produção dos mesmos.

Como outra consequência de sua introdução, o modelo de produção em massa também ampliou o mercado para seus produtos, inclusive pela inclusão de seu enorme contingente de assalariados dotados de poder de compra na classe de consumidores regulares. Em relação às empresas, a operação passou a se dar de forma verticalmente integrada, de modo a permitir um maior controle sobre o abastecimento de insumos, caso que poderia levar a paralização da produção e a consequente queda de eficiência. A produção em grande escala e integrada verticalmente favoreceu o aumento do tamanho dos estabelecimentos, ensejando a formação de grandes empresas e conglomerados.

Nas primeiras décadas do século XX, a produção em massa se estendeu a outras atividades industriais, muito além da indústria automobilística, alcançando desde a produção de vestuário, alimentos, papel, químicos e outros ramos industriais. Inevitável foi também a disseminação desse modelo de produção para várias partes do mundo. A partir dos Estados Unidos, os novos métodos de produção se estenderam para outros países, inicialmente da Europa, tais como Alemanha, França, Inglaterra, Bélgica e Holanda. Na Alemanha, as mudanças começaram na indústria automobilística e rapidamente chegaram às indústrias química, siderúrgica e elétrica, tendo posteriormente atingido todo o segmento industrial (CHANDLER, 1990; JENSEN, 1993).⁵ Após ter se expandido na Europa, o modelo de produção em massa alcançou o Japão, Rússia e outros países do globo.

Assim, a disseminação e domínio da produção em massa em grande parte do mundo contribuíram decisivamente para a mudança do eixo da economia mundial, dando aos Estados Unidos a supremacia política, econômica e militar (WOMACK et al, 1992). Entre outros impactos, esse modelo intensificou a substituição do trabalho humano por máquinas e disseminou a troca da energia do carvão por outras fontes como o petróleo e eletricidade. Juntamente com o aço e a metalurgia, a eletricidade e a eletromecânica, o petróleo e a petroquímica passaram a ter papéis proeminentes na corrida para a industrialização. Todas essas mudanças, dadas o seu escopo e intensidade, representaram, realmente, uma revolução no mundo da produção, daí por que a pertinência da expressão “Segunda Revolução Industrial”, como assim denominou Chandler (1990).

Dessa forma, durante mais da metade do século XX, o modelo de produção em massa se afirmou como paradigma de produção industrial e regulação do trabalho nos mais diversos setores da economia mundial. Entretanto, após a Segunda Guerra Mundial, a produção em massa dava sinais de fadiga, se mostrando incapaz de sustentar os saltos contínuos de produtividade desfrutados anteriormente. Enfrentava também enfrentando serias limitações para produzir uma cartela diversificada de produtos em uma mesma planta, proporcionar qualidade e ainda atender a anseios específicos de consumidores individuais. Tendo já se acostumado a consumir em massa, nas últimas décadas, os consumidores passaram a almejar uma oferta diferenciada de produtos, melhorias na qualidade e incorporação frequente de inovações nos artigos produzidos. Todavia, a rigidez do modelo de produção em massa impedia tal diversificação em curtos períodos de tempo, pois as fábricas e seu conjunto de maquinário eram especializados em determinado produto, não se adaptando a outros diferenciados. Presos a esse modelo de produção, os vultosos investimentos no parque de máquinas necessitavam ser otimizados, o que somente era alcançado através da utilização

⁵ Sobre esse ponto, Jessen cita McCraw (1981).

continua, e por longos períodos, das instalações até seus equipamentos finalmente alcançarem a devida maturação, após a amortização completa dos investimentos envolvidos. Essa rigidez das plantas retardava inovações, forçando por anos a fio a continuidade da produção e comercialização do mesmo produto no mercado, o que desestimulava os consumidores para novas aquisições, provocando o acúmulo de estoque de produtos acabados e o adiamento de novos investimentos industriais.

2.2.2. A solução japonesa para o gigantismo da produção em massa: a forma enxuta e flexível

Por volta dos anos 1960, ainda como parte do trabalho de reconstrução da economia japonesa, e em meio a adversidades de várias ordens, começou naquele país um esforço para produzir de forma eficiente e em menor escala, sem a exigência de uso intensivo de capital, fosse esse sob a forma de máquinas, estoque ou instalações, e também utilizando um contingente reduzido de trabalhadores, assim se alinhando a condição de austeridade vigente à época no país (WOMACK et al, 1990; FUJIMOTO, 1999)⁶. Esse desafio foi enfrentado pelo Japão, após sua derrota no conflito mundial, que deixou o país com sua infraestrutura arrasada, endividado, com poucos recursos e com baixo poder de compra, portanto com um mercado reduzido. Padecendo de uma economia atrasada e de base agrária, a industrialização rápida⁷ foi a forma encontrada para superar o atraso, criar empregos, desenvolver tecnologia e reerguer a economia japonesa, objetivos que ensejaram um grande esforço de reconstrução nacional. A indústria automobilística foi então selecionada como uma das prioritárias para implementar essa ambiciosa estratégia.

Nasceu na fabricante de veículos Toyota uma alternativa ao modelo de produção em massa, que posteriormente provou-se tão eficiente, como inovador. A construção desse modelo exigiu um longo período de experiências, testes e adaptações até sua completa implementação. Não podendo reproduzir o modelo fordista em toda a sua grandeza, o que incluía uso intensivo de máquinas, amplas instalações, elevado número de trabalhadores especializados em pequenas tarefas, farta disponibilidade de estoque (matérias prima, peças e produtos acabados) e produção em grandes volumes, as limitações econômicas japonesas impunham um posicionamento distinto, associado à parcimônia. A iniciativa japonesa começou de forma rudimentar, em meio a improvisações, utilizando máquinas e equipamentos não especializados, que foram adaptados para realizar diversas operações com pequenas e rápidas adaptações. Assim, após várias tentativas, com erros e acertos, e com melhorias sucessivas, a Toyota conseguiu desenvolver um sistema de produção que diferia em muito da forma abraçada pelo modelo de produção em massa.

A primeira conquista da Toyota foi desenvolver técnicas que possibilitaram uma mesma máquina desempenhar diversas tarefas, assim permitindo redução significativa da necessidade de imobilização de capital em maquinário. Esse resultado foi muito importante,

⁶ Ver também Ferro (2005).

⁷ Em clássico estudo sobre os processos de industrialização de países europeus, Gerschenkron (1962) mostra que, dependendo do grau de atraso relativo dos países, políticas e instituições específicas se fizeram necessárias para suprir os obstáculos (ex: limitações de capital, mão-de-obra qualificada, empreendedorismo, tecnologia) enfrentados na luta pela expansão industrial. Tendo sido pioneira no processo, a Inglaterra pode atingir a industrialização ancorada no livre mercado. Entretanto, os demais países (os “retardatários”), que a sucederam nesse processo, tais como França, Alemanha, Rússia e outros necessitaram de diferentes tipos de intervenção do Estado para se industrializar. Amsden (1989), inspirada pelas ideias de Gerschenkron sobre a industrialização tardia, e estudando o caso de industrialização da Coreia do Sul, considera tal trajetória de industrialização como um processo em que a indústria de um país toma “emprestado” tecnologias desenvolvidas por países inovadores, aprendendo e adaptando as mesmas para suas necessidades particulares, ao invés de inovar por si própria.

dada a limitação financeira da empresa. Da mesma forma, a força de trabalho foi capacitada para executar múltiplas funções, tornando cada trabalhador polivalente, ficando eles próprios responsáveis pela produção, incluindo a operação e manutenção de máquinas e equipamentos, além do abastecimento de peças e outros insumos, limpeza e organização do posto de trabalho, controle de qualidade e melhorias contínuas no processo de produção; todas essas tarefas eram atribuídas a profissionais distintos no modelo de produção em massa. Mais uma vez, essa medida desonerou os custos de produção, além de ter criado um ambiente de trabalho mais eficiente e propenso a inovações, pois os trabalhadores passaram a ter domínio de várias tarefas diferentes, podendo assim identificar novas formas e procedimentos para melhorar a produção e o produto associado.

Os erros e defeitos de fabricação não apenas eram consertados, mas tinham suas causas mais remotas estudadas exaustivamente até que essas fossem integralmente neutralizadas, interrompendo-se assim as origens desses problemas e a necessidade de retrabalho para correção dos mesmos. Esses avanços contribuíram sensivelmente para a redução de desperdício e custos, e ainda propiciaram melhorias na qualidade dos itens fabricados. Além da redução de defeitos, todo o esforço foi feito para minimizar desperdícios de outras ordens, como de insumos, de instalações com dimensões exageradas, de excesso de maquinário e estoques elevados, inclusive a abreviação do tempo de venda dos produtos, medidas que ajudaram a reduzir a necessidade de capital de giro para bancar tais estoques. A motivação, de origem na condição de austeridade do país, apontava para produzir mais e melhor com cada vez menos. Daí surgiu a denominação desse modelo: produção enxuta.

O enxugamento vinha de todos os lados, se consubstanciando na redução do parque de máquinas, do contingente de mão de obra empregada, do tamanho das instalações, dos estoques de matérias primas e de peças e produtos acabados, da minimização do desperdício e do investimento necessário para a produção e comercialização dos produtos, entre outras fontes de redução de custos. Ademais, a Toyota fez uma escolha estratégica para o foco de sua operação. Sem fôlego financeiro para assumir todas as etapas da produção de veículos a partir de uma produção integrada verticalmente, tal como ocorria na produção em massa, a Toyota concentrou seu maior esforço na atividade de montagem do veículo, pois era nessa etapa que a empresa identificava mais oportunidade para crescer. Assim, em contraste com a produção em massa, a Toyota (montadora) seguiu o caminho da descentralização produtiva, priorizando a horizontalização da produção, deixando para fornecedores a produção de grande parte das peças e outros serviços que não constituíam o interesse principal (*core business*) da empresa. Feita essa opção, e para não correr risco de desabastecimento ou outras falhas, tal estratégia exigiu da Toyota o desenvolvimento de toda uma rede de fornecedores de autopeças e outros insumos, os quais passaram a operar como seus terceirizados. Tais empresas foram treinadas para operar nos mesmos moldes da Toyota, ou seja, perseguindo objetivos de qualidade, redução de custos e ainda seguindo cronogramas rígidos de entrega, sempre alinhados com as necessidades de fornecimento da montadora. Esse sistema de controle dos prazos de entregas, que ficou conhecido com *just in time*, tinha como objetivo assegurar que as encomendas chegassem a montadora justamente no momento em que as peças seriam utilizadas na montagem dos veículos. Isso evitava a formação de estoques por parte da montadora e, por conseguinte, eliminava os custos associados a tal armazenamento. Com a redução drástica ou mesmo a eliminação completa de estoques, a produção enxuta evitava despesas que não adicionavam valor ao produto final.

A produção enxuta ficou também conhecida como produção flexível, sendo essa denominação motivada por sua flexibilidade para produzir, em uma mesma planta, produtos diferenciados, fazendo uso apenas de ajustes mínimos, que envolviam pouca complexidade e podiam ser realizados em tempo reduzido, dadas as múltiplas capacitações da equipe envolvida. Essa capacidade se diferenciava radicalmente da rigidez do modelo de produção

em massa, que enfrentava enorme dificuldade para modificar a linha de produtos fabricados em uma dada planta, devida a excessiva especialização da mesma em determinado produto. Assim, por sua eficiência, flexibilidade, capacidade para aprimorar constantemente a qualidade, bem como pela facilidade para inovar permanentemente, a produção flexível logo provou sua superioridade frente ao modelo de produção em massa então predominante. As empresas flexíveis – ou enxutas – se tornaram mais eficientes que as concorrentes ainda amarradas ao modelo de produção em massa. Além disso, a produção enxuta conseguia entregar ao cliente um produto mais próximo a sua real necessidade já que apresentava flexibilidade para promover mudanças rápidas na produção e produto, alterando características do bem, ou mesmo introduzindo novos no mercado. Em pouco tempo, os princípios desse novo modelo de produção extrapolaram as fronteiras do Japão e chegaram aos Estados Unidos, Canadá e outros países do mundo. Ademais, da mesma forma como aconteceu com a produção em massa, no início do século XX, as bases norteadoras da produção enxuta se estenderam para muito além da indústria automobilística, atingindo todo o setor industrial, a agropecuária, os serviços, e até mesmo o setor público.

A partir dos anos 1980, a onda para se tornar enxuto e flexível logo se espalhou pelo mundo. O paradigma da produção flexível passou a nortear grande parte dos planos e projetos das organizações e da sociedade em geral, incluindo os setores público e privado. Empresas e trabalhadores precisaram aprender a funcionar de outra forma, desempenhando múltiplas funções, inclusive emprestando sua capacidade mental, além da força braçal. Em consequência, o perfil dos empregos e postos de trabalho sofreu grandes transformações, exigindo mudanças na capacitação e formação da força de trabalho. Por sua vez, as empresas passaram a definir suas estratégias focalizando na atividade principal (*core business*) do seu negócio, ou seja, aquela que apresentava maior potencial de retorno para seus investimentos. Desse posicionamento estratégico, cresceu a tendência de terceirização ou subcontratação, modificando o padrão de relacionamento entre as empresas. Por meio desses arranjos, as empresas, visando se tornarem cada vez mais enxutas, transferiam para seus fornecedores determinadas etapas do processo produtivo consideradas menos rentáveis para seus negócios.

De outro lado, os consumidores se tornaram mais exigentes, tanto em termos de qualidade, como também demandando diferenciação constante nos produtos, inovações e reduções de preço. A pressão por mais eficiência impactou organizações de todos os tipos, públicas ou privadas, e as medidas para flexibilização foram largamente adotadas visando contínuas melhorias nos processos e produtos, incluindo os serviços. Todas essas mudanças representaram uma verdadeira revolução na forma de produzir, trabalhar e consumir e até mesmo pensar e viver. De fato, essas mudanças foram além da economia, alcançando também aspectos não-econômicos da vida, tais como as famílias, os papéis de homens e mulheres, significado da identidade individual e outros elementos inerentes a vida. Por conta dessas repercussões de amplo escopo e profundidade, essa fase da evolução do mundo e da produção ficou conhecida com a Terceira Revolução Industrial ou Revolução Industrial Moderna (CHANDLER, 1990; JENSEN, 1993).

2.2.3. As novas tecnologias, a terceira revolução industrial e a era pós-industrial

Além das mudanças organizacionais que incluíam novas formas de inter-relacionamento entre as empresas, essa nova “revolução”, frequentemente aludida na literatura como a Terceira Revolução Industrial, se revestiu de fortes inovações tecnológicas. Assim, os efeitos do progresso técnico, sobretudo as tecnologias de informações e comunicações (TICs), microeletrônica, automação e outras modalidades foram largamente abraçadas por todos os setores, inicialmente pela indústria, e em seguida pelos demais setores da economia. O computador, com sua capacidade de processar informações e de executar de

forma automatizada, sem a interferência do homem, tarefas que antes somente o cérebro humano poderia executar, passou a liderar o novo cenário (SIMON, 1989 apud KUMAR, 1997). Por sua vez, a internet aproximou pessoas, empresas e instituições de todos os naipes, mercados, governos e outros entes, promovendo ganhos de agilidade, produtividade, competitividade, além de facilitar o acesso a informações, simplificar procedimentos, aumentar a transparência das instituições, empoderar indivíduos, e até mesmo fortalecer a democracia. Exemplos tais como o comércio eletrônico (*e-commerce*), governo eletrônico (*e-government*), correio eletrônico (*e-mail*), redes sociais, telefonia por IP (*Internet Protocol*), sites na internet (*web site/web page*) dão uma mostras de como o sistema global de redes de computadores interligados, a internet, passou a estar presente no dia-a-dia das pessoas no mundo contemporâneo.

A capacidade de gerar e utilizar informações acelerou as transformações e passou a nortear o desenvolvimento de toda a sociedade, alcançando do conhecimento humano ao progresso tecnológico, do mundo da produção aos comportamentos e costumes, incluindo a forma como as pessoas se comunicam e interagem. Fazendo referência a forte influência das TICs como matriz das rápidas transformações, a sociedade a ela associada recebeu a denominação de “Sociedade da Informação”. Nessa nova configuração de sociedade, Castells (1997) aponta uma mudança de eixo, que centra atenção menos na tecnologia e mais nas pessoas. De certa forma, assim entende-se que nesse quadro, o foco passou de artefatos do tipo *hard* para os do tipo *soft*; em outros termos, o núcleo da mudança estaria não nos computadores e na microeletrônica, mas nos criadores de programas, linguagens e aplicativos (*softwares*), naqueles que atuam no mundo da mídia, cultura, arte, *design* e atividades que se assentam na habilidade da criação (e não na execução).

Entretanto, em alusão a esse mesmo fenômeno de mudanças na economia e sociedade, a literatura expõe outras visões, como a proposta pelo sociólogo americano, Daniel Bell, professor da Universidade de Harvard (EUA). Bell figura como um dos mais proeminentes estudiosos a denominar essas transformações de “sociedade pós-industrial”. Esse autor diferencia a sociedade industrial, focada na produção de bens, de uma nova sociedade, a pós-industrial, associada ao cada vez mais determinante papel do conhecimento e seus impactos na inovação e na produção de riqueza. O termo pós-industrial surgiu assim em referência à crescente participação dos serviços e do “terceiro setor”, este último envolvendo os empreendimentos que não almejam objetivos de lucros e transitam fora dos segmentos empresarial e público. Ao mesmo tempo, Bell reconhece que as TICs impõem um xeque ao fatigado paradigma produtivista e assim aponta para outro, associado à visão pós-industrial, onde o imaterial e o cognitivo passam a ser as matrizes das mudanças.⁸

⁸ Há ainda outros autores, tais como Wertheim (2000), que preferem considerar a denominação de Sociedade da Informação como substituição ao conceito de “Sociedade Pós-Industrial”, este último representando um novo “paradigma técnico-econômico”, assentado nas mudanças tecnológicas, organizacionais e sociais.

2.3. A NOVA NOVIDADE: A SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL

Na verdade, a ideia de sociedade pós-industrial surgiu nas décadas de 1960 e 1970, quando diversos autores, entre esses Daniel Bell e Alain Touraine, chamaram a atenção para uma descontinuidade do modo de funcionamento da economia e sociedade, indicando naquela feita que estaria surgindo uma nova era, carregada de mudanças econômicas, sociais, políticas e até de outros aspectos da civilização (KUMAR,1997). Não surpreendente que as primeiras obras interpretativas dessa nova sociedade se transformaram em *best-sellers*, cabendo aqui destacar algumas: *A Era da Descontinuidade* (1969), de Peter Drucker, *O Choque do Futuro* (1970), de Alvin Toffler, podendo-se citar ainda *O Novo Estado Industrial* (1967), de John Kenneth Galbraith.

Desde o princípio de sua discussão sobre o tema, Bell (1973) advertia que o conhecimento teórico constituía a principal fonte de valor e riqueza, assumindo a função de matriz do crescimento da nova sociedade (KUMAR,1997). Na mesma linha, Touraine, autor de “A Sociedade Pós-Industrial” (1969), alerta que essa sociedade pós-industrial veio à tona quando a acumulação do conhecimento se tornou o principal eixo do progresso, se distinguindo assim da sociedade industrial, que se fundava na organização do trabalho como cerne da acumulação. Segundo esse último autor, essa emergente sociedade valorizava, desde então, sobretudo os bens simbólicos por ela produzidos, portando relegando a um segundo plano a utilização dos fatores de produção, como era o caso da sociedade industrial. Outras distinções da sociedade pós-industrial logo ficaram claras, como se explica a seguir.

2.3.1. Características da sociedade pós-industrial

A sociedade pós-industrial se distingue das demais em vários aspectos. Em primeiro lugar, e como já dito acima, pelo tipo de produto. Enquanto na sociedade industrial, a produção se concentra em bens materiais oriundos de grande escala, na sociedade pós-industrial, o interesse recai sobre bens imateriais, tais como serviço, informação, estética, e os relacionados à cultura e entretenimento. Na sociedade pós-industrial, aspectos intangíveis adquirem importância econômica e incorporam valor que quase sempre supera os níveis alcançados pelos equivalentes tangíveis da esfera industrial.

Uma segunda diferença se origina no tipo de trabalho exigido. Pela sua própria essência, sendo assentada no conhecimento, a sociedade pós-industrial passou a demandar um tipo de trabalho de natureza imaterial, o que a impele a buscar um trabalhador intelectual criativo, que não tem amarras ao espaço, nem tampouco depende do ritmo das máquinas. Essa condição contrasta com a sociedade industrial, que demandava um trabalhador apto a operar máquinas, com conhecimento específico e disciplina para se adaptar a rotina do chão de fábrica, em termos de espaço e tempo (KEIL, 2007).

A terceira distinção também apontada pela autora supracitada envolve as relações de poder, pois a passagem da sociedade industrial para a pós-industrial implicou no movimento de transferência do poder dos proprietários dos meios de produção de bens materiais (a indústria) para os detentores dos meios de produção imateriais. Dessa forma, o protagonismo do processo de produção passou do capitalista empresarial para o detentor de capital intelectual (profissional criativo). Sobre esse particular aspecto, cabe associar esse sistema, como procede a autora, ao capitalismo cognitivo. Este campo envolve questões de natureza intelectual, estética e emocional e outras que alargam a racionalidade convencional para a pluralidade, mas ainda permitindo a desestruturação do tempo e do espaço como explicado acima.

2.3.2. As origens da sociedade pós-industrial

As raízes para o surgimento dessa nova sociedade podem ser encontradas bem antes das últimas quatro décadas do século passado. Os primeiros sinais para a mesma ocorreram em meio a um ambiente de euforia e dinamismo econômico, que predominava no mundo do pós-guerra, incluindo tanto os governados por regimes capitalistas como por socialistas. O período pós-guerra desfrutou de taxas de crescimento elevadas e condições próximas ao pleno emprego. Esses resultados foram, principalmente, frutos de crescimento da produtividade geral das economias, que beneficiou todos os setores de atividade das maiores potências econômicas do mundo (KUMAR, 1997). Na indústria, esses ganhos se originaram principalmente do maior uso da automação das plantas e outras mudanças tecnológicas recém-adotadas. Na agricultura, os ganhos de produtividade foram produzidos pela chamada “Revolução Verde” e seu pacote tecnológico, incluindo modernas máquinas agrícolas, herbicidas e pesticidas, fertilizantes, sistemas de irrigação e uso de novas variedades agrícolas mais produtivas (PINGALI, 2012). No setor de serviços, os saltos de produtividade resultaram da melhoria dos transportes, construção de autoestradas e armazéns de distribuição, disseminação do uso de containers metálicos padronizados para transporte de mercadorias, uso mais eficiente de sistemas intermodais, e o desenvolvimento de esquemas logísticos que proporcionaram mais segurança, agilidade e eficiência na movimentação de cargas.

Em parte, por esses avanços, o comércio internacional experimentou saltos significativos, especialmente nos setores automobilístico e eletrônico. Ademais, os governos de então, inspirados por políticas keynesianas, aumentaram seus gastos em infraestrutura e despesas militares, esses últimos também alimentados pela ideia da “paz armada” ou “guerra fria” predominante na época. Na economia como um todo, o período contou com maior oferta de capital, baixas taxas de juro, baixo custo da dívida dos governos, tudo isso contribuindo para uma vantajosa estabilidade financeira dos países. Essa fase, que ficou conhecida como a “época de ouro do capitalismo”, surgiu no pós-guerra e se estendeu até o início da década de 1970, quando ocorreram eventos adversos, tais como a crise do petróleo e a quebra do sistema de Bretton Woods.⁹

⁹ O Acordo de Bretton Woods foi fruto do esforço de reorganização das economias dos países aliados, após a 2ª. Guerra Mundial. Liderado pelos Estados Unidos, o acordo foi promovido pelas Nações Unidas (Conferência Monetária e Financeira, Julho de 1944) e visava a estabilização do sistema monetário e cambial, criação de condições para o livre comércio e promoção do crescimento econômico. Por força desse acordo, assinado por 29 países, em Dezembro de 1945, as moedas ficaram atreladas ao ouro (taxas de câmbio fixas), sendo o dólar americano estabelecido como moeda reserva internacional, também atrelada ao ouro. Durante mais de vinte anos do período pós-guerra, os Estados Unidos, fortalecidos por sua supremacia industrial, financeira e militar, afiançaram os compromissos estabelecidos no acordo. Nesse período, o Japão e países da Europa se beneficiaram de investimentos, obras e outras melhorias, que possibilitaram a construção e recuperação de indústrias, infraestrutura e expansão de suas economias. Em 1971, em razão da sobrevalorização do dólar americano, esse sistema foi suspenso por solicitação do Presidente americano, Richard Nixon, sendo oficialmente extinto em 1973, ficando desde então, os países liberados para alternativas de sistemas de câmbio, com exceção do padrão ouro.

Ainda como resultado do acordo, foram criadas duas instituições: o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial (Banco Internacional para a Reconstrução e Desenvolvimento-BIRD). Ao FMI caberia promover a expansão e equilíbrio do comércio internacional, estabilidade do câmbio e criação de um sistema internacional de pagamentos. Ao Banco Mundial foi atribuída, originalmente, a missão de recuperar a infraestrutura dos países devastados pela 2ª. Guerra Mundial. Nos dias atuais, o Banco tem voltado seus esforços para o desenvolvimento e redução da pobreza nos países em desenvolvimento e em transição (Leste Europeu).

O Acordo de Bretton Woods incorporou o nome do local onde o mesmo foi assinado, uma área da cidade de Carroll, estado de New Hampshire, Estados Unidos. Uma das principais atrações da região reside no Monte Washington, cuja elevação se aproxima de 2.000 m, a maior em todo o Nordeste do país. Sobre esse acordo, ver:

Voltando para a discussão sobre a sociedade pós-industrial, cabe destacar que embora essa concepção parecesse tentadora, enquanto apontava para uma visível transição da era industrial para uma forma de vida mais moderna, esta nova configuração da sociedade, contudo, não foi recebida com consenso pelos estudiosos do tema. Com efeito, a partir da década de 1970, como lembra Kumar (1997), o forte otimismo sobre a economia começou a ruir e dúvidas sobre a capacidade do motor industrial sustentar o crescimento contínuo, acabaram por estimular revisões e novas interpretações para a o pós-industrialismo. O pensamento pessimista se alimentava das disputas relacionadas à distribuição, e repercutia o aumento da descrença quanto às possibilidades do industrialismo entregar compensações proporcionais ao crescimento. Em meio a essas inquietações, tomou corpo a percepção de que havia se instalado uma crise mundial, trazendo desconfiças e incertezas.

Assim, as décadas de 1960 e 1970 testemunharam um acalorado debate em torno dessa concepção de pós-industrialismo e seu potencial para alicerçar o progresso. Surgiram então algumas variações dessa visão, todas sustentando que a era industrial e o tipo de sociedade correlata, que vigoraram no passado, encontravam-se em processo de extinção. Kumar (1997) pondera que tais críticas vinham tanto de grupos de direita como de esquerda, todos em geral inclinados a um pensamento menos entusiasta em comparação às formulações anteriores ao pós-industrialismo. Dessa forma, enquanto os grupos de esquerda questionavam aspectos distributivos e as dificuldades para manter o crescimento, os grupos conservadores reclamavam por reforços para as medidas em favor da iniciativa individual e do liberalismo econômico, ao mesmo tempo em que criticavam a intervenção do Estado na economia, com base em métodos de planejamento e outros instrumentos propostos pelo receituário keynesiano. Nesse clima, três principais correntes apresentaram suas próprias formulações para a visão do pós-industrialismo, que assim recebeu novas interpretações.

Uma das principais correntes de pensamento defendia a ideia de uma nova era e sociedade dominadas pela informação, argumentando a crescente influência desse elemento sobre a nova sociedade, sua forma de produção e modo de funcionamento. Os adeptos dessa corrente fundamentavam que não era então nascente, i.e., a sociedade da informação, o acesso, processamento e disseminação da informação desempenhavam papéis determinantes nas possibilidades de dinamismo econômico. Kumar (1977) destaca que coube ao autor Daniel Bell assumir novamente a proa dessa corrente, o qual tratou da então transformação da sociedade como sendo, de fato, revolucionária. Já tendo alertado antes sobre a importância do conhecimento teórico como primordial para a nova sociedade, Bell passou a reforçar o papel da informação para o desenvolvimento. O referido autor explica ter sido a combinação do computador e das telecomunicações que, de fato, viabilizou a sociedade da informação, permitindo não apenas o processamento da informação, mas também a disseminação da mesma. Nessa mesma linha, complementa Naisbitt (1984), que o progresso da comunicação por satélite, meios de comunicação, fibra ótica e microcomputadores possibilitaram mais precisão à informação, assegurando a essa não apenas mais quantidade, como também mais qualidade. Os autores deixam claro que a informação passou a exercer decisiva influência em todos os aspectos da sociedade. Ainda segundo Kumar (1997), na sua essência, a sociedade da informação encontra lastro no Iluminismo, ao associar o conhecimento à eficiência, ao progresso e à liberdade. Nesse sentido, essa interpretação contempla o pensamento liberal.

Já os pensadores mais à esquerda, em especial os marxistas, reagiram ativamente à ideia de sociedade pós-industrial, argumentando principalmente que as mudanças então observadas encarnavam o colapso da sociedade burguesa (ROSS, 1974 apud KUMAR 1997). Porém, mantendo o foco de análise sobre o desenvolvimento capitalista, esse grupo prefere

tratar tais mudanças como o advento da sociedade pós-fordista. Assim, a corrente do pós-fordismo discute a transição entre o período áureo do desenvolvimento capitalista do pós-guerra e o período de três a cinco décadas seguintes, sob condições inteiramente diferentes, segundo os pontos de vista econômico, social e político. Ao mesmo tempo, os alinhados ao marxismo criticam essa periodização da história do capitalismo, sob o argumento de que a natureza do processo histórico se pauta pela dialética e evolucionismo (AMIN, 1994), negando assim a existência de pontos de inflexão claros e, ao contrário, acomodando a ideia de uma transição que contemplava tanto a continuidade como a mudança. Esse mesmo autor, citando Hall (1988) lembra ainda que o pós-fordismo também abraça transformações sociais e culturais, incluindo mais pluralismo e fragmentação, construção de novas identidades fundadas na flexibilidade do trabalho e mais possibilidades para escolhas individuais através do consumo pessoal.

Outra corrente de pensamento sobre a teoria do pós-industrialismo contesta o enfoque reducionista do termo, interpretando que, diferentemente do que o termo indicava, as mudanças em curso eram de amplo escopo, não se restringindo à indústria, assim incluindo questões culturais, políticas e econômicas, todas com forças comparáveis. Segundo essa corrente, não havia razão para atribuir primazia à questão econômica. Escapando de se prender desproporcionalmente ao tema relacionado à produção, e assumindo seu caráter mais eclético, essa corrente se intitula de pós-moderna. Na seção que se segue, discorre-se sobre essa visão enquanto corrente de pensamento, com o intuito de conectá-la com o interesse principal desse trabalho, o qual explora os atributos locais para promover o desenvolvimento.

2.4. PÓS-MODERNISMO

Embora sem uma periodização muito clara para sua emergência, o pós-modernismo surgiu entre as décadas de 1950 e 1960 do século passado.¹⁰ A motivação para esse conceito tem raízes na amalgama da cultura mais apurada tecnicamente (‘alta cultura’), de elevado valor estético, com a cultura popular, mais identificada com os traços de um grupo social ou região. Assim, o pós-modernismo foi uma reação contra a centralidade que o Modernismo experimentava na época. Fundado na crítica à restrição que o Modernismo impunha à cultura popular e contra a pretensão desse de representar a alta cultura capitalista, o pós-modernismo, ou a “nova sensibilidade”, como a este se refere Sontag (1996, apud BONICCI, 1999) encarna a oposição à hegemonia do Modernismo.

Desde o início, o pós-modernismo se manifestou como associado a mudanças culturais. Hutcheon (2002) explica que esse movimento empreendeu uma tentativa de “desnaturalizar” aspectos essenciais da vida, alertando que alguns elementos considerados ‘naturais’, tais como o capitalismo, o patriarcado e o humanismo liberal, seriam, de fato, manifestações culturais, ou seja, criadas pela sociedade e não pré-existentes.¹¹ A autora lembra que essa interpretação deriva, em parte, do fato do pós-modernismo ter se manifestado inicialmente na arquitetura, através de uma combinação em bases equivalentes de elementos oriundos da autorreflexão, tal como a arte e elementos inerentes a realidade, como a história. Nessa perspectiva, o pós-modernismo, no seu nascedouro, foi abraçado também por outros campos que compartilham dessa abordagem justaposta, tais como literatura, fotografia, pintura, cinema, dança e música.

Na visão pós-moderna, cultura e sociedade se mostram indissociadas, e os meios de comunicação têm papel preponderante nas relações sociais. Como poderosa usina produtora de representações, a mídia fabrica imagens que recriam a realidade e tais criações passam a ser absorvidas pelo público como sendo a própria realidade. Como proposto por Harvey (1989), na medida que apontam para um estilo, comportamento, estética, as imagens, mesmo não representando a essência, o real, mas sim o periférico, se tornam senhores da narrativa. Nessa orientação, a mídia dirige a sociedade e pauta sua compreensão sobre a realidade.¹²

Jean François Lyotard, um dos mais influentes filósofos contemporâneos, se debruçou sobre temas como cultura, comunicação e relações humanas, ética e política, tendo precocemente trabalhado uma concepção de pós-modernidade, estudo que se tornou uma das principais referências sobre o tema.¹³ Como sugere o próprio título de sua obra mais influente, “A Condição Pós-Moderna” (1979), Lyotard (1984) explica que a pós-modernidade não equivale a um estado permanente, mas a uma condição da cultura alcançada pela vivência a partir de mudanças proporcionadas pela ciência, arte e literatura desde o século XIX.

Admitindo que o saber tem nascentes tanto na base científica como na narrativa, o autor critica a visão totalizante que se pretende universal, advogando pela diferença e pluralidade, e a superioridade da heterogeneidade em relação a homogeneidade (BONNICCI, 1999). Contextualizando sua discussão no mundo das artes e focalizando na estética e na política, Lyotard (1993), afirma que o pós-modernismo equivale a um estado de espírito,

¹⁰ Bonnici (1999), citando Hawkes (1996), aponta que o uso do termo “pós-modernismo” aparece já na década de 1870 e seus princípios básicos tem raízes em Friedrich Nietzsche, filósofo alemão do século XIX.

¹¹ Segundo essa autora, as produções pós-modernas no campo da cultura encontraram mais eco na arquitetura, mas também foram adotadas pela literatura, fotografia, pintura e outras artes.

¹² Sobre essa discussão, ver Bonnici (1999).

¹³ Conforme adverte Anderson (1998, apud NASCIMENTO, 2011), Lyotard reproduz o termo – pós-moderno – que já havia sido adotado na crítica literária, arquitetura e sociologia americana, desde a década de 30, quando então a noção de pós-modernidade exprime uma reação ao modernismo, especialmente o de origem europeia. (NASCIMENTO, 2011).

como pensamento, representando uma mudança em relação ao sentido. Na sua visão, enquanto o moderno se constrói no desprendimento do real, o pós-moderno parte da recusa de aceitar o belo como consenso e aposta em experimentações novas para valorizar o imprescindível, que vai além da verdade, e busca valores como eficiência, justiça, felicidade, além da beleza. Acrescenta esse autor que o pós-modernismo não significa o fim do Modernismo, mas faz parte do mesmo. Nessa compreensão, o pós-modernismo seria uma forma nascente, e um “estado de constante”. Ao mesmo tempo, o citado autor pondera que o pós-moderno se contrapõe ao moderno, este associado à percepção da ausência de valor de diversas atividades.

Lyotard (1984) vinculou a condição do saber nas sociedades mais desenvolvidas, onde o progresso se alicerçava no desenvolvimento tecnológico associado às produções científicas e artísticas, em apogeu desde o pós-guerra, aos traços culturais dessa sociedade. Para esse autor, o conhecimento, incluindo sua produção, transmissão e armazenamento, guarda fortes conexões com experiências culturais, formação da identidade e relações entre os membros de uma sociedade.¹⁴ O autor retromencionado identifica nos países capitalistas líderes manifestações de fortes mudanças sociais e políticas nas linguagens da comunicação, as quais viriam a influenciar diretamente na produção.

Entretanto, a noção da pós-modernidade alcança outras esferas que não apenas literatura e artes. No campo das ciências sociais, a pós-modernidade é enxergada também como uma nova forma de expressão da cultura que emerge no rastro do capitalismo avançado, esse último entendido como a fase mais recente desse sistema. Dessa forma, por volta do início da década de 1960, o capitalismo avançado passou a estender seus braços para o mundo da cultura, transformando as diversas formas de manifestação cultural em mercadorias e, como tal, integradas à produção com fins econômicos. Em referência a esse fato, Harvey, (1989 *apud* JAMESON, 1992) alerta sobre o excesso de pressão por novidades conduzida pelo capitalismo em sua obstinação por expandir cada vez mais a produção de mercadorias, bem como o tamanho e diversidade dos mercados. Nessa corrida, estratégias como inovação e produções estéticas são acionadas quase que sem limites.

Outros autores discutem a clivagem entre a modernidade e a pós-modernidade, ou mesmo o aparente sombreamento de uma visão a outra. Bauman (1992) anuncia que a pós-modernidade corresponde à modernidade mais evoluída, inclusive admitindo as limitações da primeira. Nessa mesma linha, Kumar (1997) chega a definir a pós-modernidade como um estado permanente de reflexão. Maffesoli (2011) infere que a pós-modernidade representa uma sinergia do moderno e o tradicional, como uma síntese em que os elementos do moderno se redefinem e passam a se compor com outros frutos da nova era. Interessante que esse autor privilegia questões relacionadas às características locais, tais como os atributos típicos de um lugar. Segundo o mesmo, no mundo pós-moderno, o foco passou a ser a localidade e os grupos (“neotribos”) que dão preferência a esses espaços. O autor denominou essa postura de localismo, apontando para a valorização do sentimento de pertencimento a um local que comunga língua, costumes, hábitos alimentares, saberes, comportamentos e afetos.¹⁵

Baudrillard (1975) enfatiza que o ponto central do pós-modernismo se encontra na negação da certeza e a destruição da “metanarrativa” (a narrativa dentro da narrativa) da verdade. Segundo esse autor, a sociedade atual alinha a vida econômica e a produção com a ideologia e a cultura, ao ponto de que produtos culturais, tais como imagens, representações, emoções e modelos mentais permeiam a vida econômica. Na visão desse autor, o pós-modernismo vai além da cultura do sinal, e se identifica com a cultura do simulacro, esse

¹⁴ Nascimento [online] apresenta uma interessante sumula da citada obra de Lyotard.

¹⁵ Esse termo será abordado novamente no capítulo seguinte, que trata da origem e significados do conceito de paisagem.

definido como a reprodução, feita a partir de modelos, de algo que não é real, assim correspondendo ao hiper-real. Na ótica do hiper-realismo, é bem possível que o simulacro seja percebido como mais real do que a realidade autêntica, como no caso, citado por Bonnici (1999), em que o público se comunica com personagens vividos pelos atores de produções de televisão, cinema ou teatro, e não com os atores propriamente ditos.

Além de estabelecer a centralidade da cultura na pós-modernidade, importa também discorrer sobre como o pós-modernismo visualiza o papel a ser cumprido pelos intelectuais, a sociedade, a produção e o consumo, bem como o próprio Estado. Quanto aos intelectuais, Bauman (1992)¹⁶ adverte que nessa nova visão, a pós-moderna, não caberia mais a eles impor à sociedade as normas e modelos incondicionais sobre a razão e a verdade. Outrossim, continua o referido autor, o papel dos pensadores se reduziria a condição de interpretes e mediadores de costumes e culturas, deixando assim a sociedade livre para construir seu próprio futuro, amparada pela postura irrequieta e questionadora, e agindo sem as correntes da racionalidade, imposta por intelectuais.

Assim, na interpretação da pós-modernidade, a sociedade encara uma transição entre referências associadas ao universalismo e à centralização, sendo esses consentâneos com o modernismo, para se alinhar com outras de matizes distintas, também capazes de impulsionar o desenvolvimento. De um lado, a referência à produção transita da forma padronizada e em alta escala, de tendência concentradora em termos espaciais e econômicos, para outra referência de base local. Dessa forma, a pós-modernidade vem encontrar vantagens nas particularidades ou diversidades, aí incluindo os saberes, inter-relações próprias, cultura e outros atributos locais. Sendo assim, não apenas a produção, mas também os hábitos de consumo passaram a incorporar o gosto pelas origens particulares.

Nessa interpretação, as concepções imaginativas e subjetivas apresentam potencial para orientar estratégias de desenvolvimento. Como lembra Froehlich (2011), questões como as demandas ecológicas e ambientais contemporâneas, a frustração gerada pelos correntes excessos da urbanização e consequentes impactos na deterioração da qualidade de vida tem fomentado o desejo por espaços maiores e paisagens naturais, que possuem a propriedade de remeter à sensação de satisfação e bem estar. Tais posturas e preferências sugerem que localidades com esses atributos podem deles fazer uso na construção das estratégias de desenvolvimento. Em realidade, repousa essencialmente nesse olhar a reflexão apresentada mais a frente, que tem foco na paisagem associada aos ambientes de montanhas e o potencial das propriedades inerentes à mesma para ancorar processos de desenvolvimento sustentável apoiadas na sua valorização a partir de seus aspectos naturais, produtivos, culturais e sociais.

De outro lado, na pós-modernidade, a visão de Estado evoluiu de um enfoque centralizado, intervencionista, planificador e tido como responsável pelo bem-estar da sociedade, para uma visão menos dominante e menos centralizadora. Com efeito, o Estado pós-moderno se mostra mais aberto e tolerante para questões culturais, políticas e econômicas, o que denota sua maior afinidade com a democracia, pluralidade e individualismo, na medida em que se afasta do universalismo para então acomodar as particularidades. Ademais, no Estado pós-moderno, a sociedade civil encontra mais espaço para influenciar governos (BUZAN et al, 1996), o que denota sua abertura para uma mais ativa participação da sociedade.

Cabe esclarecer ainda que, ao tempo em que destoa do modernismo, que favorecia as referências padronizadas, nacionais ou universais, de enfoque cosmopolita, o pós-modernismo valoriza o local e as diferenças, mas assim o faz, de forma plural e eclética, ou seja, combinando referências que aparentam ser conflitantes. Isto é, ao invés de refutar completamente os valores do modernismo, o pós-modernismo apresenta uma perspectiva

¹⁶ Citado por Kumar (1997).

agregadora e complementar a esses, assim trazendo elementos novos para sua visão, sem contudo reprovar ou negar aqueles até então predominantes. A propósito, Santos (1988) explica que a corrente pós-moderna não se coloca como opositiva, e sim compositiva, se assentando assim no ecletismo e pluralismo.

Acrescenta-se, porém, que a corrente da pós-modernidade tem também seus críticos, entre esses, Fredric Jameson e Scott Lash, citados por Kumar (1997). Esses autores, embora incorrendo em certa ambiguidade, negam a existência de uma sociedade pós-moderna, mas ao mesmo tempo, admitem a cultura pós-moderna, e ao assim fazê-lo, consideram a mesma como manifestação do capitalismo tardio (JAMESON 1992 apud KUMAR, 1997). De toda a forma, ainda assim, tais autores reconhecem que a cultura exerce decisivo impacto na economia e na sociedade, indicando que essa condição sinaliza que estaríamos em uma nova fase da história do capitalismo, desta feita, associado às grandes corporações multinacionais, e não mais ao capitalismo monopolista dominante no modernismo. O fato é que mesmo os opositores do pós-moderno atribuem à cultura um novo e influente papel no mundo. Esse ponto vem ao encontro dos fundamentos dessa tese, na medida em que esta argumenta ter a paisagem do ambiente de montanha elementos próprios que possibilitam processos de agregação de valor aos seus produtos.¹⁷

Em face do até aqui exposto, fica então claro que, na perspectiva da pós-modernidade, a cultura desempenha papel central na economia e na sociedade. Nessa condição, a produção cultural sai da posição de acessória da atividade econômica e galga *o status* de legítimo produtor de valor, capaz de gerar empregos, investimentos e negócios, assim conferindo lastro à economia e influenciando a organização produtiva da sociedade. De fato, como atestou Kumar (1997), cada vez mais pessoas participam, produzem, trabalham e consomem cultura.¹⁸ Através da criação de um cenário dominado por imagens, a cultura alimenta a pós-modernidade, tornando-a evidente e presente em todos os espaços reais e virtuais. Em acréscimo, no espaço virtual, a internet vem facilitar e dar agilidade e mais interatividade às novas formas de comunicação, introduzindo linguagem própria, sobrecarregando com imagens e estimulando emoções dos que participam desse espaço. Como demonstra a emergência da cultura na vida econômica, social e política, a pós-modernidade, portanto, existe, na medida em que ela aparece de todos os lados.

A par da discussão sobre a pós-modernidade e como esta percebe a cultura e os atributos locais na valorização de seus aspectos tangíveis e intangíveis, associando-os ao desenvolvimento local, outro debate tem tomado forma no campo de estudo da Economia, desta feita tratando das mudanças de enfoque e das novas formas de gerar riqueza, além das convencionais, e assim apontando para uma nova área de interesse acadêmico denominado de “Nova Economia”. Embora ainda não se tenha uma definição precisa quanto ao escopo dessa área de estudo, as visões sobre a mesma foram inicialmente formuladas destacando o papel das TICs, favorecendo melhorias na economia e proporcionando transformações nas formas de operação da sociedade. Posteriormente, a Nova Economia seria associada também a mudanças nas formas de fazer negócios, novos tipos de bens e serviços, incluindo a valorização de intangíveis, tais como os ativos locais. No que se segue, apresenta-se uma breve descrição sobre o surgimento e evolução da Nova Economia e como essa visão oferece amparo para o tema do estudo aqui apresentado.

¹⁷ Argumentos sobre esse ponto serão apresentados, em maior detalhe, nos capítulos 2 e 4.

¹⁸ Estimativas do Banco Mundial apontam que, em 2008, a cadeia produtiva da cultura contribui com 7% do PIB mundial. No Brasil, estimativa da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN), usando dados de 2016, indica que a cadeia de setores criativos participa com cerca de 2,64% do Produto Interno Bruto (PIB) Nacional, sendo sua produção calculada em R\$ 155,6 bilhões, e tendo alcançado crescimento de 70% nos últimos 10 anos. A cadeia representa ainda 3,5% das exportações do país.

2.5. A NOVA ECONOMIA

As primeiras menções sobre a emergência da Nova Economia surgiram por volta do final dos anos 1990, nos Estados Unidos, com os sinais de que as TICs estaria impulsionando ganhos de produtividade e crescimento não inflacionário.¹⁹ Ao que tudo indica, a construção desse campo, ou mesmo o estabelecimento de sua denominação, veio de múltiplas fontes, tanto de vertentes pragmáticas como acadêmicas. No início, como aponta Gadrey (2003), as menções sobre a Nova Economia vieram de jornalistas da área econômica, líderes políticos e *policy-makers*, e não acadêmicos das áreas de Economia, Sociologia e Administração com origem nos Estados Unidos, entre as quais incluem-se pronunciamentos do ex-presidente americano, Bill Clinton, enfatizando o potencial da Internet para expandir as economias nacionais, inclusive dos países mais pobres, assim como do então presidente do Banco Central Americano (*Federal Reserve-FED*), Alan Greenspan, atribuindo os avanços na produtividade, bem como o crescimento não-inflacionário dos últimos anos da década de 1990 às TICs.

A partir do ano 2000, discussão semelhante surgiu na Europa em meio ao *summit* dos Chefes de Estado da União Europeia, ocorrido em Lisboa, quando o tema “*e-Europe*”, relacionado a melhorias nos serviços de Internet, *e-commerce*, moeda e serviços financeiros digitais e outros assemelhados, predominou sobre os demais relacionados a questões tratando de convergência, desemprego e pobreza (GADREY, 2003). Nesse circuito, se propagava que a Nova Economia estava associada a questões como a globalização dos mercados e a Internet.

Outras vezes se somaram aos arautos acima referidos, também dando conta da emergência de uma nova vertente da Economia, mais sintonizada com as transformações contemporâneas quanto à produção e a formação de valor. Oriundo do meio editorial, Kelly (1999), ao analisar as então recentes mudanças na economia e o papel da tecnologia nas mesmas, atribuiu esse fenômeno à Nova Economia, tendo argumentado estar essa assentada em três pilares: abrangência global, aproveitamento de aspectos intangíveis (ex: ideias, informação e relacionamentos) e operação em um mundo fortemente interconectado. O citado autor explica que a articulação desses três pilares estava provocando significativas mudanças no mercado e na sociedade, enquanto chama a atenção para o papel fundamental das comunicações nesse contexto. Por suas conexões com a cultura, identidades individuais e a humanidade em geral, as comunicações exercem grande impacto na organização da economia e no modo de vida das sociedades. Assim, as enormes transformações ocorridas desde o final do último século nas formas de comunicações, com o advento da internet e as redes globais de comunicações, produziram impactos que transbordam essa indústria, alcançando e alterando profundamente o estilo de vida dos indivíduos.

No meio acadêmico, um grupo de autores se referiu ao tema, inicialmente atribuindo à Nova Economia um campo mais restrito, ligado à tecnologia da informação, mas não deixando de, posteriormente, alargar tais fronteiras para incluir outros elementos igualmente nucleadores desse novo campo. Identificado com o grupo que percebeu impacto mais restrito das TICs sobre a economia, Gordon (2000), estudando as causas do aumento de produtividade da economia americana, desde o século XIX, associa a Nova Economia à aceleração da taxa de mudança tecnológica, a partir de 1995, com o advento da internet. Segundo o autor, a Nova Economia seria a fonte dos fortes ganhos de produtividade no setor de manufaturados duráveis daquele país. Ainda nesse grupo, Abramovitz e David (2001) argumentaram em linha semelhante sobre as mudanças recentes na economia americana, acrescentando que além

¹⁹ Apesar do termo “Nova Economia” apontar para um fenômeno contemporâneo, HELPLER (2006) lembra que esse termo já havia sido invocado no final dos anos 1980, naquela feita em referência ao aspecto competitivo e imprevisível da atividade econômica da época, devido ao mais intenso uso de tecnologia, mercados flutuantes e ciclos de produto encurtados.

dos ganhos de produtividade, aumento do PIB, queda no desemprego e baixa inflação, a Nova Economia estaria por trás da expansão de negócios associados à tecnologia, especialmente de informação e comunicações, e também à valorização de empresas vinculadas a esse segmento. Outro membro desse grupo, Liedtka (2002) reforça os impactos da tecnologia na economia e na sociedade como um todo, inclusive sobre as comunicações e sobre o maior papel do conhecimento nas transformações recentes, acrescentando ainda que a globalização atua como facilitadora desse novo campo da economia.

Um segundo grupo de autores se destaca por, além de vincular a Nova Economia aos temas já apontados acima, associar a mesma a fatores distintos, assim apontando para uma compreensão mais ampla sobre o campo. Dessa forma, Castells (2009; HEPLER, 2006), além de considerar a Nova Economia associada ao mundo das informações, pondera que esta se pauta por processos globais de produção, consumo e circulação de bens, sendo também fortemente influenciada por redes (*networks*) de relacionamento. A partir de pesquisas realizadas em diferentes países²⁰, Castells apresenta a visão de uma sociedade de informações, onde a Internet e a “Nova Economia” teriam papel determinante na condução de processos de desenvolvimento social e econômico. Na formulação do autor, as redes são constituídas por uma malha de nós que se conectam, sendo um nó individual formado por um ponto de conexão de uma curva com si própria. O autor cita o exemplo prático do tráfico de drogas como uma rede composta de diversos nós, que seriam os campos de plantação de coca, os laboratórios clandestinos, as pistas de pouso de avião, os traficantes e o sistema de lavagem de dinheiro, além de outros elementos integrantes da estrutura do negócio ilícito de drogas que permeia as economias, Estado e sociedade. Outro exemplo apresentado pelo estudioso situa-se no mundo das comunicações, onde os mesmos nós seriam formados por sistemas de televisão, cinema, computação gráfica, sistemas móveis de geração, transmissão e recepção de sinais, dados e imagens, integrantes da rede global de informações e comunicações. Assim, para esse autor, as redes (*networks*) constituem uma nova morfologia social, que impacta profundamente o funcionamento da sociedade, incluindo os processos de produção, as experiências pessoais, as estruturas e distribuição de poder, bem como a cultura. Nesse contexto, o autor depreende que a tecnologia da informação potencializa a influência das redes em todas as camadas da sociedade, na medida em que facilita sua ampla penetração na estrutura social.

Castells (2000a e 2009) percebe na Nova Economia um conjunto de três características. A primeira delas corresponde ao aspecto informacional, já que as informações e o conhecimento passam a ter papel determinante para alavancar incrementos de produtividade e competitividade. A segunda aponta para sua abrangência global, já que a base da economia (produção, consumo e circulação) se assenta em sistemas globais. A terceira característica remete as redes, já que avanços de produtividade e competitividade passam a depender cada vez mais de conexões globais.

Crucial para a análise de Castells (2000b) no tocante ao trabalho aqui apresentado, constitui a visão desse autor sobre a influência das identidades coletivas na sociedade pós-moderna. As ditas identidades são fundadas sobre afinidades de razões étnicas (vínculos primários), religiosas (sentimento de fé e crença em Deus), nacionalistas (desejo de afirmação da identidade) e territoriais (associadas a um sentimento de pertencimento a um território).²¹ Definindo identidade coletiva como a matriz de significados e experiências de um povo, o

²⁰ Incluindo os EUA e outros da América Latina, Ásia e Europa.

²¹ As identidades, segundo Castells (2000b) resultam de uma construção social e se manifestam em três formas: i) “legitimadora”, quando é estabelecida por instituições dominantes; ii) “de resistência”, introduzida por atores que lutam contra formas de dominação, como por exemplo os movimentos feminista e ambientalista; e iii) “de projeto”, a que deve ser conquistada, e deriva de processos em que atores sociais se organizam para mudar a estrutura da sociedade e o Estado.

autor sugere que tais identidades se apresentam como contraponto ao Estado-nação e até mesmo à ideia de democracia política. Isto porque as formas de controle social e de representatividade política tradicional, forjadas na era industrial, não mais se mostravam válidas, dada a influência dos fluxos de informações.²²

Seguidos autores avançaram em tentativas de ampliar o escopo da Nova Economia, inclusive referindo-a não apenas às TICs, mas também relacionando-a com outros elementos intangíveis como, por exemplo, a confiança. Nesse sentido, Webber (1993) explica que a questão da Nova Economia não se trata apenas de novas tecnologias por si só, mas a forma como as pessoas delas tiram proveito. O argumento é que as novas tecnologias cumprem o papel de levar conhecimento às pessoas, mas são os trabalhadores do conhecimento e suas organizações os que, de fato, detêm esse conhecimento. Caberia então, à habilidade dos gestores de pessoas das organizações criar um ambiente que facilite aos trabalhadores do conhecimento aprenderem continuamente e, em assim procedendo, aproveitar as mais diversas fontes de aprendizado, incluindo a da sua experiência pessoal, aquela vivida por seus colegas de trabalho, por clientes, por fornecedores, por parceiros e mesmo por concorrentes.

O papel do gestor consistiria então em reduzir os medos e estimular a confiança entre os pares, de modo a favorecer conversas francas sobre o trabalho, os desafios nele envolvidos e possíveis soluções. Em suma, caberia ao gestor criar um ambiente que acolha tentativas e novas experiências em busca de resultados desejados. Tudo isso, acrescenta ainda Webber (Op. cit., pg 25), torna a autenticidade, a integridade e a identidade dos indivíduos, ativos essenciais para o sucesso da gestão e da organização. Conclui esse estudioso, que referidos atributos, nada mais seriam do que tradicionais virtudes humanas e a essência da verdade, ou seja, elementos já conhecidos desde há muito tempo, não correspondendo assim a propalada “novidade” atribuída a “Nova Economia”. Nesse contexto, Webber aponta a existência de um possível paradoxo na Nova Economia, já que essa, aparentemente, não traria algo genuinamente novo. Entretanto, tal questionamento não nega o reconhecimento que o autor faz das mudanças necessárias às organizações e pessoas em busca da competitividade exigida no mundo atual, onde elementos como parceria, comunicação franca, abertura para compartilhamento de emoções e seus significados, identidade e confiança constituem diferenciais competitivos, em contraposição ao racionalismo puro, hierarquias rígidas, autoridade baseada em títulos ou cargos, e decisões a partir de regras explícitas, todos esses instrumentos de gestão comuns na Velha Economia²³.

Também recorrendo aos intangíveis como lastro da Nova Economia, mais autores se insurgem. Nakamura (1999), ao estudar a formação das contas nacionais para a economia americana, desde meados da década de 1970, mostra a crescente importância dos intangíveis na formação da renda e produto nacional daquela economia, denotando assim a afinidade da mesma com esse novo campo. Entre os intangíveis, o autor considera patentes, *copyrights*, inovações, incluindo novos processos ou produtos, além de marcas cada vez mais usadas para indicar reputação favorável ou qualidade. Com base nesse estudo, citado autor argumenta que tanto os cálculos dos lucros das corporações, como os dos agregados de renda e produto da contabilidade nacional dos EUA estariam subestimados, uma vez que, seguindo convenção estatística adotada ainda no início do século XX, não estariam incluídos os intangíveis. Por essa razão, conclui que a economia americana, na verdade, estaria em melhores condições do que os dados revelavam.²⁴ A Nova Economia estaria assim dando corpo a essa diferença de valor não captada pelos dados analisados.

²² No capítulo seguinte será retomada a discussão sobre a identidade territorial e como esta pode conferir valor aos produtos de seu território.

²³ No item seguinte, será abordada a distinção entre a Velha Economia e a Nova Economia.

²⁴ Por sua vez, Leadbeater (1998 apud HEPLER, 2006), incluindo pesquisa e desenvolvimento (P&D), se refere aos intangíveis como marcas e outras estratégias de marketing, capital humano e capacitação.

Nessa mesma perspectiva, cabe destacar David Teece (1998), que ao mostrar a importância crescente do conhecimento, competência e ativos intangíveis para a prosperidade econômica, antecipou ainda que esses elementos estariam sobrepujando fatores convencionais, tais como estoque de capital e recursos naturais. Argumenta o mencionado autor que os primeiros fatores teriam assumido a liderança na agregação de valor aos produtos. Essa assertiva se fundamenta em mudanças estruturais ocorridas nas economias desenvolvidas, a partir de meados do século passado. Entre essas transformações, esse autor cita as iniciativas em favor da liberalização do comércio internacional (Rodada Kennedy dos anos 1960)²⁵, o surgimento de mercado para produtos não comercializáveis (*non-tradables*), o fortalecimento da propriedade intelectual a partir dos anos 1980, a obtenção de retornos crescentes²⁶ para atividades lastreadas no conhecimento, além do intenso uso de tecnologia e redes (*networks*) de informações facilitando a conectividade dos indivíduos. O mesmo autor adianta a sua formulação, incorporando também atributos locais na formação de valor da produção. Sobre esse ponto, Teece (Op. cit., pag 67) explica que, quando um determinado ativo pode ser apropriado exclusivamente por um produtor, ou quando essa vantagem se mostra “aderente” a um determinado local, ou mesmo quando se caracteriza por ser não comercializável (*non-tradable*), esse ativo tem a propriedade de conferir vantagem competitiva para o produtor que o possui, colocando-o em posição privilegiada *vis-a-vis* seus concorrentes. Referido autor esclarece que se enquadram nessa categoria de ativos não comercializáveis aqueles associados a um local específico, ao conhecimento exclusivo e à competência ímpar.

Diante dessas ponderações, se torna clara a capacidade de fatores intangíveis propiciarem fôlego à produção e à economia, na medida em que adicionam valor aos produtos, assim gerando riqueza. Essa perspectiva abrigada pela Nova Economia vem propiciar novos recursos e oportunidades para o desenvolvimento de regiões e países, que podem, por essa via, construir estratégias de expansão econômica a partir de tais fatores. Entre esses fatores, destacam-se atributos locais e cultura, como aponta Kelly; redes de relacionamento e identidades, como mostrado por Castells; confiança, emoções e identidades, mencionados por Webber; marcas, patentes, copyrights, notados por Nakamura, além de outros atributos que possam proporcionar valor e qualidade aos produtos que portem tal conexão. A Nova Economia assim libera as regiões e países das amarras relacionadas à posse ou ao controle de ativos tradicionais (ex: capital físico e financeiro, recursos naturais) para, a partir desses, engendrar engenhos de produção e geração de riqueza. É essa perspectiva que o trabalho aqui apresentado almeja construir, qual seja, o uso de atributo local, a paisagem (*non-tradable*), como recurso para aportar valor aos produtos procedentes do ambiente criado

²⁵A Rodada Kennedy consistiu na sexta rodada do Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GAAT), realizada durante os anos de 1963-1967. Essa Rodada reduziu tarifas de importação, visando incrementar as exportações americanas para a Comunidade Econômica Europeia. Como resultado da Rodada, foi assinado o Acordo Antidumping do GATT, criando normas para desencorajar a promoção de exportações, a partir da adoção preços desleais.

²⁶ Esse caso de retornos crescentes se contrapõe ao estabelecido originalmente por Marshall (1982) que, considerando firmas com funções de produção semelhantes e auferindo custos marginais crescentes, apontou que essas se deparavam com retornos decrescentes. Teece (1998), entretanto, explica que essa situação se adaptava aos casos das economias predominantes nos séculos passados, baseadas na produção agrícola, processamento de matérias prima e indústria manufatureira tradicional. Entretanto, no mundo contemporâneo, onde o uso de informações e conhecimento tem se tornado cada vez mais intenso, os retornos passam a ser crescentes, o que faz com que aquele que se posicione à frente dos concorrentes tenha a tendência em permanecer com essa vantagem por certo tempo, até que outro concorrente se aproprie de nova vantagem e assume a liderança por outro período de tempo, enquanto não ocorra outra eventual permuta. Os retornos crescentes se devem a fatores como externalidades positivas proporcionadas por *networks*, além de barreiras à entrada criadas por alto custo de investimento inicial, e o aprendizado e maior experiência do detentor do conhecimento que o faz mais eficiente, entre outros fatores.

pela mesma, e cujo processo de produção esteja em sintonia com a conservação do mesmo. Em seguida, adianta-se a discussão sobre a Nova Economia, visando estabelecer mais claramente seus marcos, bem como revelar o debate em torno desse novo campo, incluindo a perspectiva de seus críticos.

2.5.1. Características da nova economia

Conforme apresentado, a expansão das novas tecnologias de informação e comunicações e a incorporação de ativos intangíveis como objetos de valor, tem favorecido o afloramento do campo da Nova Economia, que evolui com acomodações constantes. Porém, mesmo considerando essas circunstâncias, percebe-se que os traços apontados como característicos para esse campo nem sempre coincidem e nem mesmo apresentam clara coerência. Em parte, esse fato pode derivar das distintas fontes que elaboram conceitos sobre a Nova Economia, variando essas do meio das comunicações e mídia ao mundo acadêmico.

Entre os autores que cuidaram de apontar características básicas da Nova Economia, encontra-se Jean Gadrey, professor de Economia da Universidade de Lille (França), que tem entre seus interesses de pesquisa a socioeconomia. Gadrey foi um dos primeiros economistas (ou socioeconomistas) a publicar um livro sobre a Nova Economia, fato ocorrido em 2000 (edição francesa), contudo questionando a consistência da mesma. Assim, na obra “Nova Economia, Novo Mito” (*New Economy, New Myth*), Gadrey (2003) identifica seis características associadas à emergência desse novo campo da Economia. Devido à precocidade do seu trabalho, Gadrey entende a Nova Economia como circunscrita ao mundo digital, portanto não chegando ainda a enxergar a visão mais abrangente desse campo que percebe a produção permeada de elementos intangíveis, embora faça menção a sua relação com o setor de serviços. Utilizando essa lente, o autor toma os seis traços por ele percebidos como característicos desse campo, ao tempo em que testa a consistência desses, isoladamente ou em conjunto, concluindo que, em parte, os argumentos para a Nova Economia podem ser ilusórios.

A primeira característica considerada por Gadrey para a Nova Economia corresponde à capacidade dessa de promover maiores taxas de crescimento, comparado com a forma tradicional, e ainda com a vantagem adicional de que tal crescimento tende a ocorrer sem pressão inflacionária. Isso se deve principalmente porque a Nova Economia, por sua essência, consegue alavancar ganhos de produtividade a partir do uso das TICs, que proporcionam mais eficiência. Esta última, na verdade, corresponde já a segunda característica da Nova Economia considerada pelo pesquisador. A terceira característica mostrada pelo mesmo autor consiste na ampliação dos empregos de serviços, inclusive os que penetram no setor de manufatura, indo além do setor terciário. Este avanço dos empregos de serviços tem origem no tipo de crescimento proporcionado pela Nova Economia, cujo motor associado as ditas novas tecnologias impulsiona ganhos de produtividade e inovação, os quais, por sua vez, criam conjuntamente a produção e demanda por serviços diferenciados.

A quarta característica sinaliza para a flexibilidade da mão de obra e do mercado de trabalho. Nesse caso, os padrões que eram costumeiros nos empregos tradicionais já não se aplicariam aqui, onde questões como rigidez, estabilidade e outros aspectos desaparecem para se ajustarem às novas formas de produção, tipo de produto ou serviço, além do mercado. Exemplos de padrões que não se repetem na Nova Economia incluem, entre outras: carreiras pré-determinadas dentro de uma organização, emprego vitalício, rigidez salarial, horário definido previamente, ou mesmo tarefas estabelecidas de antemão. Essas mudanças se tornam necessárias para atender às pressões por inovações sucessivas e demais circunstâncias da Nova Economia, entre essas, esquemas de produção e entrega *just in time*, customização de

produtos e outras exigências do consumidor que demanda cada vez mais agilidade, qualidade, melhorias constantes, novas opções de produtos e serviços.

Como quinta característica, o autor supracitado destaca a economia de mercado, orientada pela competitividade e baseada em capital de origem privada e sem maiores amarras de regulação. Esta última condição é apresentada como determinante para assegurar a livre concorrência e crescimento não inflacionário. Nesse tocante, o uso das TICs, em especial a Internet, conforme lembra o autor, vem intensificar a concorrência, ampliando-a globalmente, dando ao consumidor a oportunidade de fazer suas escolhas dentre um conjunto amplo de produtores, tanto numericamente como geograficamente e, em assim ocorrendo, o mercado se aproximaria da perfeição.

A sexta característica enumerada por Gadrey trata do tipo de governança corporativa exigida para que os agentes econômicos contem com condições de controle sobre seus desempenho, organização e estratégias, de modo a favorecer as transformações sistêmicas proporcionadas pela Nova Economia.

Ao tempo em que critica a exagerada flexibilidade do mercado, a análise de Gadrey sugere que as transformações apontadas pelas características aqui apresentadas ainda estão distantes de acontecer, e que elas apenas fortaleceriam os princípios da economia tradicional, não se coadunando assim com uma “nova Economia”. Na verdade, o cerne de seu argumento compreende, ao mesmo tempo, estimativas exageradas de crescimento econômico e emprego, bem como os riscos de mercados flexíveis provocarem perdas de coesão social.

Cabe ainda lembrar outros estudiosos que se detiveram em apontar características da Nova Economia, como o ex-professor da Universidade de Columbia (EUA) e ex-economista *sênior* do Banco Central (*Federal Reserve Bank*) de Nova York (EUA), Roger Alcaly, o qual argumenta que a Nova Economia resulta das transformações que as inovações tecnológicas têm causado nos setores produtivos e financeiros, a partir de ganhos de eficiência, melhores serviços ao consumidor, empregos mais atrativos e até mesmo de governos mais democráticos. Segundo Alcaly (2003), o termo “nova” se mostra apropriado para as transformações que ele percebe na economia, as quais resultam de ganhos de produtividade e intensa inovação. Esse autor descreve a Nova Economia como enxuta e flexível, em decorrência do uso das novas TICs, além de se mostrar adaptada à concorrência global, e do uso de novos mecanismos financeiros.

2.5.2. Críticas sobre a nova economia

A proposição sobre a Nova Economia, todavia, não passou incólume. Além do questionamento exposto por Webber (1993) acima descrito, outros autores levantam críticas para considerações que apontavam esse campo como sendo, de fato, novo, ou mesmo disputando sua consistência. Entre esses autores, desponta Gadrey (2003), que se ressentia da falta de uma teoria própria para a Nova Economia. O mesmo autor reclama a ausência de um grupo expressivo de estudiosos dedicados a esse campo de estudo. Essa última consideração, entretanto não parece ter forte procedência, haja vista a gama de autores supracitados que desenvolveram formulações sobre o campo em apreço.

2.5.3. A nova economia e a velha economia

Tendo em vista que a Nova Economia ainda se apresenta como uma novidade, tanto no meio acadêmico como na sociedade em geral, demarcar a diferença entre esse jovem campo da Economia e o da Economia tradicional (“Velha Economia”) certamente contribui para uma melhor compreensão sobre a primeira. Tomando como referência o modelo de negócios, Chorafas (2001 apud HEPLER 2006) associa a Velha Economia a modelos de

negócios ultrapassados, que se baseiam no uso de informações desatualizadas e imprecisas, incluindo gestão de estoques físicos, estratégias de vendas de baixo rendimento, financiamento de alto custo e inovação de produto. Hepler (2006) proporciona um didático panorama sobre essas duas vertentes da Economia, sintetizadas no Quadro 1, onde estão apresentadas as principais diferenças elencadas por esse autor.

Quadro 1: Diferenças entre a Velha Economia e a Nova Economia apontadas por Hepler (2006)

Aspecto	Velha Economia	Nova Economia	Referências bibliográficas
Foco de interesse	Produção de itens de natureza física	Produção associada ao conhecimento e suas aplicações	Gottlieb (2000)
Ativo das empresas	Ativos físicos	Ativos não físicos, intangíveis, baseados no conhecimento e competências	Liedtka (2002)
<i>Modus operandus</i> das empresas	Controle centralizado, busca por ganhos de produtividade, preservação da ordem social, concorrência perfeita	Busca por inovação, dinamismo, flexibilidade, concorrência acirrada	El Sawy, Malhotra and Gosain (1999) Nakamura (2000)
Fator determinante na formação do valor	Informações adequadas levam o preço do produto ao equilíbrio	Fatores de incerteza (riscos) afetam o preço dos produtos	Chorafas (2001)

Fonte: HEPLER (2006)

Em síntese, conforme indicado no quadro 1, a Velha Economia privilegia a produção de bens, segue o modelo industrial que persegue aumento de produtividade, adota administração centralizada, se concentra em ativos de natureza física, ou seja, priorizando produtos (ex: máquinas, instalações) e foca na linha tida como “pesada” (do Inglês, *hardware*). Em contraste, a Nova Economia busca a produção de conhecimento e inovação, o “leve” (do Inglês, *software*) ou o imaterial (ex: patentes, marcas, marketing, produtos criativos, mídia), assim se organizando na linha da flexibilidade e contando com preparo para enfrentar incertezas provocadas por fatores como globalização, desregulamentação, inovações e frequentes mudanças tecnológicas.

A distinção ente a Nova Economia e a Velha Economia foi ainda objeto de cuidado por parte de outros autores. Motivado a analisar a capacidade da atual teoria econômica (*Economics*) propiciar os instrumentos corretos para entender o funcionamento da Nova Economia, Kay (2002) considera esse segmento como envolvendo atividades de telecomunicações, mídia e outras TICs, mas também reforça o papel dos intangíveis (tais como uma marca comercial) na formação do valor dos produtos relacionados, ao tempo em que associa a Velha Economia à grande parte da indústria de manufaturas e de comércio varejista convencional. Em repetidas passagens do texto, o mencionado autor reforça a importância dos ativos intangíveis para as empresas da Nova Economia, os quais, em alguns casos, chegam a superar o valor de seus ativos físicos, lembrando também a alegação comum de que a Nova Economia é desprovida de massa (*weightless*). Kay destaca ainda que, na Nova

Economia, o processo de agregação de valor difere do tradicional, pois nasce de mudanças de preferência e do aumento da complexidade dos produtos, que se tornam muito maior do que os insumos nele utilizados.²⁷ Como parte da conclusão dessa obra, Kay (Op. cit, pg 67), sugere que a compreensão sobre o funcionamento da Nova Economia não constitui exclusividade dos economistas, mas requer também a competência de psicólogos sociais, sendo essa uma das razões para a expansão do campo das Finanças do Comportamento e da Economia do Comportamento.

Ainda sobre a distinção entre Nova e Velha Economia, De Long (1998) estabelece que enquanto na Nova Economia, os custos dos produtos tendem a cair continuamente por conta da tecnologia, curva de aprendizado, economias de escala e externalidades causadas por *networks* e pontos críticos (*tipping points*), na Velha Economia, a venda de produtos por valores superiores ao custo dos mesmos é que sustenta os ganhos da empresa, enquanto as reduções de custo derivam apenas da curva de aprendizado. Acrescenta ainda o autor que os erros frequentemente cometidos pela empresa pioneira podem ser evitados pelas suas seguidoras, o que expõe a primeira ao risco inerente à inovação, implicando em desvantagem para aquela enquanto *player* da Velha Economia. Dito argumento prossegue indicando que o contrário ocorre na Nova Economia, já que a empresa pioneira (a que consegue superar um ponto crítico da participação no mercado) alcança uma posição privilegiada que dificilmente pode ser atingida por suas concorrentes retardatárias.²⁸

Outros autores se detiveram em demarcar a diferença entre os campos da Nova e Velha Economia, mesmo que de forma breve. Gledhil (2003), por exemplo, analisa o caso da empresa Enron, engajada na indústria de gás (Velha Economia), localizada no estado do Texas (Estados Unidos), cujas ações alcançaram valores elevados devido a fraudes contábeis, o que acabou por levá-la à falência e assim arrastar boa parte de Wall Street (“Crise da Bolha”) para uma forte crise financeira, tudo isso provocado por um claro caso de corrupção. Ao mesmo tempo, o estudo aponta para caso equivalente ocorrido com a empresa gigante de telecomunicações (Nova Economia) americana *Wordcom*, que também praticou manobras especulativas e fraude financeira. Os estragos causados por essa empresa provocaram imensos prejuízos, que se somaram ao colapso de ações de outras empresas da Nova Economia (“Crise da Bolha da Internet ou Crise das Empresas “ponto com”). Recorrendo a esses dois exemplos associados à corrupção, o autor argumenta que a distinção entre a NE e a VE pode até existir, mas não deve ser supervalorizada.

O esforço dos economistas citados para delimitar uma linha divisória entre a Nova e Velha Economia denota o impacto que a segunda tem causado nas discussões em torno da área de estudo formada pelos temas econômicos. Impulsionada pelas novas tecnologias, que proporcionam maior velocidade ao processamento de informações, disseminação do conhecimento e interação, a NE tem no seu cerne forte capacidade inovadora e menores custos de transação, que conferem ganhos de produtividade aos seus operadores. Mais do que isso, a NE incorpora na sua base de geração de valor, ativos antes desprezados pelas formas tradicionais de produção, quais sejam os intangíveis. Fica então estabelecida a distinção em vários aspectos que a NE imprime em relação à VE, tanto em relação ao interesse e forma de produção, formação e medidas de valor, como em termos de eficiência, potencial de crescimento e outras nuances.

A par dessas diferenças, importa ainda mencionar o papel que o espaço e o tempo exercem na NE. Quanto ao espaço, a distância geográfica não mais intimida em termos de

²⁷ Ao se referir à importância dos intangíveis na Nova Economia, o autor lembra ser a marca Coca-Cola e não o produto – bebida gaseificada – que proporciona valor e lucro para a empresa (pg 61).

²⁸ O autor cita como exemplo a vitória da empresa *Microsoft* sobre a sua concorrente *Apple* com o lançamento do *Windows* pela primeira. Outro exemplo apresentado corresponde ao chip de silicone e seu custo decrescente (Op. cit., pag. 16).

custo e mesmo de acessibilidade, pois a Internet e os processos digitais aproximam agentes, mercados e atores em geral. Em relação aos mercados, as barreiras físicas perdem as referências com as novas TICs, pois os consumidores encontram mais opções para escolhas e os produtores podem ter acesso a mais amplas oportunidades de negócio. Quanto ao tempo, esse, igualmente, passa a fazer cada vez menos sentido, pois a velocidade da difusão da informação e do conhecimento resignificam a noção de tempo, já que as interações se tornam imediatas. Tudo isso em conjunto catalisa mudanças alinhadas com ganhos de produtividade e eficiência.

Cabe também destacar a importância das pessoas na NE. Na medida em que são essas as responsáveis pela geração do conhecimento que dá origem a processos de formação de valor, a inteligência humana ganha especial relevância na NE. Além disso, outra distinção da Nova Economia reside nas redes de comunicação social e sua capacidade de facilitar conexões, que favorecem avanços de produtividade e competitividade. Outra vez, são fatores humanos, nesse caso, os relacionamentos, que aportam recursos distintos a Nova Economia.

Ainda em relação a Nova Economia, não se trata apenas da velocidade da informação, mas das interações ágeis e sucessivas que facilitam a inovação. Também nesse aspecto, os relacionamentos, a confiança e as identidades se tornam tributárias do processo de geração de valor. Ademais, na NE, o foco de interesse não mais reside no produto material, mas no intangível, pois é esse que possui maior capacidade de acumular valor. Ao mesmo tempo, a contribuição do fator trabalho adiciona valor com mais intensidade quando gera conhecimento e produtos que incorporem esses elementos, e não quando apenas transforma matérias primas. O capital, da mesma forma, se identifica mais com os intangíveis do que com os de natureza concreta e estática como máquinas, equipamentos e instalações. Então, não há porque se falar que esses dois campos correspondem a compartimentos de uma mesma Economia, como se cada um fosse parte de um todo. Mesmo que ao final, a Nova Economia, assim como a Velha, tenha como objetivo a produção de bens, elas se distinguem entre si amplamente, sendo por isso mais apropriado falar que a primeira inaugura um novo ciclo econômico e não propriamente um setor.

Como uma observação final e na tentativa de alcançar uma visão sistêmica sobre o tema analisado, é possível aqui arriscar a conjectura de que bem mais do que uma mera demarcação de setores, onde a Nova Economia compreenderia os negócios mais afinados com as novas TICs e os intangíveis, enquanto a Velha Economia abarcaria os tradicionais, essa distinção entre ambas sinaliza, na verdade, uma mudança de ciclos na economia e na sociedade. Isso porque a Nova Economia faz uso de princípios diferentes para sua operação, redefinindo os produtos, processos e alterando o sentido da formação de valor, não se coadunando assim como um “novo setor” da atividade econômica. Essas mudanças não têm apenas implicações periféricas na função de produção, como por exemplo, alterações nas dosagens dos fatores nela empregados para obtenção de produtos. Tampouco se trata de criação de um novo setor, com características de alguma forma distintas. As mudanças, na verdade, atingem elementos estruturais, na medida em que envolvem a base do processo de formação de valor econômico, atingindo indiscriminadamente todas as atividades econômicas conhecidas, sejam elas consideradas modernas ou tradicionais.

Assim, a NE revoluciona os padrões vigentes na atividade econômica, podendo inclusive permitir a permuta de papéis dos agentes econômicos. Por exemplo, quando as mídias sociais (NE) permitem a todo usuário passar de receptor de notícias (consumidor) para operar também como um veiculador (produtor) das mesmas, papel antes reservados aos profissionais ou empresas de mídia. Em outro exemplo, quando um cafeicultor deixa de ser apenas um produtor agrícola (VE) para proporcionar sensações mais amplas aos consumidores de seu produto, trazendo à tona lembranças e traços da identidade do local de produção, inclusive estimulando o consumidor ou outros *stakeholders* a apreciarem e

conservarem a paisagem berço do produto em questão, papéis tradicionalmente atrelado aos ativistas ambientais e instituições públicas ou do terceiro setor.

Essas e outras mudanças, além de desafios, abrem novas oportunidades para todos, sejam agentes individuais, empresas, governos e terceiro setor. De forma que, como um novo ciclo, a NE desafia as formas existentes de produção, consumo e formação de valor (produtos, ativos etc.), pressionando as velhas práticas para a renovação e avanços.

Tendo surgida nos segmentos alinhados às novas tecnologias digitais e assentada no conhecimento, a Nova Economia não se prende a esses limites e assim estende seus braços para incluir até mesmo as atividades tradicionais, reformatando produtos, melhorando processos, e modificando mercados e a sociedade como um todo. A Nova Economia trafega por caminhos diferentes da Velha Economia, podendo, inclusive, construir novos percursos para a segunda. Nesse movimento, mesmo atividades simples e comuns como a agricultura praticadas em áreas rurais e remotas podem ser redefinidas pela NE, na medida em que seus produtos façam uso de uma forma distinta de despertar o interesse dos consumidores e produtores, bem como da economia e da sociedade como um todo. Uma das formas para alcançar esse intuito se respalda na capacidade dos produtos expressarem genuinamente a identidade local, proporcionando muito além do consumo propriamente dito, mas algo bem mais significativo, como uma experiência, revestida de uma gama de sensações vinculadas ao prazer e bem estar. Isso, obviamente, vai exigir, em comparação com os métodos anteriores, outros processos produtivos e engajamento por parte dos produtores e demais agentes econômicos. Esse ponto específico será retomado no capítulo seguinte, que introduz o conceito de paisagem e discorre sobre como esta pode agregar valor aos produtos a ela relacionados na perspectiva antecipada aqui.

2.6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse capítulo teve como propósito discutir a evolução recente do processo de produção e geração de riqueza, desde a pequena manufatura, passando pelo período industrial (Revoluções Industriais), que teve início na Inglaterra, por volta do século XVIII, quando imperou a chamada Velha Economia, até o período contemporâneo, onde tem emergência a dita Nova Economia. A presente discussão mira entender a forma de geração de valor aos produtos e as implicações desse fenômeno para os agentes econômicos, mercados e sociedade.

Da revisão da literatura sobre a evolução da pequena manufatura para a produção em massa ou Fordismo, e dessa para a produção flexível (ou enxuta), seguido dos movimentos pós-industriais e pós-modernos, percebe-se que o conhecimento galga patamares cada vez mais proeminentes na formação do valor dos produtos. O conhecimento toma fôlego, de início, sob a forma de inovações tecnológicas, manifestadas através de elementos tangíveis, tais como máquinas e equipamentos. Foi assim com o motor de combustão a vapor (final do século XVIII), motor de combustão interna (início do século XIX), depois com o transistor (começo do século XX), até o computador digital eletrônico, em meados do século XX. Essas inovações tecnológicas impulsionaram as diversas revoluções industriais com seus traços de modernidade.

Com o advento da Era da Informação, o conhecimento tomou forma imaterial (“softwares”) e, de arrasto, trouxe significativas mudanças para a sociedade, inaugurando a Era Pós-Industrial, onde os serviços especializados assumem cada vez maior importância na criação de valor. A desmaterialização dos produtos, a incorporação de elementos intangíveis - antes considerados secundários na geração de valor - tais como a identidade e o local de origem dos produtos, as emoções e a estética, entre outros, criam caminhos distintos para a agregação de valor, diferentemente do modelo industrial. No esteio da Era Pós-Industrial, os bens que incorporam uma carga simbólica ganham força e se fundem em um conjunto de elementos que vão muito além dos fatores de produção nele envolvidos para incluir os contextos em que a produção tem lugar, mesmo os mais remotos.

A Nova Economia acolhe essa via de produção, onde os atributos locais se transformam em ativos, capazes de gerar e transferir valor aos produtos. Esse caminho abre novas avenidas para a construção de estratégias de desenvolvimento sustentáveis, extrapolando assim as possibilidades de produção ancoradas em fatores de produção tradicionais. Dessa forma, mesmo regiões remotas e de difícil acesso como as montanhas podem contar com formas alternativas para expandir sua produção, gerar renda, criar ocupações para as famílias e, não menos importante, para conservar a natureza, mesmo porque, nesse contexto, a integridade desta se torna fonte de riqueza. Essa prerrogativa estabelece incentivos adicionais, de fundamento econômico para iniciativas conservacionistas desses ambientes.

No próximo capítulo, a discussão focaliza a paisagem *de per se*, buscando interpretações para a mesma, percorrendo desde as origens desse conceito ainda nos primórdios dos estudos sobre tempo e espaço nos campos da Filosofia e Geografia e as suas repercussões na Economia. Em seguida, discorre-se sobre os atributos da paisagem e formas de apreciá-los, chegando à conexão desses com os produtos a ela vinculados. Permeando essa discussão, as montanhas, como formações naturais, e ao mesmo tempo místicas, com claro efeito paisagístico, criam o contexto específico em que repousa esse estudo.

3. CAPITULO II

BASES ESPACIAIS DE PRODUÇÃO E PAISAGEM DE MONTANHA

3.1. INTRODUÇÃO

As estratégias tradicionais usadas para promover o desenvolvimento regional costumam focalizar na expansão da produção, atração de capitais, novos investimentos e empresas, e ganhos de produtividade e competitividade. A agregação de valor aos produtos se dá, quase sempre, pela incorporação de novas e complexas tecnologias que exigem investimentos elevados em itens tais como equipamentos, treinamento, recursos humanos e instalações. Nas economias menos desenvolvidas, que enfrentam problemas de escassez aguda de capital, tais políticas enfrentam limitações para serem implementadas, já que necessidades básicas ainda não atendidas concorrem para os recursos reduzidos. Além disso, referidas estratégias costumam replicar modelos exógenos, desenvolvidos em realidades distantes, sendo assim pouco atentas aos desafios e potencialidades locais e regionais onde estas são reproduzidas.

Outro dilema de política de desenvolvimento enfrentado corresponde ao aludido *trade off* entre expansão da produção e conservação do meio ambiente. Em regiões pouco desenvolvidas, a pressão por reduzir o atraso econômico, criar empregos e gerar renda induz formuladores de políticas e gestores públicos a fazer uso de estratégias de desenvolvimento que admitem danos ambientais, tratando-os com medidas mitigadoras, quase sempre limitadas às imposições de órgãos reguladores. Essas medidas são de caráter *ex-post*, e tem como objetivo reduzir ou compensar o dano causado ao meio ambiente. Nessas circunstâncias, os cuidados ambientais acabam sendo considerados uma despesa adicional, um ônus financeiro, dissociado do processo de geração de valor. A motivação para os cuidados com o meio ambiente, frequentemente, se reduz ao cumprimento de leis, normas e instrumentos administrativos. O valor do patrimônio natural do meio geográfico onde ocorre a produção não se incorpora ao produto lá gerado.

Um enfoque alternativo para valorização dos produtos locais consiste em identificá-los com o território de origem da produção, incluindo as características naturais (ex.: solo, clima, relevo, flora, fauna, paisagem etc), traços culturais, e elementos construídos (ex: patrimônio arquitetônico, obras de arte etc). A ideia consiste em atribuir a qualidade, reputação ou outro aspecto específico de determinado produto à sua origem geográfica. Dessa forma, o território e seus atributos passam a ser o elemento diferenciador dos produtos, compondo o valor agregado dos mesmos. Essa estratégia permite um estilo de desenvolvimento alinhado com a preservação da cultura local, inclusão e valorização da população, bem como com a proteção ambiental. Nesse caso, os cuidados com o meio ambiente passam a assumir um caráter *ex-ante* e permanente, não se limitando a neutralizar eventuais impactos já causados pela atividade econômica, na tentativa de atenuá-los.

Em territórios de montanha, onde as fragilidades ambientais (ex.: as derivadas da declividade do relevo e do tipo de solo), inspiram preocupações adicionais, tal estratégia que parte da conservação e valorização dos aspectos naturais surge como uma oportunidade para promover um estilo de desenvolvimento sustentável que, ao mesmo tempo em que fortalece as economias locais, limita os impactos sobre o meio ambiente, envolve a comunidade e valoriza a sua cultura. Dessa forma, a conservação ambiental do território de origem passa a ser condição essencial para o desenvolvimento, uma vez que essa participa da matriz de geração de valor dos produtos ali gerados.

Esse capítulo explora como a paisagem do ambiente de montanha potencializa processos de desenvolvimento sustentável nesses territórios. A premissa adotada assume que a paisagem física e cultural do ambiente de montanha desempenha importante papel no seu processo de desenvolvimento sustentável.

3.2. REFLEXÃO TEÓRICA

Os fundamentos dos conceitos de território, lugar e paisagem tem origem na discussão sobre espaço, iniciada na Grécia Antiga, pelo matemático Euclides de Alexandria, considerado o “Pai da Geometria Euclidiana” (323-283 A.C.).²⁹ Euclides usou postulados para definir categorias como o plano (duas dimensões), o espaço (três dimensões), além de outros entendidos como “espaço absoluto”. Já na modernidade, Immanuel Kant, filósofo alemão, apoiado nas formulações de Euclides, afirmou ser o espaço unitário, tridimensional e infinito, e apresentou a ideia de que espaço e tempo correspondem a categorias analíticas independentes.

Embora as considerações sobre a dimensão espaço tenham, durante o século XVII, lastreado a construção intelectual do modernismo, foi a partir do final do século XX, que a perspectiva espacial passa a assumir importância semelhante àquela atribuída ao tempo e à história, e às relações sociais, por parte dos pesquisadores e formuladores de políticas (SOJA, 1996; DAVOUDI e STRANGE, 2008). No estudo sobre a interação humana com o meio físico, as dimensões espaço, território, lugar e paisagem constituem níveis de abstração distintos e complementares, conforme explica Cabral (2007).

Durante séculos, os estudos sobre a civilização humana dedicaram menos atenção ao espaço em comparação à ênfase dada ao tempo e à história. Apenas no final do século XX, principalmente com os trabalhos de Henri Lefebvre e Michel Foucault, a referência ao espaço recebe a devida atenção. Lefebvre relaciona espaço com relações sociais e história³⁰, em uma visão transdisciplinar, mas considerando a primeira o fio condutor de sua análise (SOJA, 1996). Foucault defende o imbricamento entre espaço, conhecimento e poder, e argumenta a ascendência do espaço sobre o tempo na compreensão de fenômenos da modernidade (CRAMPTON, 2007).

No final do século passado, a experiência da União Europeia e de outros países desenvolvidos contribuiu para que os conceitos relacionados a espaço, como lugar, território e paisagem, passassem a nortear as políticas de desenvolvimento (DAVOUDI e STRANGE, 2008). Segundo estes autores, de um lado os estudiosos da Geografia Econômica argumentavam que a reestruturação produtiva provocada pela superação do Fordismo pela produção flexível introduzia novos padrões espaciais de produção e consumo. De acordo com essa visão, o lugar adquire a capacidade de alterar o valor da produção. De outro lado, ressaltam os mesmos autores, os cientistas políticos consideravam as mudanças estruturais no âmbito da produção como uma evolução do Keynesianismo do pós-guerra para uma abordagem mais centrada no mercado. Nesta visão, o território passa a refletir a organização localizada da produção, em contraposição às formas de produção com base nacional e universal. Por fim, complementam os mesmos autores acima citados, os estudiosos da cultura lembram a crescente importância da identidade cultural e estilos de vida das populações de diferentes locais como elementos balizadores da qualidade dos produtos de diferentes origens. Todas essas interpretações apontam para a importância de considerar noções como espaço, local, território e paisagem no planejamento. Mais ainda, como afirmam Madanipour e Hull (2001, citado por DAVOUDI e STRANGE, 2008), a nova governança deve estar articulada com referidas categorias relacionadas ao espaço. Importa então, elaborar ditos conceitos, o que será feito em seguida.

²⁹ Na verdade, antes de Euclides, Platão, Sócrates e Aristóteles, na Grécia Antiga, já refletiam sobre a noção de espaço, tendo Euclides sistematizado ideias desenvolvidas por esses sábios.

³⁰ A Produção do Espaço, publicada em francês, *La production de l'espace*, em 1974.

3.2.1. Território, lugar e paisagem

A noção de território nasce da discussão da Etologia, ciência que trata dos hábitos dos animais e suas reações ao meio em que vivem (IPIRANGA, 2007). Posteriormente, os estudiosos da área de Psicologia Ambiental denominaram de território um determinado lugar, local ou espaço geográfico ocupado por pessoas, grupos e organizações.³¹ Etimologicamente, o termo território se origina do latim: *territorium*, cujo significado corresponde à parcela de terra apropriada.³² Santos (2005) incluiu a dimensão humana no conceito, considerando território o espaço humano, o espaço habitado. Albagli (2004) considera território “não uma base física material, mas como um campo de forças, teias e redes de relacionamentos sociais capazes de produzir singularidades”.

Território, todavia, pode estar associado a grupo desprovido de governo, como explica Lacasse (1996, citado por HOLZER, 1997), ao analisar a organização dos *Innus* (povos esquimós). Considera o autor que, para este grupo, o território se forma pelos costumes e representa o objeto de gestão, que os mesmos devem guardar. Citado autor conclui que a visão de território neste caso se assenta em um “lugar”, sendo este último, um conceito central que permite a concepção de um “mundo” pessoal ou intersubjetivo, impregnado da individualidade e das referências pessoais dos indivíduos. Território se descola assim da ideia de limites geográficos ou fronteiras, se identificando com lugares hierárquicos que se conectam por uma trama de percursos (BONNEMAISON, 1981, citado por HOLZER, 1997). Para esse último autor, territorialidade se forma a partir das relações sociais e culturais que o grupo pratica com a rede de lugares e percursos que compõem o seu território. Na mesma linha, DURANT et al (1992, citado por AGNEW, 2005), anotam que territorialidade se vincula à ideia de espacialidade ou a forma na qual o espaço é socialmente organizado e politicamente mobilizado. À luz dessas formulações, considera-se que o território é construído historicamente e pode ser analisado de diferentes perspectivas, tais como geográfica, antropológica-cultural, sociológica, econômica, jurídica-política, bioecológica, além de outras. Importa notar que, nas últimas décadas, o território tem sido elemento norteador de políticas de desenvolvimento, principalmente na União Europeia e também no Brasil.

Da mesma forma que território e lugar, a noção de paisagem se insere na discussão sobre o espaço e seu papel em diversas disciplinas, em especial o planejamento e a Geografia Humana.³³ Originalmente, a paisagem recebe destaque na pintura moderna, que rompia com a estética medieval de forte influência teológica. Salgueiro (2001) explica que a paisagem passa a ser alvo da atenção da Geografia a partir na visão naturalista (século XVIII) do romantismo, que a interpreta como uma fração da superfície da terra, traduzida como o que pode ser visualizado desta.³⁴ Entre os positivistas, a partir de meados do século XIX, a paisagem

³¹ A Psicologia Ambiental surge na década de 70, nos Estados Unidos, tendo como objetivo de estudo a pessoa em seu contexto, sobretudo as inter-relações entre a pessoa e o meio ambiente físico e social (MOSER, 1998).

³² Derivado do termo território, os franceses criaram o conceito de *terroir* para se referir às relações entre os meios físico e biológico e o conhecimento coletivo de um determinado local. Broude (2005) considera *terroir* como o resultado da interação entre os ambientes humano e natural que confere ao local de produção um valor cultural. Josling (2006) conceitua o termo como o produto da relação entre o local de produção e as qualidades específicas do local.

³³ A Geografia Humana surge no final do século XIX, a partir das contribuições de Alexander von Humboldt e Karl Ritter, que buscaram entender a interação do homem com o meio ambiente e social (ZANATTA, 2008; BRAGA, 2011). Concomitante ao surgimento da Geografia Humana, nasce a Geografia Cultural, desenvolvida por Carl Sauer (Universidade de Berkeley, Califórnia), a partir da obra, *A Morfologia da Paisagem* (1925). Sauer considera a paisagem como a unidade de análise e argumenta que a cultura nasce da paisagem, ao mesmo tempo em que a influencia (LEIGHLY, 1967). Segundo Claval (2002), a Geografia Cultural busca compreender a interação humana com o meio ambiente e social.

³⁴ O movimento Naturalista surge no século XVII, com o interesse dos franceses em entender a natureza, inclusive através de viagens exploratórias ao Brasil (FREITAS, 2004).

desperta pouco interesse. Somente nas últimas décadas do século XX, com a ascensão da Geografia Humana, a paisagem, entendida como um território visto e sentido, passa a ser alvo de um número crescente de estudos³⁵. Para este campo da Geografia, a paisagem tem caráter subjetivo, resultando de um exercício mental sobre as diferentes formas de percepção de um determinado território.

A paisagem, entretanto, não se limita ao conjunto de elementos geográficos, como argumenta Bertrand (1972), que acrescenta ser esta um arranjo dinâmico e instável dos elementos dos meios físico, natural e antrópico. Por sua vez, CHATELIN (1986, citado por HOLZER, 1997) argumenta que a paisagem corresponde a uma composição do meio físico com a percepção e ação humana, como também assim afirma Simmel (1996)³⁶. Como meio físico compreendem-se os elementos naturais, como a vegetação, animais, solo, curso d'água, relevo, luz, nuvens, céu, e mesmo o clima; além de elementos construídos, como pontes, estradas, prédios e equipamentos. Cosgrove (1998) explica que a paisagem não se restringe ao que a vista alcança, mas a considera uma construção do mundo, uma forma de ver o mundo. Salgueiro (2001) alerta que se faz necessário treinar o olhar para apreciar a paisagem. Segundo a autora, a fruição desta está associada a um processo cultural e social de aprendizado sobre códigos e modelos. Nessa mesma linha, Gaspar (2001) sustenta que a paisagem vai além do que pode captar o olhar, estendendo a apreensão da mesma para outras dimensões sensoriais como o olfato, audição e o tato.³⁷ Conclui-se assim, que a paisagem corresponde uma construção mental, resultante da relação entre o homem e o meio físico e cultural. É, portanto, definida pela experiência pessoal, através do complexo exercício da percepção multissensorial (audição, olfato, visão e tato) na interpretação de um determinado espaço.

3.2.2 A paisagem na história

Em termos históricos, a paisagem passa a ser relatada na Geografia a partir do século XVIII, quando ainda traduzia os aspectos físicos de uma determinada área, algo restrito a captura do olhar do observador. No século seguinte, tendo a maior facilidade dos meios de transporte estimulado as viagens e a produção de registros das mesmas, a paisagem passa a aparecer combinando aspectos naturais e humanos (SALGUEIRO, 2011). No âmbito da Geografia, os estudos da paisagem evoluíram da abordagem morfológica (destaque para a forma, a partir de aspectos relacionados à função, origem e evolução) para a abordagem corológica, a qual trata com destaque os aspectos físico-naturais e humanos e as relações entre ambos no território (COSGROVE, 1998). Salgueiro (op.cit.) relata que a paisagem, vista como uma estrutura que integra os elementos físicos e humanos em um território, passa a adquirir notoriedade após a 1ª. Guerra Mundial, quando o tema passa a ancorar seções específicas em eventos internacionais da disciplina (ex.: 1934, em Varsóvia e 1938, em Amsterdam).

Nas décadas finais do século XX, a paisagem mobiliza estudiosos e a sociedade em geral, sendo contemplada em vários campos do saber, como literatura, arquitetura, pintura e

³⁵ A Geografia Humana surge como contraposição à tradicional Geografia Física, que tem como foco o estudo da Terra, incluindo a atmosfera, hidrosfera, biosfera e litosfera. Por sua vez, a Geografia Humana estuda como os seres humanos interagem com o meio físico, modificando-os através do tempo.

³⁶ Este autor se refere a um “processo espiritual” que permite a um indivíduo perceber e usufruir da paisagem.

³⁷ O autor descreve paisagens olfativas, sonoras e de tato. Os exemplos olfativos incluem as regiões portuguesas de Beiras, Trás-os-Montes e Minho, que apresentam cheiro do cheiro do fumo das lareiras, enquanto no Alentejo, algumas aldeias apresentam o odor da flor de laranjeira. Como paisagens sonoras, o autor lembra o sino da aldeia, hoje muitas vezes substituído por equipamentos sonoros. O mesmo autor cita ainda que o tato ajuda no reconhecimento da paisagem como, por exemplo, a textura das árvores, esculturas, pedras, e maciez da água (op. cit. pag. 89-94).

fotografia, e outros em que o estudo desse conceito explora a luz, forma e ambientes, buscando a compreensão sobre lugares, espaço e o sentido do tempo (GASPAR, 2001). Além disso, preocupações contemporâneas como a crescente urbanização, degradação do meio ambiente, impactos das mudanças climáticas, entre outras alterações no Planeta aproximam os estudos da paisagem às ciências como a Ecologia, Economia, Sociologia, guardando ainda considerações sobre seus valores estéticos, que em última instância influenciam a percepção dos fruidores da paisagem sobre a mesma. A qualidade estética passa a ser acionada, inclusive, para definir diferentes situações quanto à conservação da paisagem, como degradação, qualificação, recuperação (SALGUEIRO, op. cit.), se tornando assim referência para políticas e instrumentos ambientais. Como sustenta Schier (2003), a interpretação contemporânea sobre a paisagem articula aspectos sociais e ecológicos na perspectiva do desenvolvimento sustentável, em contraposição às visões tradicionais que privilegiavam enfoques utilitários e descritivos.

3.2.3. Categorias espaciais influenciando a produção

A partir das concepções apresentadas acima, depreende-se que espaço e categorias analíticas relacionadas, como território, lugar e paisagem influenciam a forma como a humanidade se organiza para sobreviver e crescer, incluindo iniciativas de consumo, produção, distribuição, relacionamento comunitário, governança e, por conseguinte, o desenvolvimento econômico de uma região. E como recomenda Agnew (2011), a análise dessas categorias deve, preferencialmente, ser realizada considerando-as em conjunto, ao invés de isoladas, como fazem os estudiosos da geografia econômica, a exemplo de Piore e Sabel (1984) e Krugman (1991). Assim, como também sustentam Davoudi e Strange (2008), a base espacial onde se origina a produção, com todos os seus atributos, tem a propriedade de agregar valor ao desenvolvimento econômico.³⁸ Na mesma linha, Olwig (2009) articula os conceitos de paisagem, cultura e território, mostrando como esses se complementam ao influenciarem a evolução de uma região, incluindo as práticas sociais e relações de poder que se estabelecem na região. Esses estudos apontam que a origem geográfica dos produtos constitui elemento catalizador do processo de desenvolvimento.

A vinculação de produtos ao território e seus atributos, objetivando qualificar os produtos locais a partir da cultura e conhecimento local (o saber fazer) ou ainda devido a características físicas e naturais da origem dos produtos está na base do conceito de Identificação Geográfica-IGs. A adoção de IGs permite diferenciar os produtos (*descommoditizar*)³⁹ de seus concorrentes desprovidos de tal condição (GUEDES e SILVA, 2014). Nas últimas duas décadas, as IGs ganharam impulso como ferramenta de promoção do desenvolvimento territorial, especialmente com foco na produção de base agrícola (FROELICH et al, 2010). O foco deste capítulo, entretanto, não se concentra propriamente nas IGs, mas sim em explorar como um elemento construtor da identidade do território de montanha, a paisagem, pode ser incorporada aos produtos desses territórios, promovendo o desenvolvimento sustentável. Nas partes seguintes, passa-se a discorrer sobre a paisagem de montanha e como esta pode agregar valor aos produtos locais.

³⁸ Esses autores atribuem ao lugar (*place*) a capacidade de agregar valor ao desenvolvimento econômico, mas seguindo o contexto da discussão, depreende-se que os autores se referiam à produção localizada no espaço e território.

³⁹ Expressão utilizada por Guedes e Silva (2014), ao se referirem a denominações territoriais, conceito alinhado às indicações geográficas, embora com algumas especificidades inerentes aos países da União Europeia.

3.2 A VISÃO SOBRE MONTANHAS

Desde a antiguidade, o ambiente de montanhas preenche o imaginário da humanidade, estando relacionado a noções como inspiração, conquista, refúgio e outras místicas. Na verdade, a percepção de que as montanhas constituem ambientes privilegiados remonta aos tempos bíblicos, onde aparecem citações sobre o “Sermão da Montanha”, além da menção ao Monte Sinai, onde Moisés recebeu os 10 Mandamentos da lei de Deus. As montanhas aparecem também como cenário singular nas escritas do Islamismo, quando o profeta Maomé se dirige ao Monte Hira para se aproximar de Deus. Além disso, na Grécia Antiga, era crença de que os deuses mais influentes habitavam o Monte Olimpo, e ainda que Zeus e Dionísio teriam nascido nos montes Ida e Niza, respectivamente. Por sua vez, os romanos acorriam às montanhas para celebrar Diana, sua deusa da caça.⁴⁰ Ademais, segundo a tradição milenar chinesa, as montanhas pertencem a um mundo sagrado, todas elas abrigando deuses, cuja força era proporcional ao tamanho da montanha (KLEEMAN, 1994). Ainda sobre os chineses, seus ancestrais veneravam um lago no cume de uma montanha, acreditando ser este o centro da Terra e do céu, que servia de apoio para o eixo cósmico. Já em época recente, em meados do século passado, durante a Revolução Comunista Chinesa, os generais costumavam se reunir nas montanhas para se preparar para as batalhas, delas esperando inspiração, força e reforço para o sentido de ideal. Nas Américas, os povos Incas reservavam o “Vale Sagrado”, localizado entre Cuzco e Ollantaytambo (Perú), para o cultivo de alimentos destinados aos guerreiros, enquanto os membros superiores da corte eram enterrados nos rochedos, onde estariam mais próximos dos seus deuses. As montanhas estão assim, carregadas de simbolismo e diferentes civilizações as associam a temas caros às suas culturas (HAMILTON e McMILLAN, 2004).

O encantamento em relação às montanhas, entretanto, não está restrito a civilizações remotas e nem mesmo ligado ao grau de desenvolvimento de um país. Uma evidência disso pode ser constatada pelo fato de que, tanto a China, país em desenvolvimento, como o Japão, país desenvolvido, considerarem as montanhas como ambientes privilegiados, destino que essas populações planejam visitar, pelo menos uma vez na vida. Essa preferência se mantém nos dias atuais, em ambos os países. Por exemplo, o Monte Fuji, a mais alta montanha do Japão, recebe mais de onze milhões de visitantes por ano.⁴¹ Em verdade, a imagem desta montanha se confunde com a identidade do seu país. Da mesma forma, na China, a população reserva momentos especiais para visitar montanhas, que são tidas como locais preferenciais para lazer, contemplação, aproximação com a natureza, bem como fonte de inspiração. Como parte dessa admiração, os chineses definiram montanhas que consideram sagradas em cada um dos quatro pontos cardeais do seu território, além de uma situada no centro do país (NAQUIN, 1992).⁴²

Ao longo do tempo, as montanhas têm exercido forte papel nas artes, construções filosóficas, políticas e religiosas, bem como nas instituições sociais (PRICE, 1986). No mundo ocidental, principalmente a partir do século XVIII, o ambiente de montanhas aparece nas pinturas modernas⁴³, na literatura⁴⁴ e na música.⁴⁵ Conforme Price (1986), a partir do

⁴⁰ Brito (sd) apresenta detalhada explicação sobre como diferentes culturas se relacionavam com montanhas.

⁴¹ Fonte:

<https://www.yamanashibank.co.jp/userfiles/topics/4609/9ce51bda17ce287b8e3995036919d8a9.pdf> Acesso em 20 de março de 2015.

⁴² Essas montanhas são: Taishan, no Leste; Huashan, no Oeste; Hengshan, no Sul; Shanxi, no Norte; e Songshan no centro.

⁴³ Na pintura, destacam-se o alemão, Caspar David Friedrich, o inglês John Ruskin, os americanos Albert Bierstadt (nascido na Alemanha) e os integrantes da chamada Escola do Rio Hudson (grupo de pintores românticos que se formou nos Estados Unidos, em meados do século XIX, que privilegiava a paisagem como tema de sua arte).

século XIX, o estudo das montanhas toma mais impulso, movido pelo interesse dos cientistas em compreender a formação das mesmas, bem como a vida das espécies alpinas⁴⁶. No mesmo período, a expansão das ferrovias na Europa reduz o isolamento das montanhas, aumentando as viagens para esses destinos. Após a 2ª. Guerra Mundial, fatores como a expansão da renda dos trabalhadores, maior tempo de lazer desfrutado por estes, melhorias relacionadas ao acesso às montanhas, bem como maior condição de conforto proporcionado por estes ambientes contribui para visitas mais frequentes e até mesmo mudanças de residências para regiões montanhosas (McMILLAN, 2006).⁴⁷ Ainda durante essa época, se propagava como o ar puro das montanhas ajudava na cura dos acometidos por doenças de pulmão, o que motivou a construção de sanatórios nessas áreas (PRICE, op. cit.).⁴⁸ O citado autor acrescenta que, naquele período, são criados na Inglaterra clubes de montanhismo, os quais logo se expandiram para outros países. Embora inicialmente de caráter mais elitista, nas últimas décadas, estes clubes, assim como o interesse pelas montanhas, tem se disseminado entre diferentes grupos populacionais. Com a expansão da industrialização, urbanização e os impactos ambientais resultantes do modelo de civilização atual, as montanhas constituem um refúgio para os que buscam um contato mais próximo com a natureza, sem o *stress* do dia-a-dia. Muitos visitam as montanhas em busca de ar puro, água limpa, vida saudável, além da biodiversidade e atrativos culturais e espirituais.⁴⁹

Por muito tempo isoladas, as montanhas lograram manter a natureza relativamente bem conservada. Nas últimas décadas, esses ambientes têm sofrido pressões da agricultura e pecuária, que fazem uso de métodos de manejo inadequado, do turismo sem controle, além da especulação imobiliária. Em face da rápida exaustão dos recursos naturais, crescimento populacional e mudanças climáticas, a conservação do ambiente de montanhas reclama maior atenção de pesquisadores, formuladores de política, governos e sociedade em geral.

Ainda no campo da ciência, as montanhas podem ser importantes aliados no estudo do aquecimento global e seus impactos na vida do Planeta. Como sugerido por Price (1986), as montanhas, por conta de suas especificidades, reagem como um termômetro indicando os impactos das mudanças climáticas, podendo assim funcionar como um laboratório para a observação deste fenômeno. Por exemplo, em comparação com as terras de baixas altitudes, as montanhas sentem mais profundamente as consequências da poluição do ar, reagindo de forma mais lenta e se expondo mais a danos irreversíveis. Mesmo que apenas cerca de um décimo da população mundial⁵⁰ habite regiões de montanha, as alterações nesses ambientes podem afetar um número muito maior de pessoas e o equilíbrio da Terra (PRICE, 1986).

3.2.4. Montanha: critérios de definição

No meio acadêmico e nas instituições que tratam do tema, a definição de montanha transita entre critérios subjetivos e objetivos. De um lado, Peattie (1936, citado por PRICE,

⁴⁴ Price (1986) aponta os escritores Albert von Haller, Thomas Gray, Jean-Jacques Rousseau e Horace Benedict de Saussure.

⁴⁵ Exemplos da música incluem: Richard Strauss (*An Alpine Symphony*); Ludwig van Beethoven (*Symphony No.6, Pastoral*); Ralph Vaughan Williams (*The Lark Ascending*).

⁴⁶ Plantas que vivem em altitude elevada, acima da linha das árvores, e em baixas temperaturas. Sobre as mesmas, ver Körner (2003).

⁴⁷ Na literatura, esse fenômeno é denominado de migração por amenidade (MOSS, 2006).

⁴⁸ O mesmo aconteceu no Brasil com cidades como Campos do Jordão, localizado na Serra da Mantiqueira (SP), com 1.628 metros de altitude; e com o município atualmente denominado de Santos Dumont (até 1932, Palmyra), localizado em Minas Gerais, com 839 m de altitude (SCHOSSLER, 2010).

⁴⁹ Em Moss (2006), podem ser encontradas experiências de migração para regiões de montanhas de vários países (ex.: Canadá, Estados Unidos, Noruega, Costa Rica e Suécia).

⁵⁰ Segundo DENNISTON (1996, apud <http://atlas.aaas.org/index.php?part=2&sec=eco&sub=mountains>). Acesso em 12 de novembro de 2015.

1986) já argumentava que questões intangíveis, tais como a individualidade, nível de impressão causada nos observadores e capacidade de despertar o imaginário humano compreendem critérios para definir uma montanha. Na mesma linha, arguindo critérios subjetivos, Hamilton e McMillan (2004) apontam que as pessoas percebem que estão diante de uma montanha ao vê-la, e argumentam também que a população de regiões montanhosas tem consciência da montanha e sentem orgulho da mesma.

De outro lado, Price (1986) considera que critérios objetivos característicos de montanha podem incluir a elevação topográfica ou altitude, inclinação, aspectos geológicos, climáticos e de vegetação. Entretanto, alerta o autor, esses critérios, idealmente, devem ser usados de forma combinada, evitando assim o uso exclusivo de algum deles. Sustentando esse argumento, o mesmo autor explica que o critério de elevação não se mostra suficiente para classificar como montanha as Grandes Planícies (*The Great Plains*), que cortam os Estados Unidos e o Canadá, alcançando mais de 1.500 m de altitude; o mesmo ocorrendo com o Platô Tibetano (5.000m de altitude). Em contraste, a altitude de apenas 696 m, alcançada por uma elevação localizada na porção ocidental de Spitsbergen (ilha do arquipélago Esvalbarde, território norueguês localizado no mar Ártico), é suficiente para que a mesma seja considerada uma montanha e admirada pelos habitantes locais e visitantes como tal.

Quanto aos aspectos climáticos e de vegetação, uma montanha se caracteriza por apresentar diferenças na medida em que a elevação cresce, abrigando espécies vegetais distintas, geralmente associadas a temperaturas mais baixas. Por fim, considerando ambos os critérios, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente-PNUMA (*United Nations Environment Programme*) segue o preconizado por Kapos et al (2000) para a definição de montanha, assim incluindo elementos físicos como altitude, inclinação e relevo local, bem como aspectos relacionados à percepção humana, como o fato da elevação ser considerada montanha pela população local. Na mesma linha, Hamilton e McMillan (2004) apontam como características de montanha fatores como elevação tridimensional que se destaca na paisagem local, existência de mais de uma zona de vegetação altitudinal, assim como a identificação de montanha por parte dos habitantes próximos. Essa abordagem envolvendo aspectos físicos e humanos coincide com a abraçada por esta tese.

3.3. MONTANHA E PAISAGEM

A existência das montanhas muda completamente o perfil da Terra, alterando também o tipo e a distribuição dos fenômenos naturais como os ventos e os cursos d'água (PRICE, 1986). Esse autor destaca que as montanhas formam um ambiente especial, um microcosmo, que serve de *habitat* para formas diferenciadas de vida, como por exemplo, as espécies vegetais denominadas alpinas. A paisagem de montanhas compreende um ambiente naturalmente favorecido pela topografia, vegetação, cursos d'água e o microclima criado por essas condições. A altitude, inclinação e outros aspectos do relevo de ambientes de montanha criam uma visão cênica de alto valor, atraindo moradores, visitantes e turistas, e estimulando o imaginário humano.⁵¹

A existência de fontes, cursos e reservatórios d'água contribui para a qualidade cênica da paisagem de montanhas, bem como para o equilíbrio da vida na Terra. As montanhas são importantes para a formação da umidade e dos recursos hídricos do planeta (HAMILTON e McMillan, 2004). Por representarem a maior fonte de água doce da Terra, o PNUMA as considera “torres de água”. Segundo o órgão, mais de três bilhões de pessoas dependem das fontes d'água doce oriundas das montanhas.⁵² Exemplos de vários países apontam para essa importância. Na China, ao pé da montanha Lushan, se encontra o lago Luling, a principal fonte de abastecimento de água potável dos habitantes da região. Lushan contribui ainda para a formação do lago Poyang, o maior reservatório de água doce do país.⁵³ No sudeste da Austrália, o Monte Gambier contribui para a formação de diversos lagos, o maior deles, o Lago Azul (*Blue Lake*), tem profundidade máxima de 70 metros e, além de ser uma forte atração turística, constitui a principal fonte de água doce da região (LEANEY et al, 1995). Na Tanzânia, o Monte Kilimanjaro reveste-se de vital importância para os recursos hídricos do país: quatro rios nascem na região, que ainda dispõe de diversos córregos e outras fontes hídricas (SARMETT e FARAJI, 1991). A água do referido monte abastece a população do Nordeste e Norte-centro do país, servindo para consumo humano, irrigação e geração de energia. Por fim, na Áustria, a montanha Eisenwursen, localizado nos Alpes, abriga lagos subterrâneos e fontes d'água que contribuem de forma decisiva para o abastecimento da cidade de Viena.⁵⁴

As variedades da flora e fauna encontradas nas montanhas representam outra fonte de percepção de valor das montanhas. Hamilton e Mcmillan (2004) sustentam que as montanhas funcionam como um refugio para plantas e animais raros, que já não são encontrados em ambientes planos mais alterados. Price (1986) alerta que as montanhas abrigam materiais genéticos originais e funcionam como “um santuário” para espécies singulares. Exemplos de montanhas localizadas em diferentes partes do mundo ilustram esta capacidade. No Japão, o Monte Fuji (3.776 m de altitude) abriga tipos variados de vegetação (montanhosa, subalpina e alpina), inclusive espécies raras e de alto valor.⁵⁵ A fauna do Fuji se compõe de 40 espécies de mamíferos (ex: antílope, urso, raposa e esquilos), 180 espécies de pássaros selvagens, além de anfíbios e répteis, peixes de água doce e uma variedade de insetos.⁵⁶ Na África do Sul, a

⁵¹ Dados da Organização Mundial do Turismo (*World Tourism Organization*-WTO) indicam que o turismo de montanha representa entre 10-15% do turismo mundial, equivalente ao valor anual de US\$ 70-90 bilhões.

⁵² Ver:

<http://www.unep.org/resourceefficiency/Home/Business/SectoralActivities/Tourism/WorkThematicAreas/EcosystemManagement/Mountains/tabid/78801/Default.aspx> Acesso em 25 de setembro de 2015.

⁵³ Fonte: *Encyclopedia Britannica* <http://global.britannica.com/place/Lake-Poyang> Acesso em 20 de junho de 2015.

⁵⁴ <http://www.globalgeopark.org/aboutggn/list/austria/6403.htm> Acesso em 3 de março de 2015.

⁵⁵ Ver http://www.fujisan-net.gr.jp/english/4_02.htm e <http://www.fujisan-3776.jp/english/aboutfuji/shizen.html> Acesso em 27 de junho de 2015.

⁵⁶ Fonte: <http://www.yamanashi-kankou.jp/kokuritsukoen/en/photolibrary.html>

Montanha Mesa (1.084 m de altitude) acolhe uma flora estimada em mais de 2.000 mil espécies de plantas e cerca de 1.500 flores, a maior parte delas endêmicas. A fauna selvagem inclui de babuínos e damão do cabo a pinguins.⁵⁷ Já sobre o Monte Kilimanjaro, Newmark et al (1991) apontam que a fauna dessa montanha se mostra complexa, incluindo espécies ameaçadas de extinção, como elefantes, antílopes e babuínos, além de outros. Por sua vez, nos Estados Unidos, os Montes Hood (3.400 m de altitude), Shasta (4.326m de altitude), Ranier (4.392 m de altitude) e Shenandoah (1.220 m de altitude) são considerados *habitats* de vida selvagem, compostos de fauna e flora variadas, com algumas espécies endêmicas ou ameaçadas de extinção.⁵⁸ Assim, as montanhas são, frequentemente, o derradeiro refúgio para diversas espécies em diferentes situações de vulnerabilidade.

A paisagem das montanhas também pode ser apreciada pelos odores próprios. Frequentemente as pessoas lembram das montanhas pelos aromas a elas associados, sendo esses oriundos das folhas, flores, frutos, madeiras, solo, orvalho e seivas (BELK e COSTA, 1998; TAYLOR e GRANDJEAN, 2007). O ar puro e fresco, a umidade, a vegetação densa e variada e suas seivas, os restos vegetais que se decompõem e se agregam à terra e outros elementos naturais ativos produzem cheiros característicos. Corroborando com esse ponto, Sousa et al (2015), ao se referirem à beleza da paisagem da Serra do Evaristo (Baturité, Ceará), descrevem os aromas de flores silvestres e de diversos frutos que sentiram ao caminhar até o seu cume. Depreende-se assim, que os odores são parte da paisagem de montanhas.

A sonoridade também compõe a paisagem de montanhas, reforçando a forma como a mesma é percebida (STEGNER, 2015)⁵⁹. O ruído dos galhos e folhas que caem, balançam e roçam umas nas outras; o som produzido pela fauna que nela se desenvolve, anunciando o vigor da vida local; o murmúrio das águas que brotam da terra, caem em quedas, escorrem nos declives, correm no terreno e mergulham nas grotas; o sopro do vento que ecoa no relevo acidentado, percorrendo as vertentes, encostas e outras formas morfológicas do ambiente; as pedras, retalhos de rochas e pedaços do solo que se soltam e rolam ladeira abaixo tocando o que mais encontram no seu deslizamento, até encontrar o descanso onde se acomodam; as frestas que se abrem rasgando a terra e criando novas formas por onde ecoar o barulho, sorver a água e esconder restos da natureza; e ainda outras manifestações que a audição humana consegue captar na paisagem de montanhas expressam a paisagem; até mesmo os “silêncios” (Sousa et al, 2015) que podem-se encontrar lá. Tudo isso traduz a linguagem sonora da paisagem de montanha.⁶⁰

Kitahara e Watanabe (2003) apontam a existência no Fuji de borboletas raras e ameaçadas de extinção (KITAHARA e WATANABE, 2003).

⁵⁷ Fonte: <http://www.tablemountainnationalpark.org/> Acesso em 20 de junho de 2015.

⁵⁸ Sobre Monte Hood, ver: <http://www.fs.usda.gov/mthood/> e <http://www.mthood.info/recreation/mt-hood-recreation-nationalForests.html> Acessos em 20 de fevereiro de 2015.

Sobre o Monte Shasta, ver: <http://www.nature.nps.gov/nnl/site.cfm?Site=MOSH-CA> e

<http://www.fs.usda.gov/stnf/> Acessos em 20 de fevereiro de 2015.

Sobre Monte Ranier, ver: <http://www.nps.gov/mora/index.htm> e

<http://www.wilderness.net/NWPS/wildView?WID=382>

Sobre Monte Shenandoah, ver: <http://www.nps.gov/shen/learn/nature/plants.htm>

<http://www.wilderness.net/NWPS/wildView?WID=549> e <http://www.nps.gov/shen/index.htm> Acessos em 25 de outubro de 2015.

⁵⁹ A obra do historiador e ambientalista americano foi originalmente editada em 1969.

⁶⁰ O escritor japonês Yasunari Kawabata (Prêmio Nobel de Literatura, 1968) tratou deste tema na sua mais famosa obra, *O Som da Montanha*, publicada no Japão, inicialmente em série, durante os anos 1949-1954.

Fontes: <http://www.bookrags.com/studyguide-the-sound-of-the-mountain/#gsc.tab=0>

<http://www.complete-review.com/reviews/kawabata/sound.htm>

Transcrito de Kawabata (2013, pag. 8):

“... *He thought he could detect a dripping of dew from leaf to leaf.*”

Como mencionado no início desse capítulo, a paisagem da montanha incorpora ainda elementos culturais, forjados através dos tempos por seus habitantes em processos de adaptação para a sobrevivência nesse ambiente. Com efeito, a condição de isolamento da montanha influencia o modo de vida das populações residentes naqueles ambientes, incluindo aspectos relacionados à produção (ex.: tipo de produto e modo de produção), habitação, defesa, comunicação e outras formas de interação com o meio ambiente. Como exemplo de formas de comunicação, lembra-se o caso dos antigos habitantes das montanhas da Áustria, que usavam toadas e outros sons para fazer ecoar mensagens entre os vales, até que tais ruídos alcançassem o destinatário. Em relação ao aspecto produtivo, inicialmente as regiões montanhosas foram dedicadas ao pastoreio, especialmente de rebanos ovinos. Criados de forma extensiva, os rebanhos encontravam nas áreas elevadas um pasto sempre verde que lhes garantia o sustento durante o verão.⁶¹ Outras manifestações ligadas a cultura de montanha incluem as formas de construção e proteção, artificios de defesa, modo de alimentação e culinária, hábitos e tradições e até comportamentos. Razões para esses traços diferenciados prendem-se ao isolamento, topografia e outras condições naturais do ambiente de montanha.

Then he heard the sound of the mountain.

... Shingo wondered if he might have heard the sound of the sea. But no—it was the mountain.

It was like wind, far away, but with a depth like a rumbling of the earth.

...

He wanted to question himself, calmly and deliberately, to ask whether it had been the sound of the wind, the sound of the sea, or a sound in his ears. But he had heard no such sound, he was sure. He had heard the mountain."

⁶¹ Eggertsson (1992) mostra como as regiões montanhosas da Islândia foram utilizadas como pasto, desde o século IX. Garcia-Ruiz et al (1996) explicam como, desde a época dos Romanos, os habitantes da região dos Pirineus (Espanha) usaram áreas montanhosas para atividades de pastoreio, em especial de ovinos, como estratégia para sobreviver e se desenvolver.

3.4. A PAISAGEM E OS PRODUTOS DE MONTANHA

A paisagem de montanha, ao incorporar os atributos da mesma, proporciona uma oportunidade para promover o desenvolvimento sustentável de seu território através da associação dos produtos locais a tais qualidades. A valorização da paisagem e sua conservação permitem a agregação de valor aos produtos locais que se alinhem com esses princípios. Essa estratégia de geração de valor apresenta múltiplas vantagens, pois concilia conservação da paisagem com iniciativas de produção, geração de postos de trabalho e ocupação e expansão da renda dos habitantes locais. Além disso, ao se fundamentar em produtos enraizados na paisagem local, o processo de desenvolvimento assim organizado tende a ser mais inclusivo, proporcionando ganhos para as comunidades que dele participam. A eficácia dessa estratégia, entretanto, exige que os produtos e todo o processo de produção e comercialização, de fato, espelhem a paisagem e estejam atentos a sua conservação, resguardando também suas qualidades intrínsecas. Estas últimas dizem respeito a padrões sanitários, alinhamento com o ideal de vida saudável, e ainda o preenchimento da expectativa dos consumidores quanto à originalidade do produto (diferenciação).

Na verdade, a categoria de produtos associados a uma dada base geográfica tem recebido significativa atenção nas últimas décadas, principalmente como uma resposta a industrialização exacerbada e seus impactos no meio ambiente, além da padronização excessiva de formas de consumo, e as pressões da urbanização. A volta do interesse pelos produtos de base natural, de caráter típico, que reflitam um modo de vida, os saberes e fazeres locais sinaliza para um modelo de desenvolvimento assentado no território. Além do conceito de indicação geográfica-IG já retromencionado, uma gama de outros figura na literatura e no universo de políticas e planejamento apontando para o caráter territorial dos produtos. Assim, Ribeiro e Martins (1996) consideram como “bens culturais” aqueles que evocam elementos diferenciados do território e que propagam essa identidade. Por sua vez, da Costa Joia (2011), ao estudar a região do Naturtejo (Portugal), utiliza o conceito de Produto Local Tradicional de Qualidade e Tipicidade-PLTQT para expressar produtos únicos, de base local ou regional, que se diferenciam pelas matérias primas, técnicas de produção, consumo e comercialização, características estas que contribuem para agregar valor a tais produtos. Outro conceito também alinhado a vinculação do produto ao território corresponde ao de geoproduto, denominação utilizada no âmbito dos *Geoparks Globais*⁶². A esse respeito, Farsani *et al* (2012) definem geoprodutos como produtos locais relacionados às atividades do Geopark ou que sejam considerados simbólicos da herança geológica do território do Geopark.

Na linha acima tratada, experiências internacionais de produtos associados ao território de montanha podem ser identificadas em diversos países. Na Alemanha, a região de Odenwald-Bergstrasse, uma área montanhosa situada ao longo do rio Reno, produz, desde os tempos Romanos vinhos robustos, de acidez marcante e com traços minerais derivadas do solo rochoso onde as uvas são cultivadas.⁶³ Lá, o clima é ameno. A região recebe a brisa formada pelas correntes de ar e a Serra Hunsrück barra os ventos gelados. As vinhas se posicionam viradas para o Sul, condição que contribui para aprimorar a qualidade do vinho.

⁶² Geoparks compreendem áreas delimitadas, que contêm um patrimônio geológico de extraordinária importância científica, raridade e beleza, e representativo de uma região e de sua história geológica, que deve ser usado para promover o desenvolvimento sustentável do território, de modo a melhorar o bem estar das comunidades que nele habitam. A estratégia de Geopark conta com o endosso da UNESCO (MCKEEVER e ZOUROS, 2005).

⁶³ Informações aqui incluídas foram retiradas de: ÖCHSLE, *The Magazine of the German Wine Institute*. Disponível em: <http://www.germanwineusa.com/download/pdf/oechsle.gb-web-klein-klein.pdf> Acesso em 15 de novembro de 2015.

O cultivo em montanha envolve um trabalho duro, mas a experiência secular dos produtores dessa região transforma tal esforço em ganhos de qualidade para o vinho. Quase a metade do vinho da região é do tipo *Riesling*, conhecido como o “Rei de Bergstrasse”. Esta variedade de uva se adapta muito bem às condições do local, onde a primavera chega mais cedo do que em qualquer outra região da Alemanha, assim permitindo uma temporada de colheita mais demorada.

A paisagem da dita região impressiona: além das vinhas plantadas em terraços íngremes, os campos floridos com magnólias, *forsythias* e outras espécies florais trazem um especial colorido, e plantações de figos e amêndoas se estendem até a linha do horizonte. Em dias claros, pode-se avistar a Floresta *Palatinate*, uma das maiores da Europa, e considerada pela legislação alemã como um parque natural⁶⁴ e que, juntamente com a região Norte de Vorges (França), compõe a Reserva da Biosfera UNESCO.⁶⁵ Erguidos no meio da paisagem encontram-se inúmeros castelos medievais, todos bem conservados, quase sempre ao lado de bosques e jardins. As cidades contam com um centro histórico vivo e bem cuidado, que mostra com orgulho a cultura local. Com esses atributos, desde 2002, a UNESCO incluiu a região na sua lista de Patrimônio Histórico Mundial.⁶⁶ Além disso, a geologia da região revela a história, de mais de 500 milhões de anos, da formação da Terra e da vida. Esse rico patrimônio geológico garantiu a distinção do território como Geopark Global UNESCO (2004).⁶⁷ Tendo em vista manter esse prestigioso status, a região fica obrigada a implementar estratégias de conservação da herança geológica, bem como usá-la para melhorar a qualidade de vida dos habitantes locais. Os geoprodutos, pois, se inserem na estratégia de Geoparks.

A paisagem da região inspirou poetas e escritores, como o americano Mark Twain, o francês Victor Hugo e o romântico alemão Heinrich Heine. Obras do pintor romântico inglês, William Turner, reproduzem cenas bucólicas da região. Imerso nesse ambiente campestre e refletindo a própria identidade de Odenwald-Bergstrasse, o vinho e as vinícolas locais são considerados românticos. Além de suas propriedades organolépticas, o produto se diferencia dos demais por conta do que simboliza e inspira. Os adeptos do vinho da região comentam que degustar a bebida lhes coloca “em meio à beleza cênica da região”; “é como ler uma poesia”, dizem outros. Assim, os atributos da paisagem de Odenwald-Bergstrasse claramente agregam valor ao produto de suas vinícolas.

Outro exemplo de como a paisagem se incorpora aos produtos locais se encontra na China. Lá, a montanha Lushan, uma das mais famosas do país, produz um dos chás mais apreciados do mundo, de delicado aroma, sabor refrescante e cor vibrante. Há claras razões para tanto. As folhas do chá verde *Lushan Cloud Fog* são retiradas de plantas cultivadas a uma altitude média de 1.100 m acima do nível do mar. Características típicas da paisagem natural de Lushan, como a altitude, frequência de dias nublados durante o ano, umidade elevada, clima ameno e farta quantidade de matéria orgânica no solo proporcionam um maior índice de clorofila nas folhas, que resulta em aroma e sabor incomparável, segundo explicam os mestres do chá. Por um lado, a qualidade do chá produzido em Lushan está associada à conservação da vegetação, solo e recursos hídricos do território.

Por outro lado, esse chá tem forte identificação com a paisagem e atmosfera mística (cultura) da montanha Lushan, a qual contempla arte, poesia, filosofia e estímulos espirituais.

⁶⁴ Link: <http://www.embark.org/germany/stuttgart/adventures/palatinate-forest-nature-park> Acesso em 11 de novembro de 2015.

⁶⁵ Link: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/europe-north-america/francegermany/vosges-du-nordpfaelzerwald/> Acesso em 12 de novembro de 2015.

⁶⁶ Listado como *Upper Middle Rhine Valley* em: <http://whc.unesco.org/en/list/1066> Acesso em 3 de março de 2015.

⁶⁷ Ver: <http://www.globalgeopark.org/aboutggn/list/germany/6430.htm> Acesso em 3 de março de 2015.

Essa montanha se encontra entre os destinos turísticos mais festejados na China. A degustação do chá se inclui entre as atividades consideradas imperdíveis durante a visita a Lushan, destino acalentado em sonhos por grande parte dos chineses. Além do sabor e aroma excepcionais, muitos adeptos explicam que a ingestão do chá lhes traz à memória a grandeza de Lushan e o que esta montanha representa no imaginário chinês. De há muito, o chá de Lushan faz parte das especialidades da China. Em tempos passados, esse chá era oferecido como presente aos imperadores. Regularmente consumido pelos habitantes locais, o mencionado chá é servido em banquetes oficiais, e apresentado com orgulho aos visitantes. Ao lado de outros produtos que lembram a montanha, o Lushan *cloud fog* tem presença certa entre os *souvenires* comercializados em Lushan. Ademais, o mesmo chá se encontra entre os mais famosos e os que recebem maior cotação na China. Percebe-se assim, que a associação do produto com a paisagem da montanha tem significativa influencia na valorização do mesmo.

Nessa mesma linha, um exemplo brasileiro que merece destaque consiste no café ecológico da Serra (Maciço) de Baturité, caso que será analisado nos capítulos 3 e 4 deste trabalho. No capítulo 3, discorre-se sobre os diferentes ciclos produtivos que a cultura cafeeira atravessou na região até a fase recente de produção, que se fundamenta na conservação da mata, biodiversidade e outros recursos naturais e culturais, integrantes do ambiente de montanha. No capítulo 4, retoma-se a questão sobre paisagem, contextualizando-a a partir da produção cafeeira tratada anteriormente.

3.5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desafio de conciliar objetivos de conservação do meio ambiente com a expansão da produção encontra na valorização da paisagem uma alternativa integradora e que aponta para o desenvolvimento sustentável. No caso das montanhas, responsáveis por recursos importantes e ao mesmo tempo enfrentando fortes fragilidades, a urgência para conter processos de degradação ambiental precisa ser assumida como prioridade, inclusive por conta das mudanças climáticas e os impactos dessas para a vida e o equilíbrio da Terra.

As montanhas compõem boa parte do território brasileiro⁶⁸, muitas delas localizadas em áreas de baixo dinamismo, relativamente isoladas, carentes de infraestrutura eficiente, e com forte limitação de recursos públicos. A estratégia de desenvolvimento tradicional, de caráter produtivista, sustentada em larga escala, produtos padronizados e ganhos crescentes de produtividade não se mostra apropriada para ambientes de montanhas, dadas as suas conhecidas fragilidades. Tal caminho tampouco aponta para a produção sustentável. De fato, o caminho adequado para o desenvolvimento de montanhas reside no reconhecimento de suas peculiaridades como território, com todas suas vantagens, riquezas e fragilidades. A opção por desenvolver produtos de base territorial apoiados na valorização da paisagem desses ambientes abre caminho para promover o dinamismo econômico associado a objetivos sócio ambientais.

Nos últimos anos, o interesse pelo tema relacionado à montanha, incluindo a compreensão sobre suas especificidades e a produção de conhecimento sobre montanhas tem experimentado significativos avanços, principalmente em relação a métodos de proteção e conservação, e uso produtivo (ex: agricultura, turismo). Entretanto, tais iniciativas se limitam a setores, funções ou campos de atuação específicos, frequentemente tratados de forma isolada. A valorização da paisagem em suas mais diversas formas e a conexão desta com produtos que guardem identidade com o território de montanha, e que estejam alinhados com princípios conservacionistas pode lastrear estratégias de desenvolvimento territorial em bases integradoras e de caráter sustentável. Em termos de desenvolvimento, esta estratégia contrasta com a tradicional forma dicotômica de pensar o mundo físico e o imaginário, o meio natural e o antrópico. Destoando dessa linha, a paisagem se coloca como uma forma de integrar ações de diferentes campos, alinhando objetivos econômicos, sociais, culturais, ambientais e ecológicos, assim produzindo sinergias e potencializando resultados. Uma estratégia dessa estirpe sinaliza, pois, para a transdisciplinaridade da paisagem.

⁶⁸ Lopez et al (2011, citando Crescente Fértil 2002) apontam que as regiões de montanha alcançam aproximadamente 17% do território brasileiro. Os mesmos autores destacam que o Brasil está entre os 20 países com maior área de montanha do mundo.

4. CAPÍTULO III

EXPERIÊNCIAS DE PRODUÇÃO DE CAFÉ NA SERRA DE BATURITÉ: APRENDIZADO EMPÍRICO, EQUÍVOCOS E NOVA RETOMADA

4.1 INTRODUÇÃO

A exploração econômica em ambientes de montanha através da agricultura suscita cuidados especiais devido às fragilidades que os mesmos apresentam em razão da sua topografia, tipo de solos, importância para a formação de recursos hídricos, microclima e biodiversidade, além de outros. Considerando a compreensão adotada por Sartori e Sartori (2004), um conjunto de montanhas alinhadas constituiu uma serra.⁶⁹ No Estado do Ceará, onde mais de 98% do território encontra-se inserido na região semiárida brasileira⁷⁰, as serras constituem uma paisagem de exceção, no sentido de que destoam dos domínios da caatinga.⁷¹ A produção agrícola nesse ambiente nem sempre esteve atenta às suas peculiaridades e assim causou, em diversas épocas, ondas de devastação da mata e outras alterações, que produziram, em cadeia, sérios desequilíbrios ambientais. Além das repercussões em termos de solo, recursos hídricos e perda de diversidade, tais impactos ambientais comandaram perdas na produção e produtividade agrícola, que chegaram a quase inviabilizar o cultivo na região.

Agravam esse problema o modelo de planejamento há muito tempo predominante no Brasil e o caráter das políticas públicas. Frequentemente definidas de forma centralizada e padronizada para todo o país, sem considerar as peculiaridades locais e regionais, a implementação das políticas públicas, via de regra, incorre em equívocos e provoca danos aos grupos alvo dessas medidas, que contudo, destoam do perfil visualizado na formulação das mesmas. No caso de políticas agrícolas, a ausência de visão regional, incluindo aspectos geográficos, culturais e econômicos tem provocado desastres nas atividades afetadas. Especificamente, em ambientes de montanha, o enfoque produtivista, nem sempre atentando para medidas de conservação do meio natural, e o desconhecimento sobre o potencial da paisagem para agregar valor aos produtos desperdiça oportunidades para trilhar alternativas de produção que proporcione ganhos econômicos aliados à promoção do meio ambiente e a cultura local.

Esse capítulo trata das experiências de produção de café na Serra de Baturité, estado do Ceará, enfocando os diferentes ciclos dessa produção, a interação dessa cultura com o meio ambiente, o aprendizado alcançado pelos produtores, o impacto da política cafeeira de meados do século XX na produção local e no meio ambiente, bem como o abandono e posterior retomada do cultivo do grão na região, desta feita atentando para cuidados com a conservação ambiental e ganhos de qualidade do produto. Além da importância de se considerar o conhecimento local na formulação e implementação de intervenções direcionadas a realidades específicas, a conclusão destaca a associação mutuamente benéfica entre a produção do café sombreado e o meio ambiente da serra.

Na linha de um estudo de caso, o procedimento metodológico utilizado inclui análise documental e bibliográfica, observação e pesquisa participante, bem como entrevistas semiestruturadas com atores-chave. Sobre o aspecto participante, considera-se Oliveira e Oliveira (1985), quando esses discorrem sobre a dificuldade em separar o sujeito da pesquisa (cientista social) e o objeto específico da pesquisa (a sociedade). Isso porque o sujeito é também um ser social e sendo as atividades humanas as que transformam a sociedade da qual o sujeito faz parte, este último está exposto aos impactos da proposta por ele apresentada. Depreende-se assim, a impossibilidade do pesquisador atuar como observador imparcial, se isolando do contexto da situação que o mesmo analisa. Ainda de acordo com os citados autores, a pesquisa participante considera um conjunto de questionamentos sobre as causas

⁶⁹ Sobre essa definição, Sartori e Sartori citam Lucci (1996).

⁷⁰ Do total de 184 municípios do Estado, 175 estão localizados no semiárido. (FUNCEME, 2017)

⁷¹ Sobre paisagem de exceção ou enclaves, ver Ab'Sáber (2003). Freire e de Souza (2006) discutem o mesmo conceito e sua aplicação para a Serra de Baturité.

mais remotas dos fenômenos sociais e sobre a dinâmica da mesma. Dessa forma, a pesquisa aqui apresentada, além de considerar as características físicas e culturais da área de estudo, buscou entender a historicidade e a dinâmica dos atores no campo, perseguindo as razões que motivaram suas ações e os impactos das mesmas sobre diversos setores.

A pesquisa se enquadra no tipo básico de abordagem hipotética e em termos de fins, se caracteriza por ser diagnóstica, descritiva e exploratória. Alguns dos documentos e artefatos foram encontrados e examinados em residências de famílias de produtores ou ex-produtores de café, descendentes de comerciantes do produto na região e em São Paulo, além de ex-funcionários do escritório de Londres (Reino Unido) do extinto Instituto Brasileiro do Café (IBC) e da Organização Internacional do Café.⁷² As entrevistas e observações foram feitas, principalmente, em visitas aos locais de produção, beneficiamento, comercialização e consumo do café e atividades associadas a esse produto, entre essas o turismo, incluindo eventos festivos potencializados pelo ambiente de montanhas.

O estudo teve como base a região da Serra de Baturité, também denominada Maciço de Baturité, encravada no estado do Ceará, distante em média 100 km da capital Fortaleza, esta última situada na costa litorânea do estado. A região do Maciço de Baturité constitui uma unidade espacial de planejamento (“região de planejamento”) adotada pelo governo do estado e assim compreende 13 municípios⁷³, perfazendo uma área de 3.707,26 km², abrigando uma população estimada (2017) em 242.385 habitantes (Figuras 1 e 2). Especificamente, a pesquisa considera apenas os principais municípios produtores de café dessa região, incluindo: Aratuba, Baturité, Guaramiranga, Mulungu e Pacoti. Dentre esses últimos, o município de Guaramiranga, mereceu ênfase especial nesse estudo, pois além de ter maior altitude (média de 865m e máxima de 1.115m, na localidade denominada de Pico Alto), representa o ideário da maioria dos cearenses para um ambiente de montanhas, em termos de paisagem. Isso tanto é verdade que se tornou comum entre os cearenses a referência à “Serra de Guaramiranga”, significando assim toda a região serrana no entorno do município, onde tanto a temperatura, vegetação, umidade, clima e paisagem são típicas de ambientes montanhosos.

⁷² O Instituto Brasileiro do Café (IBC), autarquia do governo federal, tinha sede no Rio de Janeiro, e foi criado pela lei nº 1.779, de 22/12/1952, em substituição à Divisão de Economia Cafeeira-DEC (em vigor desde 1946). O IBC foi inicialmente vinculado ao Ministério da Fazenda, tendo sido posteriormente transferida para o Ministério da Indústria e Comércio. Entre seus objetivos constavam a execução da política agrícola e comercial para o café, bem como fornecer assistência técnica e econômica aos produtores. O IBC foi extinto em 1990 (lei no. 8.029), durante o governo do presidente Fernando Collor de Melo. A Organização Internacional do Café, criada em 1963, com sede em Londres (Inglaterra) reúne os países líderes na produção e consumo de café.

⁷³ Acarape, Aracoiaba, Aratuba, Barreira, Baturité, Guaramiranga, Itapiúna, Mulungu, Ocara, Pacoti, Palmácia, Redenção.

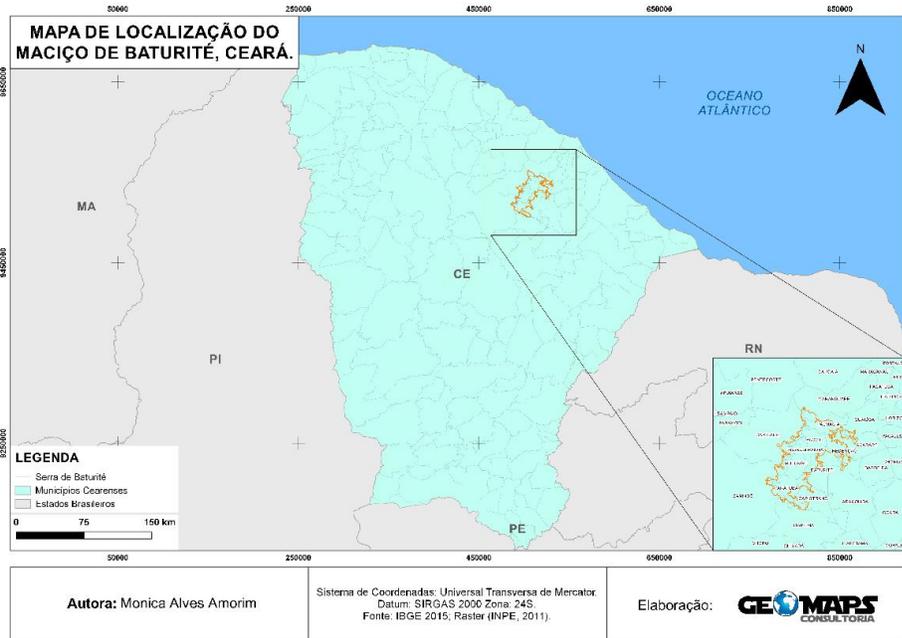


Figura 1: Localização da Serra de Baturité no estado do Ceará

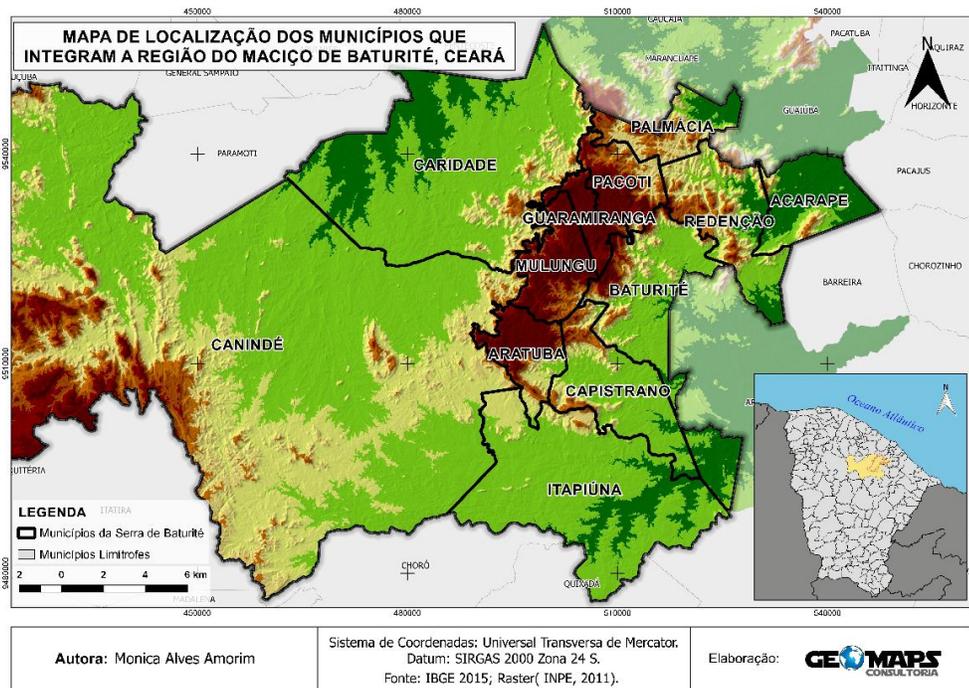


Figura 2: Municípios da Serra de Baturité

4.2 O INICIO DO CULTIVO DO CAFÉ NA SERRA DE BATURITÉ

O cultivo do café na Serra de Baturité teve início logo após os primeiros movimentos de ocupação da região por parte de portugueses e índios potiguares. Assim, no final do século XVII, esses desbravadores seguiam o rio Choró (com nascente no interior do Ceará) em direção àquela serra, em busca de condições mais apropriadas para agricultura e criação de gado (LEAL, 1981). No século XVIII, se intensificou, naquela região serrana, a instalação de famílias que buscavam terras úmidas para se fixarem.⁷⁴ Foi nessa época, com sementes trazidas da região do Cariri, e posteriormente do estado do Pará, que teve início o cultivo do café em áreas de maior altitude das serras cearenses, tais como Baturité, Maranguape, Aratanha, Ibiapaba, Meruoca e Araripe (TAUNAY, 1945). Na serra de Baturité, a maior parte do cultivo se assentou nos domínios do atual município de Guarimiranga, então denominado de Conceição.

A cultura do café se expandiu rapidamente na serra de Baturité, motivando a instalação e expansão de fazendas cafeeiras.⁷⁵ À implantação dos cafezais precedia a derrubada da mata nativa, operação manual e penosa, feita a machado e com uso de queimadas. Ignorando as especificidades do cultivo do café, os fazendeiros reproduziram as mesmas técnicas já utilizadas na plantação de cana de açúcar e algodão, culturas já bem conhecidas no Nordeste e que exigiam a retirada da vegetação existente antes do plantio. Contudo, esse sistema contrastava com o adotado por outros produtores concorrentes (ex: Colômbia, Costa Rica e Java), os quais cuidavam por reproduzir nos seus cultivos, o *habitat* originário do café (*Coffea arabica*) nas montanhas do Sudeste da Etiópia, onde a espécie crescia na sombra da floresta. Devido à forma de cultivo adotado em Baturité (e no Brasil em geral), a implantação dos cafezais provocou um forte impacto ambiental oriundo da devastação florestal (DEAN, 1997, apud SAES *et al*, 2001).

Inicialmente, as terras férteis e a disponibilidade de água favoreceram a produção dos cafeeiros na serra de Baturité, permitindo floradas intensas e colheitas generosas. Esse resultado motivou um número crescente de produtores a aderir à cultura. O cultivo se desenvolvia, predominantemente, em regime de monocultura, com os cafeeiros crescendo a pleno sol.

Em meados do século XIX, chegou à serra de Baturité um grande número de sertanejos que fugiam da seca, e que buscavam salvação para o gado. Ao se instalarem nas terras da serra, os recém-chegados colonizadores passaram também a cultivar o café (SOUZA, 1994). Novas fazendas foram então abertas, ampliando assim os cafezais e aumentando o grupo de produtores na serra. Em consequência dessa onda migratória, a produção cafeeira da serra experimenta uma forte expansão que duraria décadas (LIMA, 1946, apud SAES *et al*, 2001).⁷⁶

A produção se destinava ao abastecimento do mercado da então província do Ceará, com o excedente sendo destinado aos mercados do Pará, Maranhão e Pernambuco e países da Europa (TAUNAY, 1945). As vendas para o exterior atingiram o ápice no ano de 1862,

⁷⁴ “O café (*Coffea arabica*) foi introduzido na Serra em 1822, quando Antônio Pereira de Queiroz Sobrinho plantou em Guarimiranga, em sistema de pleno sol, sementes trazidas do Cariri, seguindo-se outras áreas de cultivo com sementes provenientes do Pará. O cultivo ao sol proliferou paulatinamente, motivando pioneiros e adeptos, adquirindo vulto depois de 1845, com a migração para a Serra de parte da população sertaneja expulsa pela seca.” <http://revistacafeicultura.com.br/?mat=27638>

⁷⁵ Além do café, a região abrigou também plantios de cana de açúcar e engenhos para o processamento da rapadura e açúcar. Algumas fazendas mantinham ambas as culturas.

⁷⁶ Ver também sobre isso: <http://revistacafeicultura.com.br/?mat=27638> Acesso em 17 de junho de 2016.

quando o Ceará exportou cerca de 2,2 mil toneladas (DE ASSIS e SAMPAIO, 2012).⁷⁷ A produção cearense de café, entretanto, jamais alcançou grande peso diante da produção nacional. Souza (1995) registra que, no período de 1851- 1860, as exportações da província do Ceará totalizaram pouco mais de 2% do total exportado pelo Brasil.

Até o final do século XIX, a expansão da cultura cafeeira na serra proporcionou riqueza e progresso, mas não deixou de causar fortes danos ambientais na região. De um lado, o desenvolvimento da cultura trouxe fortuna aos proprietários de terra, valorizou as fazendas, impulsionou o comércio e forçou melhoria da infraestrutura da região. As famílias produtoras exibiam pujança patrimonial construindo grandes casarões e adotando hábitos de consumo nos moldes da nobreza europeia (GIRÃO, 1985). O negócio do café dava liquidez e estruturava a economia local. Até mesmo uma moeda própria, o “boró”, chegou a ser criada e lograva fácil circulação em toda a região da serra. Mesmo tendo sido criada para intermediar a comercialização do café, o boró era aceito no comércio em geral como pagamento pelas mais diversas compras (ex: alimentos, tecidos, artefatos em geral e serviços). O valor do boró correspondia às medidas de quantidades utilizadas para pagar as apanhadeiras de café, sendo as unidades de medida mais comuns o alqueire e suas divisões, como a terça e a quarta (OLIVEIRA, 1988, apud COSTA, 2008).⁷⁸

A pujança da economia cafeeira forçou melhorias na infraestrutura de toda a região da serra de Baturité. O sistema de transporte local ganhou significativo impulso com a construção (1882) da estrada de ferro Fortaleza-Baturité (construída por Ingleses, em duas fases, totalizando 100 km de trilho), que permitiu mais facilidade para o escoamento da produção para a capital e seu porto marítimo, de onde partiam as sacas de café para exportação. A ferrovia seria posteriormente expandida até o Cariri (sul do Ceará) possibilitando a ligação da capital com a parte meridional do Estado. Além da melhoria no sistema de transporte e comunicações, escolas religiosas foram implantadas na região, algumas em regime de internato para moças e rapazes de famílias abastadas oriundas de todo o estado.

De outro lado, a ampliação de áreas cultivadas com café na região da serra de Baturité, nos moldes então adotados, provocou um intenso desmatamento da flora nativa, parte integrante da Mata Atlântica (FREIRE e DE SOUZA, 2006). A derrubada da mata, queimada e destocamento consistiam nos primeiros passos para a instalação dos cafezais. O desmatamento, a monocultura e o intenso e descuidado uso do solo causaram o inevitável empobrecimento da terra. O solo perdeu teor de húmus e teve reduzida sua capacidade de reter umidade. Ademais, o regime de monocultura facilitava a erosão do solo e não oferecia maior proteção contra os ventos e chuvas fortes, tampouco proporcionava alívio aos cafeeiros em épocas de seca e forte insolação. Os plantios padeciam de vida breve. Em consequência, os cafezais sofreram perdas de produtividade e vigor (LIMA, 1946, apud SAES et al, 2001).⁷⁹ A rentabilidade da cultura caiu drasticamente e diversos cafezais foram abandonados ou exterminados. A crise cafeeira gerou forte abalo na economia local e a opção dos produtores pela cana de açúcar ganhou fôlego em Guaramiranga, fato que se reproduziu em toda a região serrana de Baturité. A sustentabilidade da produção cafeeira foi colocada em cheque.

⁷⁷ A partir de dados apresentados por Guabiraba (1989), esses autores estimam as exportações anuais de café no período de 1850-70.

⁷⁸ Costa (2008) relata que a moeda “boró” teve origem no sítio Bagaço e as moedas cunhadas (1895) pelo proprietário Manoel José D’Oliveira Figueiredo, estabelecido em Guaramiranga, apresentavam valores correspondentes a 1 Alqueire, 1 Terça e 1 Quarta.

⁷⁹ Ver também: <http://revistacafeicultura.com.br/?mat=27638> Acesso em 4 de fevereiro de 2018.

4.3 APRENDIZADO EMPÍRICO E A INTRODUÇÃO DO CAFÉ SOMBREADO

Diante do agravamento das condições ambientais, os produtores se valeram de várias alternativas de reflorestamento como uma tentativa para recuperar o solo. Algumas dessas experiências resultaram contraproducentes, tais como o plantio de espécies não apropriadas (ex: mangabeiras/*Hancornia speciosa* e maniçobas/*Manihot glaziovii* Mell). Entretanto, outras tentativas de implantação de cultivos consorciados com leguminosas (ex: camunzê/*Senna multijuga* e ingazeira/*Inga edulis*) produziram bons resultados. Além de proporcionar sombra para os cafezais, essas espécies contribuíam para o enriquecimento do solo por conta da adição de húmus e demais nutrientes resultantes da incorporação de folhas e outros resíduos caídos no solo. Outras vantagens se somavam: as leguminosas proporcionavam abrigo para os inimigos naturais de pragas que atacavam os cafezais, bem como ajudavam a diminuir a erosão do solo. Com efeito, LIMA (1946, apud SAES et al, 2001) relata o sucesso dessa experiência de consorcio com a ingazeira, implantado no início do século XX, quando os cafezais plantados em meados do século XIX já definhavam. Segundo o autor, cerca de 66% desses pés de café assim plantados e mantidos (sombreamento) ainda se encontravam saudáveis e produzindo bem, mesmo após quase 100 anos de existência. Dessa forma, o novo sistema de cultivo do café trouxe alívio e retorno financeiro para os produtores, permitiu um novo fôlego para a produção cafeeira na serra de Baturité, ao tempo em que proporcionou melhorias ambientais e alinhou a produção local com princípios da agricultura sustentável.

Como nas fases iniciais do cultivo, o processo produtivo era pouco complexo e usava elementos rústicos e predominantemente locais. A adubação provinha de material natural, tais como a própria palha de café, estrume de origem animal e outros do tipo; nenhum insumo químico entrava no processo produtivo. Do mesmo modo, predominava a ausência de mecanização, pois tanto o plantio e manutenção dos cafeeiros, como a colheita dos grãos dependia exclusivamente de mão de obra. Em geral, os homens se ocupavam da manutenção dos cafezais, um trabalho que exigia mais força e resistência, enquanto as mulheres (“as apanhadeiras”) cuidavam da colheita, feita à mão, tarefa considerada “mais leve” e que exigia atenção para identificar os frutos maduros.

O processamento do café seguia os moldes tradicionais, com sementes expostas ao sol, em uma superfície plana (“terreiro”), onde se dava a faxina, i.e., a secagem do café ao sol. Ainda seguindo processos manuais, o café seco era torrado, pilado e ensacado, quando seguia para a comercialização e distribuição. No mercado local, a distribuição atendia os donos de pequenos estabelecimentos comerciais voltados para o fornecimento doméstico das famílias. Esses estabelecimentos (as “vendas”, “mercearias” ou “armazéns”) revendiam o produto em frações (peso ou volume), predominando a forma de grãos já torrados, embora a forma de pó também fosse disponível. Em qualquer desses formatos, o café era embalado em papel comum no momento da compra, sem o uso de marcas ou qualquer outro dispositivo indicador da procedência ou características. Fatores como o “cheiro”, cor, ponto de torra, tamanho dos grãos, tipo de moagem e outros aspectos facilmente percebidos serviam como indicativo de qualidade para os compradores. Em termos gerais, o café de Baturité desfrutava de prestígio entre os consumidores locais, mas nem sempre isso significava preço mais elevado.

Em relação ao mercado nacional e internacional, o quadro era distinto. Embora sem ter jamais alcançado maior peso na produção e exportações do país, a qualidade do café do Ceará, em especial o oriundo da serra de Baturité, tinha forte reputação entre os compradores, o que refletia em alta cotação de preço e lucratividade assegurada (ROMERO & ROMERO, 1997, apud SAES et al, 2001). De fato, até meados da década de 1970, a cotação do café “tipo Baturité” no mercado de Londres atingia o maior valor entre todos os cafês do Brasil.⁸⁰

⁸⁰ Informação relatada por técnico que integrou o staff do extinto Instituto Brasileiro do Café, sede em Londres.

4.4 OS REVESES CAUSADOS PELAS POLITICAS CAFEIRAS

Em verdade, a produção do café de Baturité e do Ceará com um todo nunca despertou maior interesse por parte do governo federal. Entre as razões para tanto se incluem: a pequena escala de produção e a pouca representatividade na produção nacional; a distância dos grandes centros produtores localizados no sudeste do país; a fraca organização dos produtores locais; e o pouco poder político desses junto às esferas de poder da República. Em meio a esse contexto, a partir da década de 1960, a produção de café de Baturité sofreu um novo abalo, desta feita tendo a política cafeeira nacional como principal vetor. Ocorreu que, visando forçar aumento de preço do café no mercado internacional através da redução da produção, o Instituto Brasileiro do Café-IBC levou a cabo em todo o país o “Programa de Erradicação dos Cafezais”, iniciativa fortemente influenciada pelos cafeicultores do sul do país. O Programa visava eliminar dois bilhões de pés, sobretudo os mais velhos e menos produtivos (BROGGIO et al, 1999). Como cabia ao IBC centralizar a comercialização do café para o exterior, os produtores de Baturité sofreram pesados cortes nas suas exportações.⁸¹ Assim, restando-lhe apenas o mercado doméstico e amargando escassez de crédito, a produção cafeeira de Baturité enfrentou sério e longo declínio. Por conta dessa estratégia patrocinada pelo IBC, grande parte dos cafezais comerciais de Baturité foi dizimada, permanecendo apenas a produção para consumo próprio ou para mercados próximos, os quais não reconheciam o diferencial do produto ao ponto de remunerá-lo com valor superior ao café de outras regiões.

Na década seguinte, se dá outro ataque. Por conta da necessidade de obter divisas para equilibrar o balanço de pagamentos do país, e visando aproveitar a elevação do preço do café no mercado internacional, o governo brasileiro cria o “Programa de Renovação e Revigoramento dos Cafezais-PRRC”. O Programa estimulou a expansão dos cafezais em vários estados, incluindo o Ceará, sendo Minas Gerais o estado mais beneficiado. No Ceará, de acordo com Oliveira (1993, apud SAES et al, 2001), no período 1971-1977, mais de 6 milhões de pés de café foram plantados seguindo esse programa, priorizando as regiões serranas da Ibiapaba, Meruoca e Baturité. A produção cearense visava abastecer, pelo menos, o mercado doméstico.

Entretanto, o novo Programa impôs mais um retrocesso na produção cafeeira de Baturité, sobretudo por conta das exigências impostas. Desconhecendo a experiência passada da produção cafeeira de Baturité e as peculiaridades locais, o Programa adotou princípios padronizados para todas as regiões do país, a despeito de suas diferenças geográficas, agrometeorológicas, climáticas e ambientais. Assim, as condições estabelecidas pelo Programa incluíam a obrigatoriedade da adoção da monocultura, plantio ao sol e cultivo da espécie padrão. Além disso, na linha da Revolução Verde, o Programa preconizava o uso de um pacote tecnológico que incluía adubação química, irrigação e mecanização, tudo isso implicando em uso intensivo de tecnologia, assim acarretando maiores custos.⁸² Não surpreendentemente, na região de Baturité, os riscos implícitos nesse novo modelo provariam ser elevados e além da conta.

Como esperado, na serra de Baturité, o novo Programa não conseguiu lograr bons resultados. As razões são múltiplas, iniciando pelo abandono do sistema de sombreamento do

⁸¹ Competia também ao IBC a aprovação de créditos e subsídios, fixação de preços, gerenciamento de estoques, desenvolvimento de pesquisas e outras atividades em prol da cafeicultura brasileira.

⁸² A Revolução Verde corresponde a um paradigma tecnológico que começou a ser desenvolvido em meados do século passado e alcançou grande repercussão a partir da década de 1960, visando propiciar ganhos de produtividade nas culturas agrícolas. A partir do domínio de novos conhecimentos da química e da biologia, emergiu um pacote tecnológico incluindo insumos químicos (fertilizantes, herbicidas e pesticidas), mecânicos (tratores e implementos) e biológicos (ex.: sementes modificadas, variedades de alto rendimento-VAR) que viabilizavam as condições para aumentos de produtividade de novos cultivares. Além disso, o paradigma propagava a monocultura e plantios intensivos (ALBERGONI, 2007; CAPORAL, 2003).

cafeeiro por outras espécies, o que resultou em significativa diminuição da cobertura verde da serra e causou irreversíveis danos aos pés de café. Além disso, ao desconsiderar as condições agrometeorológicas locais, que combinam chuvas fortes no início do ano com uma estação seca prolongada durante os meses de junho a janeiro, o novo método provocou perda e empobrecimento dos solos, pois durante a estação chuvosa e na ausência da mata sombreada, as enxurradas lavavam o solo e produziam forte erosão, reduzindo sua espessura e conteúdo. Já ao longo da estação seca, a forte incidência de raios solares chegava a queimar os pés de café. Em razão dessas condições extremas, muitos cafeeiros morriam, exigindo esforço adicional no replantio e prejudicando a colheita, produtividade e retorno financeiro da empreitada cafeeira na região.

Igualmente previsível, no novo sistema de produção, a manutenção dos cafezais impunha custos elevados com insumos químicos, uma realidade para a qual os produtores locais não estavam preparados, mesmo com o uso do crédito, pois os ganhos da comercialização do produto não asseguravam a lucratividade esperada. Nesse novo sistema, até os gastos com mão de obra sofreram aumento, pois tal processo exigia limpeza, adubação, controle de pragas e outros cuidados constantes para assegurar o crescimento saudável dos cafeeiros. Também por essa razão os custos experimentaram acréscimos.

Ademais, a assistência técnica aos produtores não atendia as necessidades. As visitas dos técnicos eram espaçadas e nem sempre abordavam os problemas específicos enfrentados pelos produtores nos seus cultivos. Em geral, os técnicos chegavam nas propriedades com uma agenda pré-fixada e padronizada, criada nos escritórios centrais das agências de extensão rural e com a pretensão de uso generalizado, que se mostrava quase sempre descolada da realidade dos produtores e seus cultivos.⁸³ As soluções oferecidas para o manejo passavam frequentemente pelo receituário de insumos químicos, troca de cultivares e outras medidas de alto custo. Em alguns casos, as soluções apresentadas estavam além do alcance imediato dos produtores, como, por exemplo, a preparação de formulações químicas e cálculos de declividade, procedimentos que exigiam um razoável conhecimento de matemática por parte dos agricultores. Entretanto, uma grande parte dos encarregados da manutenção das fazendas tinha baixo nível de escolaridade, sendo alguns semialfabetizados ou totalmente iletrados, situação que dificultava a assimilação e correta aplicação das soluções propostas pelos técnicos em suas esparsas visitas aos cafezais. Outrossim, soluções originais, apropriadas para dificuldades do dia-a-dia e alinhadas com a realidade dos produtores, principalmente os pequenos e com menor nível de instrução, ficavam a desejar.

Em face a todas essas limitações, os novos cafezais implantados sob o patrocínio do programa (PRRC) frustraram as expectativas de resultados, tanto da parte dos produtores como da parte dos órgãos de governo. A baixa produtividade, altos custos, riscos elevados e lucratividade insuficiente provocaram um novo declínio dos cafezais da serra e a região enfrentou mais uma crise, alongando as agruras do período anterior. Por fim, em razão do baixo desempenho apresentado, os produtores locais foram excluídos dos incentivos do governo para o setor e abandonados a sua própria sorte. A pujança da economia cafeeira local que perdurou até meados do século XX jamais seria retomada. Restaram, entretanto, a devastação das matas, perdas de solo (qualidade e profundidade), desaparecimento de nascentes, redução da biodiversidade, diminuição de empregos e ocupações, desorganização das fazendas e economias familiares, e dispersão da população de menor renda que, tendo que recuperar empregos perdidos, procurou outros destinos, em muitos casos se mudando para Fortaleza.

⁸³ Damiani (1993) reflete sobre os problemas da assistência técnica padronizada para produtores rurais do Nordeste do Brasil e aponta para problemas semelhantes.

O colapso da produção de café na serra de Baturité se reverteu no abandono da grande maioria dos cafezais. Os cafeeiros envelheceram sem a manutenção mínima de poda e limpeza. Ademais, sem a adubação química recomendada, a produtividade dos cafeeiros caía a cada ano. Nas fazendas que haviam aderido ao “canto” do PRCC, alguns poucos exemplares foram mantidos apenas para assegurar a produção para o consumo doméstico. Muitas dessas fazendas erradicaram a rubiácea e partiram para outras culturas, entre elas, a banana, laranja e hortaliças, além da tradicional cana de açúcar. Escaparam apenas alguns poucos produtores que não chegaram a ceder aos apelos do IBC e continuaram modestamente cultivando o café sombreado.

Os impactos na paisagem local foram óbvios. Além da perda de vegetação, causada pela derrubada da mata nativa, os cafezais envelhecidos sem o devido trato, arderam ao sol até quase todos definharem. O verde antes dominante pela presença da mata nativa deu lugar para matizes de cinza dos cafeeiros mortos e de marrom da terra seca. Os casarões sede das fazendas sofreram pelo abandono e falta de manutenção, com muitos de seus proprietários abandonando tais moradas e passando a residir na capital. Boa parte das propriedades foi dividida em sítios menores, entregues aos herdeiros ou a novos adquirentes, que pretendiam usa-los como segunda residência para lazer, durante as férias ou finais de semana. O comércio local foi fortemente impactado e inúmeras pequenas vendas fecharam. Até os colégios particulares, em regime de internato, antes frequentados pelos filhos das famílias mais abastadas, reduziram ou eliminaram as turmas de alunos. Enfim, o dinamismo antes predominante no local se esgotou, deixando no seu rastro perdas ambientais, econômicas, sociais e até na deterioração da conservação dos imóveis urbanos e rurais.

Sobre a produção de banana encampada por alguns produtores, cabem algumas ressalvas. Mesmo não sendo recomendado para cultivo em áreas com forte declividade nas encostas, o plantio de banana na serra de Baturité vem de longa data, embora tenha ganhado maior impulso como alternativa comercial ao cultivo do café, após a crise acima descrita. A produção da banana na serra adota técnicas rudimentares que contribuem para a degradação ambiental. Dentre as razões que desfavorecem sua recomendação para regiões de montanha destacam-se a dificuldade de proteção do solo contra as ações das intempéries, o empobrecimento de nutrientes do solo causado por sua estrutura radicular, além da tendência de ablação dos horizontes superficiais (FREIRE e DE SOUZA, 2006; DE ALMEIDA SANTOS et al, 2012). Assim como o cultivo de café de sol estimulado pela PRRC, a bananicultura nos moldes praticados atualmente na serra, também não se mostra atenta às peculiaridades do ambiente de montanha, ensejando o agravamento das condições ambientais da região.

Como visto acima, a política do IBC e sua implementação na serra de Baturité traz à luz as consequências nefastas do desconhecimento e descaso com a experiência agrônômica local, bem como descortina lições aprendidas ao longo do tempo por produtores e seus colaboradores. Outrossim, a produção de café da serra de Baturité havia logrado, através de mais de um século, formas adaptadas à sua condição de montanha, assim assegurando uma convivência salutar com o meio ambiente, ao tempo em que permitia uma remuneração compensatória para os produtores, colaboradores e intermediários. Ao patrocinar um modelo de produção padronizado para todo o país, independente das características locais, o IBC provocou, na serra de Baturité, uma crise quando prometia progresso. Entre outras implicações, esse desfecho mostra a importância do desenvolvimento e aplicação de conhecimento sobre agricultura de montanha no Brasil.

A experiência da serra de Baturité com a substituição do café de sombra pelo café de sol, produzido segundo o modelo imposto pelo IBC, de forma alguma consistiu em caso exclusivo de insucesso do PRRC. Com efeito, Lopes et al. (2014) relatam história semelhante ocorrida no sul de Minas Gerais (região dos municípios de Machado e Poço Fundo), onde

essa troca de sistema produtivo promovida pelo PRRC resultou em grave crise de sustentabilidade, apesar de ter propiciado uma forte expansão das áreas plantadas com café na região.⁸⁴ Assim, a aplicação do novo método provocou na região a retirada drástica de áreas de floresta, o que impôs sérios impactos à biodiversidade. Outras consequências do PRRC nessa região incluem o agravamento de processos erosivos, empobrecimento dos solos, e contaminação na fauna, flora, solo e dos corpos hídricos por produtos químicos nocivos. Finalmente, em agravamento ao desequilíbrio ecológico, a “modernização” pregada pelo PRCC contribuiu ainda para significativa desestruturação da agricultura familiar na região, na medida em que restringiu as possibilidades de multifuncionalidade das propriedades, em favor da monocultura cafeeira. De todas as formas, o PRRC modificou drasticamente a paisagem local, seja do ponto de vista natural, seja do ponto de vista social ou econômico.

⁸⁴ O autor cita dados de Moura et al (2007) que mostram um crescimento de área plantada com café no município de Machado superior a 1.000%, no período de 1966-2005.

4.5 AS PREOCUPAÇÕES AMBIENTAIS E A CRIAÇÃO DA ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL DA SERRA DE BATURITÉ

Após uma penosa história de uso descuidado da terra e de práticas agrícolas inapropriadas, severos problemas ambientais se manifestaram colocando em risco a viabilidade das fazendas, a economia local e a própria condição de sobrevivência dos agricultores, em especial os de menor porte. Na matriz dos problemas figurava a devastação da mata, que enfraqueceu o solo e reduziu as nascentes, afetando os recursos hídricos essenciais para o abastecimento da região e até para a Região Metropolitana de Fortaleza. Nesse quadro, no início dos anos 80, teve início uma demorada e calorosa discussão sobre a necessidade de medidas de proteção para o frágil ambiente da serra de Baturité.

Tomaram parte dessas tratativas diversos segmentos sociais. A participação de organizações não governamentais no processo ajudou a fomentar a discussão, envolver a população e articular apoios nas esferas públicas e privadas (DURAN, 1998). Na esfera privada, foi possível aglutinar, além de boa parte da população local, alguns produtores preocupados com a valorização de suas terras, proprietários de chácaras interessados em assegurar a preservação das características naturais e climáticas dos seus locais de veraneio, cafeicultores que não aderiram ao programa de erradicação do café de sombra e ainda grupos de pessoas que, mesmo residindo em Fortaleza, costumavam passar temporadas na serra para desfrutar do clima ameno, paisagem verde e ambiente de montanha. O movimento contou ainda com estudiosos e defensores do meio ambiente, os quais viam no mesmo um “laboratório” para acelerar o processo de criação de unidades de conservação no Estado.⁸⁵ Na esfera pública, os órgãos de meio ambiente dos governos estaduais e federal, membros do ministério público e as universidades contribuíram para encaminhar a luta pela criação da Área de Proteção Ambiental-APA da Serra de Baturité. As organizações não governamentais foram fundamentais também para a construção de agendas de trabalho, e para dar seguimento às mesmas, antes até que órgãos governamentais assumissem oficialmente a questão.

Essa luta demorou uma década, enfrentou vários reveses, mas se manteve ativa no processo. Um fator determinante para seu positivo desfecho deriva exatamente do agravamento das dificuldades econômicas enfrentadas pelos municípios, em especial Guaramiranga. O município há muito havia concentrado as atividades de beneficiamento de café de toda a região e, com o declínio da produção cafeeira na serra e a conseqüente diminuição dos negócios, a economia do município passava por grave estagnação. As alternativas agrícolas adotadas não proporcionavam renda suficiente para o sustento das propriedades e das famílias de produtores; muito menos para os trabalhadores, boa parte vivendo na condição de morador das fazendas, ou ainda como posseiros e arrendatários.

Em meio a essa discussão, entre as alternativas econômicas cogitadas, ficou logo claro que a opção de atividade industrial não se mostrava recomendável para um ambiente de serra. Em seqüência, o grupo envolvido cogitou a alternativa do turismo, a qual despertou forte interesse, que logo evoluiu com o engajamento de outros já envolvidos na criação da APA, porquanto o modelo visualizado apontava para a modalidade de baixo impacto e focado na valorização da natureza (ARAÚJO, 2008). O próprio Governo Estadual, então interessado em fortalecer a atividade turística no estado, viu na criação da APA uma oportunidade para diversificar a oferta turística cearense além do modelo focado em “sol e praia” enfatizado pelos programas de promoção turística do Ceará. Essa pretensão catalisou o processo de criação da APA, que findou sendo bem sucedido.

⁸⁵ “Unidade de Conservação (UC) são espaços territoriais, incluindo seus recursos ambientais, com características naturais relevantes, que têm a função de assegurar a representatividade de amostras significativas e ecologicamente viáveis das diferentes populações, habitats e ecossistemas do território nacional e das águas jurisdicionais, preservando o patrimônio biológico existente.” (BRASIL, 2016)

A Área de Proteção Ambiental de Baturité logrou ser a primeira do gênero criada no Ceará, permanecendo até hoje como a mais extensa dentre as demais posteriormente criadas no estado. O Decreto Estadual no. 20.956, de 1990 (alterado pelo Decreto No. 27.290, de 2003) define sua área, formada por 32.690 ha, delimitada pela cota de 600m, integrantes dos municípios de Aratuba, Baturité, Capistrano, Guaramiranga, Mulungu, Pacoti, Caridade e Redenção (Figura 3).⁸⁶ A criação da APA foi justificada como necessária para proteger a cobertura vegetal complexa, que além de oferecer abrigo para a fauna e flora diversificadas, propicia a formação e manutenção de recursos hídricos essenciais para a região e para a Região Metropolitana de Fortaleza. As principais ameaças antrópicas identificadas no momento de criação da APA incluíam: desmatamentos e queimadas; uso de agrotóxicos; poluição hídrica, modelo agrário inadequado; falta de alternativas sustentáveis de renda para a população, além de outras. Grande parte dessas ameaças ao meio ambiente da serra tinha origem nas experiências desastrosas de agricultura lá praticada, notadamente o cultivo de café de sol.

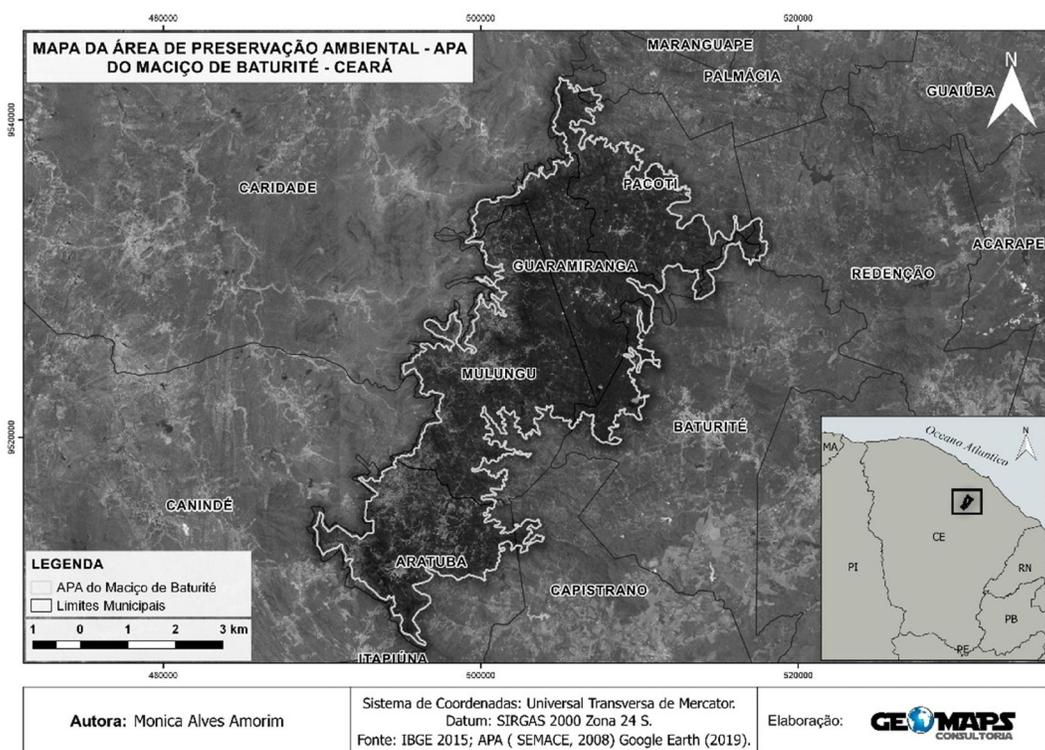


Figura 3: Área de Proteção Ambiental (APA) de Baturité

⁸⁶ Sobre a APA de Baturité, ver: <http://www.semace.ce.gov.br/2010/12/apa-da-serra-de-baturite/> Acesso em 20 de junho de 2016.

4.6 O RETORNO DO CAFÉ SOMBREADO

A arregimentação de forças locais para a luta em prol da criação da APA contribuiu para a organização de outro grupo. Os produtores de café sombreado que não haviam participado do programa de erradicação do cafezal, patrocinado pelo IBC nas décadas anteriores, juntamente com outros pequenos e médios produtores da serra, aproveitaram o *momentum* de ebulição da organização local em torno da temática ambiental, para também discutir os desafios que enfrentavam ao resistir ao café de sol e permanecer cultivando o café sombreado, destacando as consequentes implicações (positivas) para o meio ambiente da serra associadas à dita opção de cultivo. Cientes das desvantagens do café de sol e convencidos do potencial do café sombreado para disputar novos mercados, os produtores reforçaram a luta para a criação da APA, oportunidade em que defenderam a criação do que passaram a denominar “Projeto Café Ecológico”, e ao mesmo tempo, pressionando instituições públicas, privadas e não governamentais quanto à importância do citado projeto. Segundo esboçado por esse grupo de produtores, o projeto deveria envolver assistência técnica, pesquisa agrônômica, atividades de promoção comercial, crédito, educação ambiental e apoio para a organização dos produtores. Quase todos os produtores do grupo eram pequenos ou médios (máximo de 100 ha) e alguns usavam mão de obra familiar na produção. Grande parte desses produtores descendia de famílias estabelecidas na serra há mais de um século, tendo, portanto, ampla experiência com o cultivo de café na região.

Em um passo seguinte, os produtores se associaram formalmente através da Associação dos Produtores Ecologistas do Maciço de Baturité-APEMB, criada em 1995 (SAES, 2007). Através da APEMB, os produtores conseguiram apoio do Governo do estado, principalmente da então existente Secretaria de Desenvolvimento Local e Regional-SDLR, que atuou como matriz da estrutura de suporte, puxando novos órgãos públicos para apoiar os produtores. Nesse esforço, a SDLR viabilizou a aproximação da APEMB a um leque de instituições, entre essas: o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE estadual, Empresa de Assistência de Técnica e Extensão Rural do Ceará-EMATERCE, universidades, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial-SENAI e até bancos (Banco do Brasil e Banco do Nordeste). A SDLR facilitou ainda contatos com organizações não governamentais atuantes nas temáticas ambiental e de comércio justo, a principal delas sendo o Centro de Educação Popular em Defesa do Meio Ambiente-CEPEMA (SAES et al, 2001).

Além de debater e compartilhar boas práticas de manejo, aprendidas de forma empírica, ao longo de anos cultivando o café sombreado em ambiente de montanha, os membros da APEMB discutiram formas de melhorar a comercialização do produto. O desafio residia na construção de formas de comercialização independente, fora das estruturas tradicionais de atravessadores, que não remuneravam o produto por suas características especiais (“ecológico”), mas ao contrário, o nivelavam com outros convencionais (café produzido ao sol) e de menor qualidade. A solução vislumbrada apontava para a diferenciação clara do café ecológico e a sensibilização dos consumidores sobre esse diferencial. Com esse propósito, além de cuidar da qualidade do produto nas fases de produção e beneficiamento, a APEMB desenvolveu campanhas promocionais de valorização do café sombreado, destacando as propriedades superiores da bebida obtida a partir desse café. Um grande esforço foi feito para ressaltar diferenciais quanto ao aroma, cheiro e leveza obtidos pelo café produzido na sombra, comparado aos equivalentes proporcionados pelo café tradicional. Mais importante ainda foi a ênfase da campanha sobre os cuidados do café sombreado com o meio ambiente, em termos da preservação da mata, solo, recursos hídricos e biodiversidade. Todas essas questões encontravam direta sintonia com pauta do momento na região, a qual se concentrava na implementação da APA e demais medidas para proteger a serra.

Através da CEPEMA, a APEMB conseguiu, em 1997, um grande avanço na promoção do café sombreado e também na comercialização dos grãos. A CEPEMA facilitou o relacionamento da APEMB com a ONG sueca “Sociedade Sueca para Conservação da Natureza” (*Naturskyddsföreningen*), que por sua vez, conectou a associação com outra organização (*Framtidsjorden* – “Terra do Futuro”, em Português), também sueca, cuja atuação focalizava atividades na linha de comércio justo.⁸⁷ Assim, durante três anos, a APEMB e essa última organização sueca fecharam alguns contratos comerciais, o que proporcionou bons resultados para os mais de 110 produtores locais envolvidos. O diferencial de preço da saca de café paga pelos suecos (US\$ 160) superava em mais de 100% o valor pago no mercado nacional pelo café convencional (SAES, 2007). Ainda segundo essa autora, após três anos, o excesso de oferta e a queda na cotação do café no mercado internacional acabaram por inviabilizar a continuidade das exportações, pois o valor oferecido pela empresa sueca não mais permitia remunerar os custos dos produtores da APEMB. Acrescente-se que essa associação ainda enfrentava os gastos com a certificação do seu café, os quais ficaram a cargo de uma certificadora sueca e outra brasileira. A partir desse momento, a APEMB perde fôlego, vindo em seguida a encerrar suas atividades.

Mesmo perdendo a ponte com o mercado sueco, os produtores se lançaram para reforçar a estratégia de diferenciação através da criação de uma marca própria e coletiva (“Pico Alto”), desta feita com foco no mercado doméstico. Visando obter escala para viabilizar a comercialização de lotes maiores do produto, os produtores criaram a Cooperativa Mista dos Cafeicultores Ecológicos do Maciço de Baturité LTDA – COMCAFÉ. Além da marca coletiva, vários produtores criaram também suas próprias marcas para promover seus produtos (todos do tipo sombreado). O progresso alcançado por essa via, porém foi lento, principalmente devido à dificuldade de afirmar as qualidades do café, de características diferenciadas, o que poderia justificar uma remuneração mais elevada ao produtor. Vários produtores reduziram sua produção e outros desistiram de continuar a produzir o grão. A COMCAFÉ então enfrenta problemas de diversas ordens: dificuldade de formar estoques para comercializar em maior volume, fraca mobilização dos produtores e restrições financeiras. Em 2009, a COMCAFÉ se extingue.

4.6.1 AFLORA café

Um novo processo de organização de produtores de café da serra deu mais um alento à cafeicultura da região, fato motivado pela criação, em 2017, da Associação AFLORA Café. A iniciativa partiu de um grupo de 20 produtores, quase todos jovens, herdeiros de fazendas⁸⁸ em Guaramiranga e municípios do entorno, que, desde 2013, haviam iniciado discussões para revitalizar a produção de café da região, perseguindo a linha de produção ecológica. Apostando no potencial da região para produzir cafés de qualidade, esses produtores resolveram somar forças para conseguir apoio tecnológico visando à revitalização do cultivo, melhoria dos cafezais, além da promoção do café local e desenvolvimento de estratégias diferenciadas de comercialização para o produto. Contando com o apoio do Sebrae-CE desde o início, os produtores da AFLORA Café elaboraram, juntamente com essa instituição, o Projeto Café Verde, com o objetivo de promover a cafeicultura da região, alinhando-a com princípios ecológicos. O SEBRAE também foi instrumental para atrair outras instituições para se juntarem à iniciativa, tais como, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial-SENAI-CE, Federação das Indústrias do Estado do Ceará-FIEC, Sindicato das Indústrias de Torrefação e Moagem de Café no estado do Ceará-SINDICAFÉ, além de outras. Por conta

⁸⁷ Links: <https://framtidsjorden.se/en/home2/> e <https://www.naturskyddsforeningen.se/in-english>

Acessos em 21 de outubro de 2018.

⁸⁸ As fazendas medem de 1 a 20 hectares.

dessas parcerias, os produtores tem recebido assistência técnica de consultores especializados nas fazendas, os quais orientam sobre correções para o solo, escolhas de variedades, fornecedores de mudas, métodos de cultivo agroecológico, além de informar sobre formas modernas de processamento (ex: secagem, torrefação), divulgar novas oportunidades para capacitação (cursos, feiras, eventos) e ainda apresentar noções sobre mercado de cafés especiais e possibilidades de acesso ao mesmo. Por conta desse esforço, diversas mudanças foram introduzidas nos cafezais da região, em especial aqueles tocados pelos associados da AFLORA Café.⁸⁹

De início, os produtores da AFLORA Café renovaram quase que completamente seus cafezais, trocando os cafeeiros velhos por variedades mais produtivas e adaptadas às condições locais. Enquanto a espécie arábica⁹⁰ tenha continuado como dominante, as variedades utilizadas foram alteradas. Assim, além da variedade *typica*, já bastante adaptada à região, outras foram introduzidas. As mais comuns incluem: *catuai*, *araras* e *mundo novo*; a variedade *ubatan* também é cultivada, embora com menor frequência.

Nesse novo ciclo iniciado pela AFLORA Café, o cultivo é sempre feito à sombra, preferencialmente da ingazeira, uma árvore leguminosa de copa frondosa, que chega a atingir 10 m de altura, enquanto o cafeeiro geralmente alcança entre 4-5 m de altura. A proporção adotada corresponde a cerca de uma unidade da leguminosa para 10 pés de café. Nesse sistema, as árvores de sombreamento ajudam a reter a umidade no solo, além de protegerem os cafeeiros dos raios solares, durante os meses secos (julho a dezembro). Além disso, as folhas e galhos caídos proporcionam matéria orgânica (serapilheira) enriquecendo o solo. Como reforço de adubação, são utilizados esterco animal e bio-adubos. Todos os insumos usados tem base natural. Alguns novos cafezais, principalmente os introduzidos em terrenos íngremes, estão sendo plantados em sistemas de terraças, lá chamadas de “bancadas”, para assim evitar a erosão, aumentar a área a ser plantada e aproveitar melhor a água.

A análise dos solos fica a cargo dos técnicos especializados e a correção dos mesmos se dá, majoritariamente, com a calagem. Predomina o sistema de produção em sequeiro, mas alguns produtores começaram a utilizar a irrigação por gotejamento para assegurar a florada. Nesses casos, para os cafeeiros adultos, a irrigação é ministrada na época da floração, que ocorre no período de novembro a dezembro, na região. Nessa fase, a planta necessita de maior umidade; nos casos de cafeeiros novos (até dois anos de idade), a irrigação se dá de forma contínua.

No início desta retomada da produção cafeeira, seguindo recomendação dos técnicos especializados, os produtores da AFLORA Café adotaram uma densidade de 1.600 pés de café por hectare, entretanto, mais recentemente, expandiram essa relação para 5.600 pés/ha. A produtividade começa a experimentar avanços, embora ainda apresente fortes diferenças, dependendo da variedade cultivada e sistema adotado, principalmente quanto ao espaçamento, uso de irrigação e tratos culturais, incluindo a adubação. Os dados referentes a esse cultivo ainda estão dispersos, mas foi possível coletar algumas estimativas junto aos técnicos que dão assistência aos produtores. Assim, a variedade *typica* tem produzido, em média, 100 kg/ha, em sistema extensivo (sem maiores tratos, incluindo apenas uma operação de roço por ano) e sem irrigação. As variedades *catuai*, *araras* e *mundo novo*, utilizando trato adequado (poda, controle de broca, correção do solo, incluindo calagem, além de adubação biológica) produziram, até o momento, o máximo de 1.000 kg/ha, mas segundo os mesmos técnicos, esse quantitativo deve chegar a algo entre 1.800-2.400 kg/ha, nos próximos anos, com o

⁸⁹ Além dos produtores vinculados a AFLORA Café, outros produtores que sempre produziram café de sombra na região, continuam cultivando o grão nesse sistema, mas sem alterações significativas no processo produtivo. Em geral, esses cafezais se encontram envelhecidos, com baixa produtividade e a produção se destina apenas ao consumo doméstico e ao comércio local.

⁹⁰ Atualmente, 100% do café cultivado em Guaramiranga e entorno corresponde a espécie arábica.

desenvolvimento dos cafeeiros e com o maior domínio dos procedimentos de cultivo, por parte dos produtores.⁹¹

A colheita é feita de forma manual e os grãos passam por secagem feita nas fazendas, em regime de terreiros, quando são expostos ao sol, passando por revolvimento várias vezes ao dia para aproveitar os raios solares. Desde a produção no campo até a secagem, a mão de obra utilizada quase sempre segue o regime de contratação temporária, feita de forma informal, i.e., sem o registro na carteira de trabalho. Após os grãos serem colhidos e secos, o próximo passo do processo corresponde à torrefação. Vários produtores tem sua própria torrefadora, algumas delas de baixa tecnologia, que não permite maiores controles. Outro grupo de produtores vende o café seco para torrefadoras especializadas.

A maior parte dos produtores comercializa o produto parcialmente beneficiado, incluindo a torrefação.⁹² Apenas uns poucos optaram pela venda do grão *in natura*, tendo passado apenas pela secagem e, nessa condição, recebem um rendimento menor. Os compradores se restringem ao mercado doméstico, principalmente cafeterias localizadas em Fortaleza, São Paulo e Rio Grande do Sul. Vários produtores estão se preparando para vender no mercado externo, seguindo a estratégia de comercialização de micro lotes, modalidade que costuma exigir informações quanto à rastreabilidade do produto, além de outras melhorias. Nessa linha, esses produtores estão adaptando suas propriedades e métodos de cultivo às medidas recomendadas pelo Currículo de Sustentabilidade do Café, contando, para tanto, com ajuda de consultores fornecidos pelo Sebrae-Ce. O mencionado Currículo estabelece os cuidados recomendados com a produção do café, incluindo as fases agrícolas e de processamento, e cobrindo aspectos econômicos, ambientais e sociais.⁹³ A adoção do Currículo por parte de cada produtor facilita o acesso a nichos mercadológicos, assim viabilizando ganhos em termos de remuneração do produto, por conta de maior valor agregado.

Os produtores afiliados a AFLORA Café adotam técnicas de produção ecológica e seus produtos são promovidos como “café verde”. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Café-ABIC⁹⁴, o café verde é tido como tipo especial, apresentando aroma e sabor acentuados. Para essa associação, a denominação ‘café verde’ corresponde ao grão que apresenta um conjunto de minerais, tais como: potássio (K), magnésio (Mg), cálcio (Ca), sódio (Na), ferro (Fe), manganês (Mn), rubídio (Rb), zinco (Zn), Cobre (Cu), estrôncio (Sr), cromo (Cr), vanádio (V), bário (Ba), níquel (Ni), cobalto (Co), chumbo (Pb), molibdênio (Mo), titânio (Ti) e cádmio (Cd); aminoácidos como alanina, arginina, asparagina, cisteína, ácido glutâmico, glicina, histidina, isoleucina, lisina, metionina, fenilalanina, prolina, serina, treonina, tirosina, valina; lipídeos como triglicerídeos e ácidos graxos livres, açúcares como sacarose, glicose, frutose, arabinose, galactose, maltose e polissacarídeos.

⁹¹ Para fins de comparação, registra-se que o IBGE aponta o rendimento médio de 399 kg/ha para o café arábica cultivado Ceará, cabendo destacar que esse quantitativo envolve todos os sistemas de cultivos do grão, incluindo os que usam insumos químicos.

⁹² Em 2018, três produtores haviam adquiridos suas próprias torrefadoras; os demais utilizam torrefadoras de terceiros existentes na região ou nas proximidades de Fortaleza.

⁹³ O Currículo de Sustentabilidade do Café é uma ferramenta de capacitação criada, de forma participativa, pelo Programa Brasil da Plataforma Global do Café (GCP da sigla em inglês) e contém um conjunto de medidas recomendadas para a produção sustentável do café. O Currículo cobre aspectos ambientais, sociais e econômicos da produção de café. Sobre o mesmo, ver links:

<https://www.cafepoint.com.br/colunas/estrategias-carlos-brando-e-equipe/a-origem-do-curriculo-207658/> e http://peamarketing.com.br/pdf/GUIA_DE_IMPLEMENTACAO_DO_CSC.pdf Acessos em 13 de outubro de 2018.

⁹⁴ Link: <http://abic.com.br/recomendacoes-tecnicas/recomendacoes-tecnicas-da-abic/> Acesso em 17 de outubro de 2018.

O resultado de todos esses esforços de melhoria dos cafezais já aponta para alguns resultados significativos. Dessa forma, um teste cego realizado, em 2018, por um avaliador (*grader*) da Academia do Café,⁹⁵ utilizando várias amostras de produtores locais de café verde indicou que a bebida produzida com tais grãos tem as seguintes características: mole, suave, teor de açúcar excelente; indicações que apontam para a qualidade superior do café.⁹⁶ Além disso, na escala de 0 a 100 adotada pela Associação Brasileira de Cafés Especiais (BCSA), diversas amostras do café verde produzido na região, após analisadas, obtiveram valor mínimo de 82 pontos, tendo as demais pontuações ficado acima de 85 pontos.⁹⁷

Em 2017, existiam na região cerca de 400 produtores, sendo que 70 desses participavam do Programa Café Verde. Os produtores locais se mostram confiantes no potencial do café produzido de forma ecológica, pois perceberam que, tanto o mercado de cafés especiais tende a crescer cada vez mais com o maior conhecimento dos consumidores sobre as propriedades do café e os traços associados à qualidade da bebida, como também se mostra crescente a sensibilização dos consumidores quanto a produtos que resultem de práticas sustentáveis.

Os produtores seguem determinados na direção de afirmar as preocupações ecológicas de seus cultivos. Em meados de 2018, quatro produtores tinha obtido a certificação de produção orgânica emitida pelo Instituto Biodinâmico-IBD. Outros três estavam em adiantada fase de auditoria para obtenção do referido certificado. O café verde da região ainda não conta com registros do tipo Indicação Geográfica, mas a obtenção desses signos distintivos está entre os objetivos a serem perseguidos pela AFLORA Café. Para tanto, uma das iniciativas já planejadas consiste em resgatar a identidade do café produzido em Guaramiranga e redondezas, incluindo a história da produção cafeeira na região, e as mudanças culturais associadas a esse cultivo, sua vinculação com o meio ambiente e as características próprias do respectivo grão e da bebida preparada com o mesmo. A condição de montanha e toda a paisagem associada constituem elementos diferenciadores do café ora denominado de café verde. Esse ponto será desenvolvido no próximo capítulo, que também explora como a paisagem, trabalhada de forma integrada, pode ser vetor de desenvolvimento sustentável em ambientes de montanha.

⁹⁵ A Academia do Café é uma organização voltada para treinamento e formação técnica para profissionais de café, abrigando também um laboratório equipado para avaliar e selecionar lotes de cafés especiais. Ver: <https://www.academiadocafe.com.br> Acesso em 17 de setembro de 2018.

⁹⁶ O café é considerado mole quando apresenta sabor agradável, suave e adocicado.

⁹⁷ Informações colhidas junto ao técnico que assiste produtores da AFLORA Café.

Segundo a classificação da Associação Brasileira de Cafés Especiais (BCSA), pontuações superiores a 80 pontos correspondem a cafés considerados “especiais”. Essa classificação toma como base a Metodologia de Avaliação Sensorial da organização americana *Specialty Coffee Association of America-SCAA*, utilizada internacionalmente e que considera elementos característicos, tais como: fragrância/aroma, uniformidade, ausência de defeitos, doçura, sabor, acidez, corpo, finalização, harmonia e conceito final. Fonte: <http://revistacafeicultura.com.br> Acesso em 12 de março de 2017.

4.7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A longa experiência da produção cafeeira de Baturité enseja algumas lições para o planejamento e políticas públicas que permanecem atuais e com aplicações em vários campos. No campo do planejamento em geral, fica clara importância de políticas que levem em consideração o contexto em que as mesmas serão aplicadas. O modelo centralizado e padronizado dificilmente proporciona resultados homogêneos, principalmente em países de grande extensão territorial e ampla diversidade geográfica, cultural e econômica, como o Brasil. A eficácia das políticas guarda forte relação com a afinidade dessas com a realidade específica para a qual a mesma se dirige. Desconsiderar esses aspectos pode implicar em erros, desperdício de recursos e até produção de resultados contraproducentes. Além disso, quando da formulação das intervenções, há que se valorizar o aprendizado local, mesmo o obtido por processos empíricos, pois esses resultam de anos de observação, experiência, análise, reformulação e aperfeiçoamento dos procedimentos por parte dos atores envolvidos. No caso do café da serra de Baturité, as políticas do IBC, por apresentarem essas falhas, trouxeram sérios prejuízos para os produtores e para a economia da região. O completo desconhecimento da instituição sobre as condições de produção e a realidade local, trouxe apenas desastre para os cafeicultores da serra. Tanto esses, como outros negócios que gravitavam em torno do café desfrutavam de melhores condições, quando as tais políticas não haviam ainda batido às portas da região.

No campo da agricultura, após ter passado por diferentes métodos de manejo, a experiência cafeeira na serra de Baturité deixa clara a superioridade do processo de produção utilizando a sombra da mata, em comparação com o sistema de pleno sol. As vantagens para o meio ambiente e para a própria qualidade do café mostram que, no caso do café sombreado, o propagado dilema entre “produzir *versus* conservar” perde validade, uma vez que se considere a relação simbiótica das duas atividades. Os produtores de café sombreado de Baturité tem conseguido capturar essa sintonia entre a produção e a conservação ambiental da serra, tanto que o grão é apresentado no mercado como café ecológico, estratégia usada para diferenciar o produto de seus concorrentes, e assim alcançar melhor remuneração. O próximo capítulo argumenta que a associação do café verde com a paisagem de montanha potencializa a agregação de valor a esse produto.

5. CAPÍTULO IV

A PAISAGEM COMO ELEMENTO DE AGREGAÇÃO DE VALOR AO CAFÉ

5.1 INTRODUÇÃO

A paisagem de Guaramiranga tem sido forjada pela cultura do café, desde o início do século XIX até os dias atuais, havendo esse cultivo impactado, de várias formas, a vegetação, microclima, qualidade do solo, fontes hídricas, biodiversidade, cultura e modos de produção e vida na região. Após atravessar, sucessivamente, desafios associados a diferentes práticas de cultivo na serra (ex: ao sol e à sombra), a fase atual da cultura cafeeira no local, enquanto adota o cultivo sombreado, zela pela manutenção da mata nativa e plantação de novas árvores, e cuida ainda de sensibilizar a comunidade e visitantes quanto à importância de bem tratar o meio ambiente e de preservar o patrimônio cultural. Além das peculiaridades associadas à condição de montanha, o café de sombra constitui assim elemento formador da paisagem de Guaramiranga. Ao mesmo tempo, a paisagem de Guaramiranga também se incorpora ao café, transmitindo ao grão atributos de várias ordens que redundam na diferenciação e agregação de valor ao produto. Com efeito, o café e paisagem local se influenciam mutuamente de forma positiva.

Esse capítulo explora as interações entre o café sombreado e a paisagem de montanhas de Guaramiranga, apontando para os ganhos múltiplos derivados que alinham melhoria socioambiental e desempenho dessa atividade produtiva. A discussão sugere ainda como a paisagem de montanhas pode integrar diferentes setores na perspectiva da construção do desenvolvimento sustentável desses ambientes.

O caso específico aqui analisado corresponde ao café sombreado (localmente promovido como “café verde”) produzido no município de Guaramiranga e arredores (“a Serra de Guaramiranga”), em que, continuando na linha de estudo de caso, tal qual adotado no capítulo anterior, o procedimento metodológico segue fazendo uso de análise documental e bibliográfica, observação e pesquisa participante, bem como entrevistas semiestruturadas com atores-chave, obtidas durante percursos realizados pela autora na região estudada.

Em acréscimo, nesse capítulo objetivando a percepção e análise da paisagem, o trabalho teve como base método preconizado pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação – FAO, já aplicado no Brasil em diagnósticos e planejamento para diferentes microrregiões (ver FAO *on line*). Tal método possibilita a coleta de informações essenciais para o diagnóstico de uma localidade ou território, na medida em que permite ao investigador ir além da revisão de documentos existentes, podendo assim perceber as transformações ocorridas na área estudada, incluindo suas possíveis causas. Cumpre ressaltar que os registros da percepção e análise da paisagem correspondem à sua leitura, a qual busca verificar e caracterizar os traços de heterogeneidade da localidade, ou eventualmente de sua homogeneidade. Entre os principais procedimentos para a produção da referida leitura, um destaque especial cabe aos percursos sistemáticos de campo, quando o investigador tem a oportunidade de observar, questionar e interpretar a paisagem correspondente. Nesse exercício, se faz ainda de grande valia a visão dos habitantes locais e outros informantes relevantes sobre cada traço identificado, bem como as razões históricas e naturais para os mesmos. Essa leitura tem início com o levantamento de informações de caráter geral, incluindo aspectos físicos (ex: localização, relevo, clima, flora e fauna) e culturais, onde se inserem as práticas produtivas e outros costumes.

Esse capítulo se apoia em uma longa reflexão da autora sobre a paisagem de montanhas, incluindo sua participação ativa, por mais de 10 anos, no grupo de liderança da Associação de Montanhas Famosas do Mundo (*World Famous Mountains Association-WFMA*)⁹⁸, posição que proporcionou a mesma diferentes oportunidades de visitaç

⁹⁸ A *World Famous Mountains Association-WFMA* foi fundada em 2009, em Lushan, localizada na província de Jiangxi, China, e integrada por 12 montanhas de 10 países, entre esses o Brasil. Lushan é uma das montanhas

interação com diversos integrantes da referida associação, seus gestores, membros das comunidades e pequenos produtores locais, visitantes e representantes de organizações públicas e privadas atuantes em vários temas (ex: meio ambiente, promoção social, turismo, cultura, cooperação, empreendedorismo etc) das realidades locais. Em tais ocasiões, a autora atuou, entre outras funções, como formuladora de estratégias de desenvolvimento local ancoradas no ambiente de montanhas, principalmente discutindo alternativas para a produção local na linha de pequenos negócios sustentáveis. Referida estratégia, por sua vez, se inspirou no modelo de geoprodutos, adotados pelos Geoparks⁹⁹ Globais UNESCO, os quais associam, além da geologia, a cultura daqueles territórios aos seus próprios produtos, sendo esses elaborados por comunidades locais seguindo processos produtivos sustentáveis. A ideia consiste em distinguir tais produtos (geoprodutos) e assim agregar valor aos mesmos, baseados na conexão desses com os territórios de origem e seus atributos (ex: geológicos e culturais). Dessa forma, de um lado, os geoprodutos tem seu valor intrínseco potencializado ao portarem uma carga de atributos associados ao geopark. De outro lado, os geoprodutos contribuem para a divulgação e promoção dos geoparks e para destacar a importância da conservação da herança geológica do território, ao tempo em que possibilitam a geração de emprego, ocupação, renda e negócios sustentáveis para as comunidades envolvidas.¹⁰⁰ Assim, seguindo a visão dos geoprodutos, esse estudo considerou o processo de agregação de valor aos produtos de montanhas a partir da conexão desses com a paisagem dos ambientes montanhosos.

Nessa parte do estudo, a análise focaliza, sobretudo, o município de Guaramiranga e seu entorno, recorte ao alcance dos produtores de “café verde”, os quais identificam o grão como produto de montanha. O município, integrante da região do maciço de Baturité, compreende uma área de 59,47 km², sendo assim o menor em termos de extensão territorial de todos os 184 municípios do Ceará (IPECE, 2009). Posicionado a pouco mais de 4° ao Sul da Linha do Equador, o município está a uma distância rodoviária de cerca de 100 km da capital Fortaleza, podendo ser acessado por estradas estaduais, em cerca de uma hora e meia de viagem. Além do distrito sede (Guaramiranga), integra o município outro distrito (Pernambuquinho).

Ainda dentre suas características gerais, Guaramiranga destaca-se também como o município cearense com menor população, que era de 4.164 habitantes, em 2010, sendo 40,1% da mesma considerada rural (IBGE, 2010). Em termos econômicos, o PIB do município cresceu nominalmente 15%, no período de 2011 a 2015, tendo alcançado R\$ 50.492 mil, em 2015, comparado com o crescimento nominal estadual de 18,27%, no mesmo período, o que sinaliza para um baixo dinamismo econômico do município frente à média do estado. Enquanto isso, no mesmo período, o PIB *per capita* do município cresceu,

mais famosas da China, detentora do status de Patrimônio Mundial da UNESCO, além de Geopark Global UNESCO. A WFMA visa promover a cooperação entre seus membros para aprimorar métodos de gestão voltados para o desenvolvimento sustentável, bem como promover a conscientização sobre a importância das montanhas para o equilíbrio do Planeta. Em 2012, a WFMA se estendeu para cerca de 30 montanhas localizadas em 17 países. Sobre a WFMA, ver: AMORIM, 2018.

⁹⁹ Geopark Global constitui uma iniciativa sob os auspícios da UNESCO e assim correspondendo a uma área definida e unificada, detentora de patrimônio geológico de importância internacional, que deve ser usado para fins educacionais e de desenvolvimento sustentável. Os Geoparks objetivam estimular a valorização do meio ambiente, a integridade das paisagens e o desenvolvimento sustentável, envolvendo as comunidades locais, inclusive através do geoturismo/turismo “verde”, valorização da cultura e produtos do território, na linha de geoprodutos. Fonte: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/global-geoparks/some-questions-about-geoparks/what-is-a-global-geopark/> Acesso em 12 de maio de 2015.

¹⁰⁰ Sobre como as estratégias do Geoparks Globais UNESCO trabalham o patrimônio geológico visando o desenvolvimento sustentável nesses territórios, ver: ZOUROS (2004) e MCKEEVER e ZOUROS (2005).

nominalmente, cerca de 25,5%, atingindo R\$ 13.573, em 2015, comparado com R\$ 14.938 para o estado, no mesmo ano (IPECE, 2016). Em 2010, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M), elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) apresentou para Guaramiranga o valor de 0,637, correspondendo a 38ª posição do estado, sendo assim considerado médio.¹⁰¹

No tocante aos recursos hídricos, Guaramiranga está inserida na bacia hidrográfica Metropolitana, destacando-se nas drenagens superficiais o riacho Candeia e o rio Pacoti, cujas cabeceiras se localizam no município, além do rio Aracoiaba, que tem sua nascente dividida entre os municípios de Guaramiranga e Mulungu (CASTRO, 2013; CPRM–SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 1998). Registra-se também no município a existência de inúmeros córregos de menor porte, olhos d'água, fontes de água mineral, cachoeiras, lagos artificiais, açudes e represas.

Cabe ainda lembrar que Guaramiranga, ao lado de outros sete municípios da Serra de Baturité, integra a Área de Proteção Ambiental da Serra de Baturité, a primeira do gênero criada no Ceará e a de maior extensão.¹⁰²

Na língua Tupi, Guaramiranga significa “pássaro vermelho”, toponímia que, de antemão, sinaliza para uma conexão explícita com o meio ambiente e a paisagem.

¹⁰¹ O IDH-M corresponde a uma média geométrica calculada considerando o IDH renda, o IDH de longevidade e o IDH educacional. O valor do IDH-M varia entre 0 a 1. O PNUD classifica o IDH-M em quatro categorias: Muito alto (de 0,800 a 1,000); Alto (de 0,700 a 0,799); Médio (de 0,600 a 0,699); Baixo (de 0,500 a 0,599) e; Muito baixo (de 0,000 a 0,499). Em 2010, apenas quatro municípios do Ceará alcançaram um valor de IDH-M considerado alto, tendo Fortaleza apresentado o maior valor (0,754).

¹⁰² O capítulo 3 apresentou mais detalhes sobre a mencionada APA. Sobre a mesma, ver também: <http://www.semace.ce.gov.br/2010/12/apa-da-serra-de-baturite/> Acesso em 15 de maio de 2017.

5.2 GUARAMIRANGA: PAISAGEM E CULTURA DE MONTANHA

Guaramiranga é a principal referência de montanha para os cearenses, seja para turismo ou moradia de férias e final de semana. Destoando da dominante paisagem árida (bioma caatinga) do estado, o clima de montanha (temperatura média entre 14° C e 25° C, além de elevada alta umidade) de Guaramiranga atrai os visitantes durante todo o ano. No mês de julho, o termômetro pode marcar 11 °C, fato sempre festejado entre os locais e visitantes, com repercussão na mídia visando atrair turistas e assim valorizar o lugar. Considerando a classificação, o clima da região corresponde ao tropical úmido. A altitude média corresponde a 865,24 m acima do nível do mar, com o ponto mais elevado alcançando 1.115 m, local denominando “Pico Alto”, que se sobressai como o ponto culminante do estado e o 3º. de maior altitude da região Nordeste. A pluviometria média alcança 1.668 milímetros anuais, sendo as chuvas concentradas no período de janeiro a julho. Nos meses de fevereiro a junho, o balanço hídrico se apresenta positivo, com a precipitação superando a evaporação.¹⁰³

Para os cearenses, a visita à cidade está associada ao prazer de contemplar a paisagem serrana, à rara oportunidade de experimentar temperaturas mais baixas no Ceará, usar roupas típicas de inverno, consumir vinhos, passear pelos bem cuidados jardins e praças, admirar a diversificada produção de flores em toda a extensão do município e cercanias, além de degustar produtos considerados *gourmet* associados ao clima de “inverno”. Por essas razões, Guaramiranga se tornou conhecida como a “Suíça Cearense”, sendo o destino de inverno preferencial dos cearenses para longos feriados, finais de semana, festas de casamento e lua de mel, além de datas em que ocorrem eventos e festividades no município, com destaque para a Semana Santa e período de carnaval. Outra denominação comumente usada para o município corresponde à “cidade das flores”, em alusão a tal cultivo em sua área de abrangência.

Desde há muito o lugar está associado a prestígio social. No século XIX, ainda como um povoado, denominado Conceição, quando o Príncipe Imperial, o Conde d’Eu, esposo da Princesa Isabel veio ao Nordeste (1889), não deixou de subir a serra para visitar o lugar, o qual foi transformado em vila logo após (1890).

A natureza do município consta entre seus principais atrativos, inclusive porque Guaramiranga (juntamente com os municípios do seu entorno) abriga um dos últimos retalhos remanescentes da Mata Atlântica do estado do Ceará. Dessa forma, a cobertura verde constitui traço marcante da paisagem local, especialmente em áreas de maior declividade ou de acesso dificultoso. Entretanto, a conservação da vegetação se mostra heterogênea, pois são visíveis porções onde a terra aparece nua, devido a desmatamento, queimadas ou outras alterações por atividades antrópicas (ex: agricultura, construções, implantação de loteamentos). Em termos de estágio de vegetação, predomina a do tipo secundária, em razão de sucessivos ciclos de ocupação da região, os quais envolveram cultivo de algodão, café, banana e olericultura que realizaram a retirada de porções da mata original. Ademais, a regeneração da vegetação se apresenta em estágios intermediário e avançado (SILVA, 2015).

A cobertura vegetal se compõe de mata úmida serrana (floresta subperenifólia tropical plúvio-nebular), mata atlântica, mata seca (floresta subcaducifólia tropical pluvial) e caatinga arbustiva densa (CPRM-SERVIÇO GEOLOGICO DO BRASIL, 1998). Predomina a floresta úmida perenifólia, onde pontificam espécies como: Pau-d’arco-roxo (*Tabebuia impetiginosa*), Pau-d’arco-amarelo (*Tabebuia serratifolia*), limãozinho (*Zanthoxylum rhoifolium Lam.*), aroeira (*Myracrodruon urundeuva*), frei-jorge (*Cordia trichotoma*), lacre-vermelho (*Vismia guaramirangae*), mutamba (*Guazuma ulmifolia Lam.*), orelhas-de-burro (*Clusia nemorosa*),

¹⁰³ Fonte: IPECE (2012).

goiabinha (*Alseis floribunda*), pau-ferro (*Caesalpinia ferrea*), trapiá (*Crataeva trapia*), babaçu (*Orbignya martiana*) (ICMBio, 2011). Entre as leguminosas, incluem-se o mulungú (*Erythrina mulungy*), camunzé (*Pithecellobium polycephalum Benth*) e ingazeira (*Inga vera*), além de outras. A vegetação apresenta um dossel que varia entre 15 a 30 metros, embora existam diversos indivíduos emergentes (SEMACE, 1992). Em razão da umidade local, desenvolvem-se espécies pertencentes à família *Bromeliaceae*, tanto em forma rasteira como na forma epífita (quando utilizam outra planta como apoio). Além dessas, são comuns samambaias, orquídeas, pacaviras (*Heliconia psittacorum*), líquens, musgos, trepadeiras e variadas flores silvestres (ICMBio, 2011).

A fauna nativa abriga espécies raras como o tamanduá mambira, gato maracajá, mamíferos voadores (morcegos). Dentre a avifauna, destacam-se: aí-tucano (ou tucaninho da serra), pica-pau anão da caatinga, choca da mata, vira-folha, arapaçu-rajado, Maria do nordeste, uru, jacú e periquito-cara-suja, além de uma variedade de aves típicas da mata úmida (Figuras 4 e 5). A herpetofauna (anfíbios e répteis) contém, entre outros, rãs, pererecas, serpentes (ex: jibóia, surucucu pico-de-jaca) e lagartos (ex: tejo, camaleão, calango verde e calanguinho), alguns desses ameaçados de extinção (SILVA 2015).



Figura 4: Periquito cara suja. Foto de Claudio Raulino. Amigos de Guaramiranga. 2018.



Figura 5: Tucaninho da serra.

Fonte:

<https://especiais.opovo.com.br/avesdebaturite/>

Acesso em 8 de março de 2018.

Devido ao seu relativo isolamento, toda a serra serve de refúgio para espécies ameaçadas, o que a torna um verdadeiro banco genético de biodiversidade. Também por essa razão, crescem na região iniciativas voltadas para a conservação da fauna, flora e cultura local. Nessa linha, nos últimos anos, a sociedade civil tem criado diversas iniciativas voltadas para a conservação da natureza local, tais como a instituição de Reservas Particulares de Patrimônio Natural-RPPNs. Assim, no território do município de Guaramiranga estão encravadas duas RPPNs (Gália e Sito Lagoa); outras três unidades do tipo se estendem por outros municípios da Serra de Baturité, sendo essas: Belo Monte (Mulungu), Serra da Pacavira e Passaredo (Pacoti) e Sitio Palmeiras (Baturité).¹⁰⁴ Destacam-se ainda diversas ações voltadas para a preservação de espécies ameaçadas de extinção ou em estado de vulnerabilidade. Outras iniciativas visam a promoção da qualidade ambiental e cultura local, através da organização de festivais, museus, parques naturais, criatórios e outros equipamentos do gênero.

¹⁰⁴ Fonte: ICMBio online.

Ainda sobre elementos da paisagem natural, o relevo apresenta formas em cristas e colinas, uma vez que a região se constitui um maciço residual dissecado (CPRM-SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 1998) (Figura 6). Em termos geológicos, prevalecem rochas de embasamento cristalino de idade pré-cambriana, constituídos de gnaisses e migmatitos. Esse substrato recebe coberturas aluvionares constituídos de sedimentos areno-argilosos, de idade quaternária, presentes ao longo dos principais rios e córregos que integram a drenagem natural do município (CPRM-SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL, 1998). Em geral, os solos são espessos, com predomínio da classe Argissolo Vermelho-Amarelo (IPECE, 2012).



Figura 6: Guaramiranga. Visão do relevo e vegetação. Foto de Triplex do Mirante para Grupo Amigos de Guaramiranga. 2017.

Em termos de patrimônio construído, Guaramiranga ostenta valiosos representantes da arquitetura colonial, compostos por um casario que guarda vestígios das famílias de origem europeia, fundadoras do então distrito, ainda na época imperial (Figura 7). Outras construções de destaque incluem mosteiros seculares, igrejas, capelas, praças ajardinadas, escadarias, estátuas e monumentos públicos, parques, teatros e museus. Compõem ainda esse ambiente, trilhas e mirantes, além de inúmeras pequenas pontes ao longo das vias. O município é entrecortado por uma rede de estradas vicinais ligando as propriedades, vilas e distritos, que possibilitam o acesso às vias principais (rodovias estaduais). Grande parte dessas estradas rurais tem calha estreita e íngreme, apresentando revestimento primário (ex: piçarra ou calçamento tosco) (Figuras 8, 9 e 10). Nas épocas chuvosas, essas estradas rurais sofrem com erosão pluvial no leito e nas suas margens por conta de problemas de drenagem e outros derivados do tipo de revestimento. Dentro das propriedades, são comuns passarelas improvisadas e pinguelas (pontes feitas com tronco de árvores) fazendo a ligação com locais de difícil acesso. Ainda como traço marcante da paisagem, na temporada das chuvas, cachoeiras jorram abundantemente (Figura 11).



Figura 7: Guaramiranga. Casario existente na área urbana central. Foto de Helena Maria Romcy. Grupo Amigos de Guaramiranga. 2017.



Figura 8: Guaramiranga. Estrada rural em pedra tosca. Autora: Lara Amorim Beltrão. 2019



Figura 9: Guaramiranga. Estradas Rurais. Foto: Claudio Raulino. Amigos de Guaramiranga, 2018



Figura 10: Guaramiranga. Estradas Rurais. Foto: Claudio Raulino. Amigos de Guaramiranga, 2018



Figura 11: Guaramiranga. Cachoeira da Veeda. Autor: Cláudio Raulino, 2015.

Compõem ainda a paisagem estruturas de produção associadas a diferentes setores. Na agricultura, destacam-se: hortas, pomares, cultivos agroflorestais, floriculturas e agora começa a surgir a fungicultura (cogumelos); na pecuária: currais de gado bovino, principalmente para leite; no processamento: ruínas de engenhos de cana de açúcar, terreiros de café e algumas casas de farinha. O comércio local é, em geral, simples e de pequeno porte, sobressaindo-se alguns mercadinhos, depósitos de material de construção, lojas de artesanato, doces e outros produtos locais, além de algumas casas de vinhos e *delicatessen*, venda de flores, mudas de espécies nativas e frutíferas, além de plantas decorativas. Em outros serviços privados predomina o voltado para turismo e receptivo, incluindo restaurantes, bares, lanchonetes, hotéis, pousadas, campings e locais de entretenimento (ex: pesqueiros, tirolesas, e alguns esportes).

5.3 CULTURA, TURISMO E CAFÉ

Em razão de sua paisagem de montanhas, Guaramiranga se tornou também um local de referência para eventos culturais, ligados à literatura, música, dança, teatro, gastronomia e outras manifestações artísticas. A cidade se tornou palco de diversos festivais anuais (ex.: *Festival Internacional de Jazz e Blues*; *Festival Nordestino de Teatro*; *Mostra de Dramas*; *Festival de Letras, Flores e Vinhos*; *Festival das Flores*; *Festival de Café com Chocolate e Flores*; *Festival Viva Guará*; *Feira Livre das Artes*), além de outros eventos relacionados às artes (ex: literatura de cordel, poesia, reisado, violeiros e artesanato) e ao meio ambiente. Cada um desses eventos acontece regularmente, em data específica do ano, de modo a formar um calendário anual cheio de atrações, enriquecendo a programação turística de Guaramiranga e entorno. Além do clima ameno dos ambientes de montanha, essas produções festivas contribuem para que Guaramiranga receba grupos crescentes de turistas, que buscam desfrutar dos diversos atrativos ligados à paisagem natural e cultura do território. Ao lado da natureza privilegiada, esses eventos sobre temas sempre estimulantes contribuem para fixar a imagem de Guaramiranga como local especial, o que encoraja visitas e permanências, mesmo que breves.

Em iniciativas recentes, o café produzido na região se adicionou a essa experiência de visitação. O fato da imagem do produto (“café verde”) estar associado ao esforço conservacionista contribui para sua diferenciação e agregação de valor. Uma das estratégias utilizadas para promover este café consiste apresenta-lo junto aos turistas que visitam Guaramiranga, seja através de exposição do produto em eventos, seja através de degustação ou mesmo através de atividades educativas focadas e independentes, tais como cursos rápidos sobre os diversos tipos de café, formas de avaliar sua qualidade, com destaque para os cafés considerados especiais, além de demonstrações de diferentes maneiras de preparação da bebida. Todas essas atividades cuidam para dar destaque especial ao café produzido na região. O propósito consiste em formar consumidores mais exigentes para apreciar bebida de melhor qualidade, e assim estimular o mercado do produto diferenciado. Dessa forma, o café da região sempre marca presença nos diversos eventos locais, sejam esses sobre arte e cultura (ex: literatura, música, teatro, artesanato), sejam sobre flores, turismo, gastronomia ou meio ambiente.

Em mais uma iniciativa para promover o café produzido na região e integra-lo ao turismo e a outras atividades (ex: artesanato e demais produtos locais), o SEBRAE do estado organizou, juntamente com os produtores de café da região, um roteiro turístico (“Rota Verde do Café”) composto por visitas a fazendas de café selecionadas (Figuras 12, 13 e 14).¹⁰⁵ Esses estabelecimentos foram preparados previamente para receber os visitantes, incluindo melhorias estéticas e funcionais nos locais e atividades de capacitação de pessoal para conduzir os visitantes de forma orientada. As visitas proporcionam uma rica experiência sobre o café na região, incluindo explicações sobre aspectos históricos, culturais, econômicos, sociais e ambientais envolvidos na cafeicultura local. Entre outros aspectos, os participantes conhecem os casarões sede das fazendas e as histórias das famílias que os ocuparam, sobretudo sobre o envolvimento dessas nos negócios do café. Além disso, os visitantes caminham no cafezal em meio às veredas, aprendem sobre as características do terreno, da mata sombreada, do solo e clima, e ainda conhecem detalhes do processo de produção ecológica e dos terraços de secagem dos grãos¹⁰⁶. Ao final, a visita inclui a degustação da

¹⁰⁵ Alguns dos sítios envolvidos na Rota e que recebem visitação e degustação incluem: o Sítio Águas Finas e a Fazenda Floresta, em Guaramiranga, além do Sítio São Roque, em Mulungú, e Sítio São Luís, em Pacoti.

¹⁰⁶ Em algumas fazendas, dependendo da época do ano, os visitantes podem também participar de operações de poda, limpeza e até colheita nos cafezais, sempre com o acompanhamento de guias que fornecem explicações sobre diferentes aspectos da produção e seu contexto.

bebida no ambiente familiar das propriedades, momento em que os guias explicam sobre as características próprias do grão e bebida e como essas podem ser percebidas. Nesse ambiente, costumam ser expostos e comercializados produtos do artesanato local, incluindo doces e outros alimentos, licores, bordados e artes com palha, fibras vegetais, madeira, linhas e materiais reciclados. O café assim contribui para a integração de diversas atividades que proporcionam oportunidades de ocupação produtiva e geração de renda para as famílias locais.

A atividade combina a apresentação da história do café na região com prazer, sensibilização e formação de preferência, estimulando novos consumidores conscientes quanto às qualidades da bebida, bem como quanto à forma como o café ecológico interage favoravelmente com a natureza e a paisagem de montanhas.

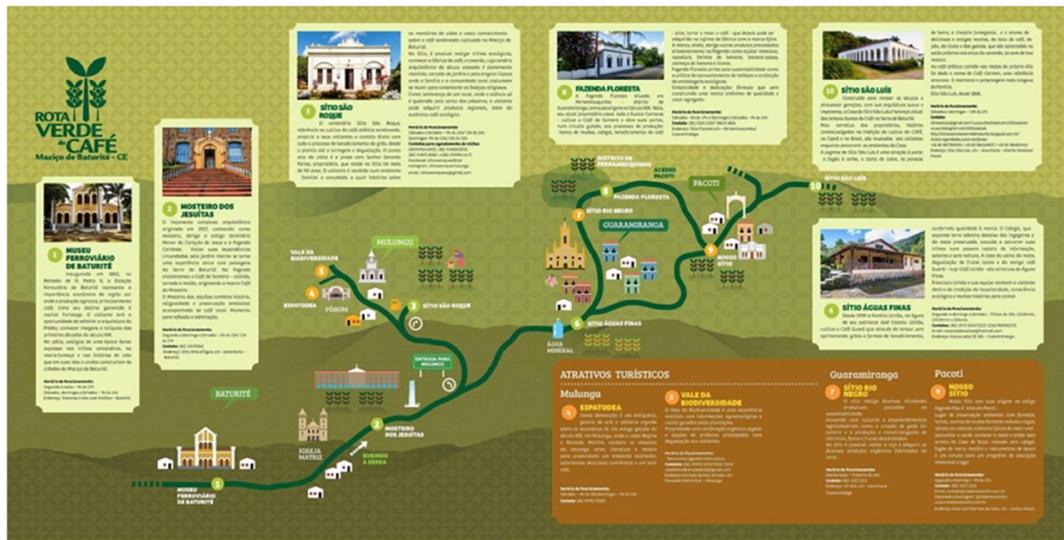


Figura 12: Rota Verde do Café. Sebrae.



Figuras 13: Rota Verde do Café: Sítio São Luis. Foto do Instituto São Luis



Figura 14: Rota Verde do Café Sítio São Luis Foto do Instituto São Luis

Nos sítios de veraneio, além de edificações seculares, as casas de construção mais modernas seguem padrões ecléticos, com predominância do estilo chalé, incluindo farto jogo de telhados de forte caimento e beirais, e uso de materiais rústicos, tais como madeira, pedra, ferro fundido e tijolo aparente, embora não deixem também de utilizar vidro, cerâmica e aço. As casas mais simples onde residem as famílias locais são quase rentes ao terreno.

Construídas com pouco recuo, essas habitações ficam bem próximas à calha das estradas, tem portas e janelas viradas para a “rua”, calçada estreita e paredes pintadas com tinta a cal, em cores variadas, frequentemente em tons alegres. Na frente das casas, costuma ter canteiros ou jarros de flores e folhagens; às vezes tem um santo para expressar a fé. A cozinha fica nos fundos, onde também pode haver algumas fruteiras e plantas para fazer chás, bem como abrigos para os animais pernovernarem.

No centro da cidade, a organização dá sinais vivos de urbanidade, mesmo que repousada em cenário pacato. Durante dias úteis, as ruas são frequentadas pelos habitantes locais, que buscam tratar de assuntos na prefeitura municipal ou outros órgãos públicos (escolas, centros de atendimento de saúde, previdência, empresas de água e energia), fazer compras no pequeno comércio local, ou contratar pequenos consertos nas oficinas de reparação (ex: bombas, motores elétricos, soldas, grades e pneus). Boa parte dos prédios tem fachadas históricas, bem conservadas, mas já despontam também construções modernas e mesmo alguns condomínios residenciais de instalação recente.

Nos finais de semana e em períodos festivos, os usos e frequentadores da parte mais central da cidade tem outro perfil. Então, predominam os visitantes ou membros de famílias proprietárias de sítios de lazer, que estacionam seus carros nas vias centrais, enchem as calçadas e praças buscando aproveitar os inúmeros restaurantes, bares, teatros e locais de apresentações musicais, além de feirinhas de artesanato, flores e plantas ornamentais, ou ainda adquirir algo nos pequenos estabelecimentos comerciais. O movimento começa cedo, logo após o raiar do dia e se estende até o adiantar da noite. Os transeuntes mostram semblantes alegres e a atmosfera é de vibração, mas sempre preponderando um ambiente calmo e sem maiores perturbações. Até os burburinhos se apresentam discretos. Seja em espaços rurais ou urbanos, Guaramiranga tem a marca da tranquilidade, mesmo quando está em festa.

5.4 PAISAGEM, CULTURA E CALENDÁRIO DO CAFÉ

Sobre e através dessa paisagem se desenvolve o café, enquanto item de produção agrícola, bebida para servir, sua cultura que teima em resistir, ou o quê mais a ele se associe, como agora faz o turismo. As pessoas locais, principalmente as que residem nos sítios ou povoados, conhecem toda a rotina dos cafezais e a época certa de cada atividade envolvida. Muitos conhecem também as modas, costumes e tradições envolvidas nessa atividade. É certo que algumas dessas manifestações quase não existem mais, por conta dos recuos experimentados pelos cafezais ao longo das últimas décadas, mas também ocorre dessas práticas serem reproduzidas pela vontade de conservá-las.

Em toda a serra, o cafeeiro faz seu próprio calendário. Tendo as chuvas começado em dezembro, logo no início do ano, durante os meses de abril e maio, há que se fazer a limpeza (“limpa”) dos cafezais. Essa tarefa consiste na remoção de plantas espontâneas (“mato”) que crescem no cafezal para que o cafeeiro não tenha concorrentes pelos nutrientes do solo e assim possa formar grãos de café graúdos e numerosos. A época é vital, porque em julho deve ser feita a colheita, chamada na região de “apanha” ou simplesmente “panha” do café.

Bem antes da colheita, outras fases merecem atenção. Os grãos começam a ser formados após as chuvas de setembro e essas são decisivas para o sucesso da florada, que depois forma os frutos (grãos, que são chamados de “caroços” pelo povo local). A intensidade das chuvas de setembro determina o tamanho da florada, ajudando a trazer umidade para o solo. Por conta da importância que tem para o sucesso da colheita do café, as pessoas locais denominam as chuvas de setembro de “chuva da esperança do café” ou “chuva do café”. Cerca de três dias depois da fadada chuva, começam a surgir os botões de flores que logo em seguida desabrocham. Somente metade das flores vira fruto, chamado de “serria”, quando ainda é bem pequeno. Aproximadamente nove meses depois, os grãos amadurecem e chega o momento da colheita. Depois dessa, vem o tempo de se fazer nova limpa no cafezal e em seguida se faz a poda dos cafeeiros para estimular nova floração. Entre a colheita e nova floração, o cafeeiro descansa por três meses. Fica assim completo o ciclo da cultura.

Colhido o café, chega o momento de beneficia-lo, ou comercializa-lo ainda sem processamento. Os compradores fazem sua própria torra, usando equipamentos industriais. Além dos grãos comercializados, uma parte sempre fica reservada para o consumo das famílias dos produtores. Nesse caso, o processo de finalização do grão tem características bem domésticas: o grão é torrado em tachos de zinco, que ardem ao fogo de lenha. Quando os grãos chegam a estalar, chega-se ao ponto certo da torra. O último passo é pilar para transformar os grãos em pó, que será usado para fazer a bebida. A porção guardada para a família deve render o ano inteiro. Vai servir a todos de casa e aos que se chegam. Entre as pessoas locais, preparar, servir e consumir o café faz parte das convivências, dos rituais e do bem viver. O café compõe a paisagem. E vice-versa.

O calendário do café abarca o religioso e o profano. Além de missas e orações pedindo uma boa safra, o café vira motivo de festa e animação. Faz parte da tradição local organizar um festejo ao final da colheita para comemorar o resultado, mesmo esse não sendo estupendo. O propósito consiste em agradecer, compartilhar e vibrar com tudo que foi apanhado. Nessa data, o dono do cafezal convida os apanhadores para se juntarem à família, podendo então incluir também amigos e vizinhos para um bom almoço, que se acompanha de brincadeiras e alguma bebida; talvez por isso, o evento se chame popularmente de “meladinha”. A comida é farta, e o dia fica alegre, ruidoso e movimentado. A festa deixa saudades.

5.5 O CAFÉ COMPONDO A PAISAGEM

A interferência do café na paisagem tem caráter multissensorial: inclui odores, cores, ruídos, formas, luzes, alívios e mesmo humores.

Em se tratando de odores, caminhar nos cafezais sombreados, em especial em tempo das chuvas (dezembro a junho), deixa sentir o cheiro da terra úmida, pois a copa das árvores diminui a incidência dos raios solares que provocam a secagem do solo e plantas. O cheiro também reflete as folhas e galhos em decomposição. Na verdade, no cafezal, odores, cores, ruídos e outros mais mudam suas notas, dependendo da fase em que a cultura se encontra. Ainda sobre os odores, na época da florada, um perfume que se assemelha a jasmim ou orquídea atravessa os limites do cafezal, impregnando as redondezas. O néctar das flores atrai abelhas e beija-flores que nelas pousam e do tal fluido se fartam incessantemente no cafezal. Com as flores caídas, o aroma se esvai. Durante a formação dos frutos, quase não se percebe o cheiro, a não ser os típicos de mata e terra, sempre suaves e que somente podem ser sentidos de perto. Na colheita, vem uma forte mudança: o atrito das mãos dos apanhadores escorregando nos galhos e folhas do cafeeiro em busca de arrancar os frutos, desprende uma seiva de fragrância indisfarçável, semelhante a mato fresco “açoitado”. Na expressão dos locais, esse cheiro tem cor e é considerado “verde”. Em uma fase seguinte do cafezal, quando acontece a poda, os cortes dos galhos fazem escorrer a seiva, espalhando seu aroma pelas vertentes, veredas e em toda a mata. Finalmente, já fora do cafezal e chegando nos terreiros, os grãos deixados ao sol espalham um cheiro agradável, de algo “morno” e que chega a proporcionar um certo “aconchego”, na visão das pessoas do lugar. A produção à sombra intensifica os óleos aromáticos dos grãos, que dominam os ares dos cafezais, terreiros, cozinhas, bules e xícaras. Nos dias de torra do café, o cheiro que se espalha nunca pode ser escondido e todos ao redor dão conta que o café está pronto.

O cultivo do café sombreado muda também as cores da paisagem. Para começar, o sistema de produção à sombra “encheu” a mata e cobriu de verde as fazendas, que antes haviam sido, em boa parte, desmatadas para o implante dos cafezais cultivados a pleno sol. Na época da florada, primeiro surgem os botões que tem tom verde claro, depois aumentam de tamanho e se tornam brancos, e ao final se abrem formando buquês de flores brancas, cuja imagem ao longe chega a imitar flocos de neve aderidos aos cafeeiros. Alguém lembra que assim, vistos a distância, os cafeeiros parecem um “véu de noiva”. Após a floração, vêm os frutos que no início tem cor verde claro, depois quando crescem, assumem tonalidade mais escura, e na fase de amadurecimento se tornam laranja ou vermelho, quando então são chamados de “caroço” nos cafezais antigos, e de “cerejas” nos recentemente implantados. Nessa fase, a copa verde dos cafeeiros fica sortida de tons alaranjados ou vermelhos, o que faz algumas pessoas lembrarem que, assim, o pé de café se assemelha a “uma árvore de Natal”; outros acham que a planta fica parecida com um pé de pimenta carregado dos tais frutos. Mais uma mudança cromática se dá na fase de secagem, quando os grãos, chamados de coco, vão escurecendo em matizes de marrom, dando esse tom aos terreiros onde se dá essa operação.

A paisagem dos cafezais também produz distintas sonoridades. Deveras, os sons associadas à paisagem local se alteram seguindo a dinâmica dos cafezais. Assim, nos meses antes da florada, as idas dos produtores e trabalhadores ao cafezal são quase silenciosas; todos ficam na expectativa do tamanho da florada que está por vir, pois ela dá indicações de quanto poderá ser o volume dos frutos, o quê, por sua vez, já sinaliza o montante da colheita. Quando os botões de flores são formados e quando esses, após as chuvas, finalmente desabrocham, o humor das pessoas e seus ruídos no cafezal denunciam se a safra será boa, caso de euforia e muita movimentação; ou se a safra será fraca, quando os semblantes mostram resignação e os movimentos são quase surdos. Haverá pouco o quê comemorar.

Na época da colheita, a sonoridade se confunde com vibrações, converseiros e planos para o quê fazer. A apanha do café é época muito festiva, cheia de vozes, música, brincadeiras e até palmas no cafezal. Os preparativos para a colheita começam com homens e mulheres chegando cedo ao cafezal e em seguida amarrando cestos aos corpos, na altura da cintura, para neles depositar os grãos que dão conta de colher. Cada pessoa se encarrega de apanhar os frutos (“caroços”) de uma ou mais fileira (“carreira”) de cafeeiro. Chegando em cada cafeeiro, o apanhador identifica os galhos que contem frutos maduros. A apanha se faz tomando cada um desses galhos e puxando-o para baixo, em seguida escorregando com força a mão no mesmo, vindo desde a sua origem no troco até o extremo e nesse movimento arrastando os frutos. Repetida tantas vezes durante o dia, a tarefa se torna simples a os apanhadores a executam quase que automaticamente e não parecem cansar. Os movimentos são acompanhados de entretenimento. Homens e mulheres ocupados na lida se alternam cantando músicas (“cantigas”) típicas da região. Muitas vezes, cada um entoando uma parte da música, deixando o resto para outros continuarem. Nesse rito, as participações seguem de fileira em fileira do cafezal até chegar ao último apanhador, quando então, a maioria expressa sinais de satisfação. E tudo começa novamente na mesma sequência, o que ajuda a passar o dia e a completar a tarefa. Todos cantam alto para que os demais escutem e se engajem na brincadeira. De longe se pode escutar as cantigas e sentir os humores do grupo. Assim fica possível localizar os apanhadores no cafezal, bem como saber o andamento da colheita.

O cafeeiro abrigado também interfere nas luzes e sombras da paisagem. Encoberto por árvores amigas, o cafezal proporciona alívio para os que dele cuidam. Assim as árduas tarefas de limpeza, poda e colheita são executadas ao abrigo do sol, que pode ficar quase ardente nos meses de setembro a dezembro. A sombra, entretanto, não chega a ser completa, pois deve deixar passar raios de luz na quantidade certa, para assim favorecer o desenvolvimento da planta. Ademais, a luz presente consente aos encarregados perceberem possíveis pragas, danos e progressos dos pés de café.

Há ainda um jogo de formas e estéticas no cafezal. Além da paleta de cores que se alternam, revestindo o cafeeiro enquanto esse atravessa o ano, e as luzes filtradas imitando tempo nublado, a plantação exhibe diferentes contornos que mudam conforme as fases da cultura. No tempo da colheita, o esforço envolvido deixa os galhos baixos e eriçados, parecendo mal comportados. De perfil, o cafezal tem pontas e ângulos que aludem à desorganização. Passada a temporada de apanha, deve ser feita o “levantado”, quando os galhos são erguidos e organizados, formando copas mais comportadas e deixando o cafezal mais oblongo.

Na natureza, o retorno do café sombreado trouxe soberbo alento. Com as flores em desabrocho, vêm as abelhas aos montões. Também chega o beija-flor, que pousa de flor em flor para delas sugar o néctar. Movido por essa transformação, grande surpresa causou o jacú (*Penelope jacucaca*, ave de grande porte, da ordem craciformes), que há muito não se via em toda a região, embora tendo lá existido em profusão, em tempos bem passados, há cerca de 50-60 anos atrás (Figura 15). Agora com sombra, mais árvores nativas e seus frutos silvestres, além de medidas duras para sua caça, os jacús passeiam nos cafezais, arrastando suas longas caudas no chão, de onde também beliscam besouros que lá encontram¹⁰⁷. O retorno dos jacús, que agora já formam ninhos e famílias nas fazendas locais, constitui um sinal de que a natureza começa a se recompor, em parte como resultado do fortalecimento da mata que sombreia os cafezais.

¹⁰⁷ Alabo e Girão (2008) anotam que o jacú, maior ave da região, encontra-se classificada como “vulnerável” à extinção, segundo a BirdLife International (2007). A razão principal para essa condição corresponde à caça.

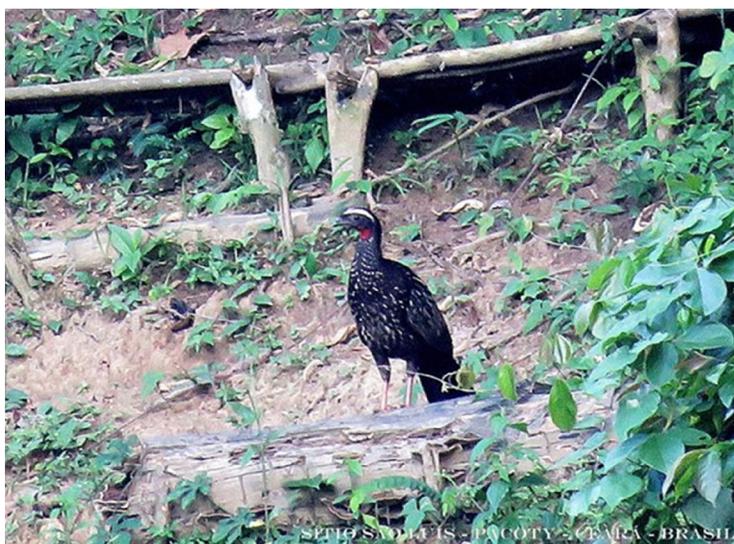


Figura 15: Jacú no Sítio São Luis. Foto Sítio São Luis. 2017.

Todas essas evidências constituem sinais de melhorias no trato ambiental, de cuja evolução o café de sombra se faz tributário. Ao lado de sua contribuição, obviamente reforçada pelos dispositivos legais impostos pela condição de APA, a região vem, embora ainda aos poucos, se afastando das ações de devastação motivadas por razões de produção agrícola. Permanecem ainda, todavia, como já apontado acima, as ameaças oriundas da especulação imobiliária. Apesar disso, em Guaramiranga e entorno, a maioria dos habitantes, sejam jovens ou mais velhos, urbanos ou rurais, de baixa renda ou de orçamentos mais remediados, todos esses grupos mostram ter algum nível de consciência sobre a importância de proteger as matas e zelar pelo meio ambiente como um todo. Esse assunto faz parte das conversas e as pessoas sabem das implicações de eventuais infrações, inclusive tendo claro como e onde denunciar tais mazelas. Ainda há muito a melhorar, mas esse avanço não pode ser minimizado.

5.6 A PAISAGEM COMPONDO O CAFÉ

O café sombreado produzido em Guaramiranga espelha as características e as propriedades da paisagem local. Diversos elementos da paisagem, de uma forma ou de outra, se incorporam ao café, distinguindo o produto e contribuindo para sua agregação de valor, tanto por razões objetivas como por causas subjetivas. As razões objetivas incluem aspectos agronômicos, sensoriais e organolépticas. As razões de ordem subjetiva estão ligadas a traços da identidade do local, também integrantes da paisagem.

Em termos agronômicos, a composição natural do solo da região, de conteúdo argiloso e rico em óxido de ferro, proporciona predicado distinto ao grão, possibilitando uma bebida¹⁰⁸ de superior qualidade. Além disso, a altitude próxima a 1.000 m acima do nível do mar contribui para redução da temperatura (CARGNELUTTI FILHO et al., 2006 apud SILVEIRA, 2015)¹⁰⁹, condição importante para o retardamento da maturação dos frutos, reforçando as transformações químicas nos grãos, e assim aumentando o teor de substâncias (açúcares, ácidos e aminoácidos) que beneficiam os atributos da bebida (VAAST et al, 2006).

Em termos subjetivos, o café não deixa de carregar traços da identidade serrana de Guaramiranga, incluindo suas paisagens rurais e urbanas, naturais e construídas, históricas e modernas, produtivas e culturais. De fato, Guaramiranga guarda um caleidoscópio de combinações que enriquece sua identidade, de um lado amalgamada por raízes, tradições e vida simples, e de outro lado, tecida por fibras do progresso, burburinho e urbanidade. Permeando essa mescla, permanecem apegos à cultura e ao meio ambiente.

O café se apropria da identidade local, na qual se sobressaem a paisagem de montanhas, incluindo a cobertura verde, as touceiras de flores, a vida bucólica, afeições às artes e história, os destaques arquitetônicos, e a crescente consciência ambiental. Esses atributos incorporam ao café valores intangíveis, tornando-o uma substância que vai além de uma mera bebida. Assim, a partir de relatos obtidos junto a membros da população local e visitantes, fica claro que a experiência de consumir o “café verde” produzido localmente proporciona sensações múltiplas, desde a satisfação com o sabor da bebida, à associação dessa com a paisagem local e tudo que a mesma significa.

Algumas pessoas atribuem ao “café verde” a capacidade transmitir “o cheiro”, o “clima”, “a beleza”, “as cores” e a “atmosfera” de Guaramiranga, permitindo assim uma experiência mais completa de vivenciar a paisagem de montanhas como um todo e dela ter lembranças multissensoriais. Para os visitantes, se tornou quase obrigatório provar o café local, tanto já na xícara como também em pacotes de grão torrado ou pó já pronto para levar. Assim, menções como “café da serra”, “café de Guaramiranga”, “café da mata”, “café de sombra”, “café de pilão”, “café de Guará”, “café ecológico” e outros assemelhados estão nas falas e compras dos que querem aproveitar o passeio à cidade. Entre os visitantes, o café se associa a gosto apurado, sensibilidade e até sofisticação.

Outros dizem que tomar o café da serra traz as lembranças da mata, natureza e beleza do lugar. Essas impressões são reforçadas por mais algumas que apontam para a imagem do café fumegante, ainda no bule, imitando a paisagem frequentemente nublada da região (Figura 16). De fato, o cheiro do café no fogão pode ser facilmente percebido quando se percorre as estradas e caminhos rurais que levam até as vilas, povoados ou casas isoladas. Ali, o café é parte da rotina e simplicidade (Figura 17). Nesses locais, de manhã cedo, junto com o cantar

¹⁰⁸ Por conta dessa composição a base de óxido de ferro, até a água produzida na região frequentemente tem coloração avermelhada e odor considerado ferroso. Lima (2010) anota a composição ferrosa da água produzida no local.

¹⁰⁹ Silveira (2015) citando Chalfoun & Carvalho (2001) aponta que cada 110 metros de elevação de altitude reduz 0,7° C na temperatura ambiente. A mesma autora cita ainda a pesquisa de Avelino et al (2005) que concluiu que maiores altitudes proporcionam ganhos de qualidade no café.

dos galos e as vacas mugindo durante a ordenha diária, a fumaça das chaminés das casas indica que o café está no fogo e logo estará pronto para ser servido para os de casa e os que se chegam. Assim, quando alguém conhecido ou não chega à porta, a pergunta que vem é se o recém-chegado aceita um “cafezim”, aludindo à bebida servida quente e em uma xícara de louça ou mesmo em um copo de vidro simples e transparente, onde só se enche a metade. Dessa forma, o café facilita a conversa, cria oportunidades de aproximação, sendo assim meio de socialização.



Figura 16: Visão da paisagem com neblina em área rural de Guaramiranga. Foto de Claudio Raulino. Grupo Amigos de Guaramiranga (15 de Janeiro de 2017).



Figura 17: Sítio São Luis. Preparação do café em fogão a lenha. Foto: Cortesia do Instituto Sítio São Luis.

5.7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A retomada da produção do café sombreado, agora apresentado como “café verde”, se aninha na paisagem de montanhas de Guaramiranga, recolhendo dessa traços de sua identidade, assim enriquecendo seus atributos, e alcançando ganhos em termos de agregação de valor. A relação se mostra recíproca, pois o café também dá forma a identidade e a paisagem local. Nessa dinâmica, o “café verde” alia, simultaneamente, a expansão da produção de maior valor econômico a ganhos ambientais e valorização cultural.

A experiência do “café verde” de Guaramiranga aponta para oportunidades de trabalhar a paisagem de forma integrada, associando, com sucesso, a produção agrícola, com turismo, cultura e atividades correlatas, e com a qualificação ambiental, na perspectiva do desenvolvimento sustentável. Em sintonia com os fundamentos da Nova Economia, que abraça elementos intangíveis, entre os quais os fatores locais, como fontes de geração de valor, a paisagem se qualifica como tal, portanto, creditada desse potencial. Como paisagem diferenciada, a associada à montanha estimula a imaginação, despertando interesse pela mesma e assim dotando-a de atributos, que se transferem aos produtos com ela sintonizados.

O caso aqui estudado assim suscita importante reflexão sobre o papel da paisagem. Quase sempre percebida como simples palco que abriga elementos naturais ou sociais, com vocações mais associadas a questões estéticas, e ainda desprovidas de importância econômica, a paisagem, diferentemente da visão convencional, pode impulsionar a produção e geração de valor, trazendo a reboque empregos e ocupações produtivas, negócios, renda, vitalidade cultural e ainda mesmo cuidados ambientais. Essa compreensão, pois, anuncia direções inovadoras para políticas voltadas para o desenvolvimento sustentável de ambientes de montanha.

6 CONCLUSÕES GERAIS

A paisagem vai muito além do que a vista pode captar, devendo ser entendida como uma composição mental, resultante da percepção humana do ambiente natural e construído, incluindo a interação entre estes, expressa em aspectos culturais e produtivos. Como fruto da ação humana, a paisagem influencia e é influenciada pela forma como se organiza a produção. Nos termos da Nova Economia, a paisagem constitui um ativo econômico (intangível), com potencial para lastrear dinamismo das economias locais. A paisagem de montanhas se sobressai por seus atributos naturais e culturais, predicados que podem agregar valor aos produtos com essa origem. Há, entretanto, que se treinar o olhar para apreciar a paisagem.

A valorização da paisagem de montanhas proporciona oportunidades para conciliar atividades produtivas com a conservação do meio ambiente e a inclusão da população local, desse modo se alinhando com a visão do desenvolvimento sustentável. Nessa perspectiva, a paisagem desempenha papel integrador de diversos setores, como agricultura, artesanato e manufaturas de pequeno porte, turismo e outros serviços que, conjuntamente, se retroalimentam, produzindo sinergias. Na medida em que integra setores distintos, a valorização da paisagem constrói um caminho de pluriatividade nos ambientes de montanha, expandindo as oportunidades econômicas para seus habitantes, reduzindo as restrições para o desenvolvimento advindas da escassez de capital e do isolamento ao qual estas populações, frequentemente, se encontram.

Na região do Maciço de Baturité, a produção de café sombreado do tipo ecológico (“café verde”), ao mesmo tempo em que favorece a regeneração ambiental da área em torno dos cafezais, qualificando a paisagem, tem proporcionado ganhos para os produtores e criado alternativas produtivas rentáveis para os sítios, ajudando a reverter a tendência de parcelamento das propriedades para fins de loteamento por pressão da especulação imobiliária. Da mesma forma, a recuperação da mata para sombrear o café contribui com outras melhorias ambientais, tais como as relacionadas ao solo, recursos hídricos e biodiversidade. Em Guaramiranga, a paisagem de montanha, compreendida em toda a sua dimensão, tem agregado valor ao café sombreado (“café verde”), tanto por razões sensoriais, como também por razões afetas a identidade do lugar, as quais juntas se transferem ao produto, distinguindo-o favoravelmente.

Como um ativo intangível, a paisagem carece ser considerada quando da formulação de planos, políticas e outros instrumentos de planejamento para ambientes de montanha. No século XXI, a paisagem, no contexto da Nova Economia, constitui item fundamental na promoção do desenvolvimento sustentável em territórios montanhosos.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVITZ, M.; PAUL, D. **Two Centuries of American Macroeconomic Growth: From Exploitation of Resource Abundance to Knowledge-Driven Development**. Stanford Institute for Economic Policy Research, Stanford University, Stanford, CA, 2001.
- AB'SÁBER, A. N.; **Os domínios de natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas**. Ateliê Editorial, 2003.
- AGNEW, J.; Space and place. *The SAGE handbook of geographical knowledge*, 2011.
- ALBANO, C.; GIRÃO, W.; Aves das matas úmidas das serras de Aratanha, Baturité e Maranguape, Ceará. **Revista Brasileira de Ornitologia**, 16(2), 2008. Disponível em: <http://aquasis.org/wp-content/uploads/2016/07/12-Aves-das-matas-%C3%BAmidas-das-serras-de-Aratanha-Baturit%C3%A9-e-Maranguape-Cear%C3%A1-Albano- - Gir%C3%A3o-2008.pdf> Acesso em 11 de maio de 2018.
- ALBAGLI, S.; Território e Territorialidade. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. (orgs.); **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Sebrae, 2004.
- ALBERGONI, L.; PELAEZ, V.; Da Revolução Verde à agrobiotecnologia: ruptura ou continuidade de paradigmas. **Revista de Economia**, v. 33, n. 1, p. 31-53, 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Victor_Pelaez/publication/266244897_Da_Revoluo_Verde_agrobiotecnologia_ruptura_ou_continuidade_de_paradigmas/links/54b3b7930cf2318f0f955c81.pdf Acesso em 20 de julho de 2016.
- ALCALY, R.; **The New Economy: What it is, How it Happened, and Why it is Likely to Last**, New York: Farrar, Straus and Giroux, 2003.
- AMIN, A.; **Post-Fordism: A Reader**. Oxford: Blackwell 1994.
- AMORIM, M.A.; Associação de Montanhas Famosas do Mundo (World Famous Mountains Association-WFMA): Cooperação para Valorização e Proteção de Ambientes de Montanhas. In: AQUINO, A. M. de; LOPES NETTO, A; ASSIS, R. L. de. (eds.) **Desenvolvimento sustentável em ambientes de montanha: estratégias e experiências**. Seropédica: Embrapa Agrobiologia; Niterói: Programa Rio Rural, 2018.
- AMSDEN, A.; **Asia's Next Giant: South Korea and Late Industrialization**. Oxford University Press, 1989.
- ANDERSON, P.; **The Origins of Postmodernity**. London: Verso, 1998.
- ARAÚJO, V. T.; Guaramiranga: Lugar para Viver ou Visitar? **Anais.. Brasília - Distrito Federal**, 2008. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT16-631-742-20080517171339.pdf> Acesso em 12 de junho de 2016.
- ARQUIVO NACIONAL. **Fundo Instituto Brasileiro do Café IBC (N9). Inventário dos documentos textuais**. Rio de Janeiro, Arquivo Nacional, 2014. Disponível em: http://www.arquivonacional.gov.br/images/conteudo/servicos_ao_cidadao/instrumentos-de-pesquisa/pdf/lbc-final--ago-2014.pdf Acesso em 12 de junho de 2018.
- ATLAS ECONÔMICO DA CULTURA BRASILEIRA. Vol I. Porto Alegre: UFRGS; CEGOV, 2018. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/obec/pubs/CEGOV%20-%202017%20-%20Atlas%20volume%201%20digital.pdf> Acesso em 28 de agosto de 2018.

BAUDRILLARD, J.; **The Mirror of Production**. St. Louis: Telos Press, 1975. Disponível em:

https://monoskop.org/images/b/ba/Baudrillard_Jean_The_Mirror_of_Production_1975.pdf

Acesso em 2 de março de 2018.

BAUMAN, Z.; **Intimations of Post-Modernity**. New York/London: Routledge, 1992.

BELK, R. W.; COSTA, J. A.; The mountain man myth: A contemporary consuming fantasy. *Journal of Consumer Research* 25, no. 3, 1998. Disponível em:

<http://www.jstor.org/stable/pdf/10.1086/658220.pdf>

BELL, D.; **The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting**. New York: Basic Books, 1973.

BELLUZZO, L. G. M.; O declínio de Bretton Woods e a emergência dos mercados globalizados. **Economia e Sociedade**, Campinas, n. 4, 1995.

BENEVIDES, A. E.; **Guaramiranga e os Caracas**. 2001. Disponível em:

http://www.academiacearensedeletas.org.br/revista/revistas/2001_02/ACL_2001_02_037_Guaramiranga_e_os_Caracas_de_autoria_do_Escritor_Marcelo_Unhares_-_Artur_Eduardo_Benevides.pdf. Acesso em 12 de setembro de 2018.

BERTRAND, G.; Paisagem e geografia física global: esboço metodológico. **Cadernos de Ciências da Terra**. São Paulo: Instituto de Geografia da USP, n. 13, 1972.

BONNICI, T.; A teoria do pós-modernismo e a sociedade. **Mimesis**, Bauru, v. 20, n. 2, p. 25-37, 1999. Disponível em:

https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/42611041/posmodernismo_historico.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540663289&Signature=UCs9YZZTDt9B1guNA%2BVUubMX0Yw8%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThomas_Bonnici.pdf Acesso em 10 de setembro de 2018.

BOUGHTON, J. M; LATEEF, S. K. (Org); **Fifty Years After Bretton Woods, Madrid, Spain, September 29–30, 1994**. Washington, DC: International Monetary Fund, 1995. Disponível em:

https://www.elibrary.imf.org/fileasset/IMF_History/50yearsAfterWoods.pdf?redirect=true

Acesso em 20 de junho de 2108.

BRAGA, R. M.; O espaço geográfico: um esforço de definição. **GEOUSP: espaço e tempo**, n. 22, 2011.

BRITO, A. G.; **Mito, Inconsciente, Memória, Imaginário: representações antigas e modernas sobre as montanhas**. Universidade Federal do Paraná (UFPR). Programa de Pós-Graduação em Geografia. Sem data. Disponível em: http://www.neer.com.br/anais/NEER-2/Trabalhos_NEER/Ordemalfabetica/Microsoft%20Word%20-%20AltairGomesBrito.ED2III.pdf Acesso em 12 de maio de 2015.

BROGGIO, C.; DROULERS, M.; GRANDJEAN, P.; A dinâmica territorial da cafeicultura brasileira: dois sistemas de produção em Minas Gerais. **Território, Rio de Janeiro**, v. 4, n. 6, p. 73-92, 1999.

BROUDE, T.; Culture, Trade and Additional Protection for Geographical Indications. **Bridges**, v. 9, n. 9, 2005. Disponível em: <http://www.ictsd.org/downloads/bridges/bridges9-9.pdf#page=20> Acesso em 3 de novembro de 2015.

- BUZAN, B.; SEGAL, G.; The Rise of "Lite" Powers: A Strategy for the Postmodern State. **World Policy Journal** 13, no. 3, 1996. <http://www.jstor.org/stable/40209484> Acesso em 01 de setembro de 2018.
- CABRAL, L. O.; Revisitando as noções de espaço, lugar, paisagem e território, sob uma perspectiva geográfica. **Revista de Ciências Humanas**, v. 41, n. 1 e 2, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/15626> Acesso em 20 de maio de 2015.
- CASTELLS, M.; **The Information Age: The Rise of the Network Society**. Oxford: Blackwell Publishers, 1997.
- _____; Materials for an Exploratory Theory of the Network Society. **British Journal of Sociology**, n. 51, 2000a. Disponível em: <http://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2011/08/33.pdf>. Acesso em 15 de maio de 2018.
- _____; **O poder da identidade**. Tradução Klauss Brandini Gerhardt. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000b.
- _____; **The Rise of the Network Society**. Wiley-Blackwell, 2ª Edição, 2009.
- CAPORAL, F. R.; **Superando a Revolução Verde: A transição agroecológica no estado do Rio Grande do Sul, Brasil**. EMATER/RS-Ascar. Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Victor_Pelaez/publication/266244897_Da_Revoluo_Verde_agrobiotecnologia_ruptura_ou_continuidade_de_paradigmas/links/54b3b7930cf2318f0f955c81.pdf Acesso em 11 de junho de 2016.
- CASTRO, G. L. de.; Mapeamento e análise dos sistemas ambientais na sub-bacia hidrográfica do rio Aracoiaba: subsídios ao planejamento territorial. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Estadual do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Centro de Ciências e Tecnologia, Fortaleza, 2013. Disponível em: http://www.uece.br/mag/dmdocuments/geyzinae_castro_dissertacao.pdf Acesso em 21 de julho de 2018.
- CAVALCANTE, S. H.; **Família Holanda. A Origem da Família Holanda no Brasil**. 2009. Disponível em: <http://oesteneews-geneologia.blogspot.com/2009/06/familia-holanda.html> Acesso em 9 de agosto de 2018.
- CHANDLER, A. D. Jr.; **Scale and Scope, the dynamics of industrial capitalism**. Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, 1990.
- CHATELIN, Y.; Avant-propos. In: BLANC-PAMARD et al (eds).; **Milieux et Paysages: essai sur diverses modalités de connaissance**. Paris, Masson, 1986.
- CLAVAL, P.; A Volta do Cultural na Geografia. **Mercator**, Revista de Geografia da UFC, ano 01, número 01, 2002.
- CORREIA, J. B.; **Turismo, patrimônio e desenvolvimento em ambientes de montanha: o exemplo do Piódão (Cordilheira Central)**, 2009.
- COSGROVE, D. E.; **Social formation and symbolic landscape**. 2nd ed. Madison: University of Wisconsin Press, 1998.
- COSTA, F. G. R.; Geotecnologias Aplicadas ao Monitoramento da Cobertura Vegetal do Maciço de Baturité-CE. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, CE, 2008. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/7832/1/2008_dis_fgcosta.pdf. Acesso em 13 de maio de 2016.

COSTA JÓIA, A. J. da; Projecto de Empreendedorismo de Produtos Regionais no Geopark-Naturtejo. **Tese de Doutorado**. Instituto Politécnico de Castelo Branco, 2011. Disponível em: http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/1185/1/PEPR_Geopark-Naturtejo.pdf Acesso em 27 de outubro de 2015.

CPRM.; FEITOSA, F. A. C. (Org.); **Programa de recenseamento de fontes de abastecimento por água subterrânea no estado do Ceará. Diagnóstico do município de Guaramiranga**. Fortaleza, 1998. Disponível em: http://rigeo.cprm.gov.br/xmlui/bitstream/handle/doc/16105/Rel_Guaramiranga.pdf?sequence=1. Acesso em 12 de junho de 2018.

CRAMPTON, J. W.; ELDEN, S. (eds); **Space, knowledge and power: Foucault and geography**. Ashgate Publishing, Ltd., 2007.

DAMIANI, O.; Learning from collective experience: Successful small farmer associations in Northeast Brazil. **Tese de Doutorado**. Massachusetts Institute of Technology. EUA, 1993.

DAVOUDI, S.; STRANGE, I. (eds); **Conceptions of space and place in strategic spatial planning**. Routledge, 2008a.

_____; Space and place in twentieth-century planning: an analytical framework and an historical review. In: DAVOUDI, S.; STRANGE, I. (eds); **Conceptions of space and place in strategic spatial planning**. Routledge, 2008b.

DE ALMEIDA SANTOS, F. L.; MEDEIROS, É. M.; DE SOUZA, M. J. N.; Contexto Hidroclimático do Enclave Úmido do Maciço de Baturité–Ceará: potencialidades e limitações ao uso da Terra. **Revista Geonorte**, Edição Especial 2, v. 2, n. 5, 2012.

DEAN, W.; **A Ferro e Fogo: a história da devastação da Mata Atlântica brasileira**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. Apud SAES, M. S. M.; OTANI, M. N.; DE SOUZA, M. C. M. **Actions to Promote Sustainable Development: The Case of Baturité Shaded Coffee, State of Ceará, Brazil**. FAO, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2001.

DE ASSIS, R. J. S.; SAMPAIO, J. L. F.; Formação territorial do Ceará: Dos caminhos antigos aos projetos ferroviários (1817-1877). **Boletim Goiano de Geografia**, v. 32, n. 2, 2012. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4785496> Acesso em 11 de agosto de 2016.

DE LONG, J. B.; What ‘New’ Economy? **The Wilson Quarterly**, vol 22, 1998. Disponível em: http://archive.wilsonquarterly.com/sites/default/files/articles/WQ_VOL22_A_1998_Article_01.pdf Acesso em 3 de fevereiro de 2018.

DENNISTON, D. People and mountains. **People & the Planet** 5, no. 1 (1996). Apud <http://atlas.aaas.org/index.php?part=2&sec=eco&sub=mountains> Acesso em 12 de novembro de 2015.

DURAN, T. A.; Área de Proteção Ambiental: o maciço de Baturité. In: LOPES, I. V.; GUILHERME, S. B. (Orgs.) **Gestão Ambiental no Brasil**. Ed. Fundação Getúlio Vargas. 2 ed. Rio de Janeiro, 1998.

DURAND, M-F.; LEVY, J.; RETAILLÉ, D.; Le monde, espaces et systèmes. In: AGNEW, J.; Sovereignty regimes: territoriality and state authority in contemporary world politics. **Anais.. Association of American Geographers**, 95(2), 2005. Disponível em:

http://www.colorado.edu/geography/class_homepages/geog_4712_sum11/geog4712_sum/materials_files/Agnew%202005%20Sovereignty%20Regimes.pdf Acesso em 12 de junho de 2015.

EGGERTSSON, T.; Analyzing institutional successes and failures: a millennium of common mountain pastures in Iceland. **International Review of Law and Economics** 12, no. 4, 1992. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.6191&rep=rep1&type=pdf>

Acesso em 22 de julho de 2015.

FAO.; Análise Diagnóstico de Sistemas Agrários. Guia Metodológico. Versão 5.0. [On line] Disponível em: http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/proyecto/brazil/agrario.pdf Acesso em 10 de janeiro de 2018.

FARSANI, N. T.; COELHO, C.; COSTA, C.; **Geoparks and geotourism: new approaches to sustainability for the 21st century**. Universal-Publishers, 2011.

FERRO, J. R.; **Novas fronteiras de aplicação do sistema Lean em serviços**. LeanInstitute Brasil, São Paulo, 2005.

FREIRE, L. M.; DE SOUZA, M. J. N.; Geografia e questão ambiental no estudo de paisagens de exceção: o exemplo da serra de Baturité–Ceará. **Boletim Goiano de Geografia Goiânia-Goiás-Brasil**, v. 26, n. 2, 2006. Disponível em:

<https://www.revistas.ufg.br/index.php?journal=bgg&page=article&op=view&path%5B%5D=5230&path%5B%5D=4293> Acesso em 11 de julho de 2016.

FREITAS, I. A. de.; A Geografia dos Naturalistas-Geógrafos no Século das Luzes, **Terra Brasilis** [Online], 6 | 2004. <http://terrabrasilis.revues.org/376> Acesso em 11 de outubro de 2015.

FRIEDEN, J. A.; **Capitalismo Global: História econômica e política do século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

FROEHLICH, J. M. et al; A agricultura familiar e as experiências de Indicações Geográficas no Brasil meridional. **Agrociencia Uruguay**, v. 14, n. 2, 2010.

FROEHLICH, J. M.; O local na atribuição de sentido ao desenvolvimento. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**. Curitiba, n.94, maio/dez. 1998, Disponível em

<http://www.ipardes.pr.gov.br/ojs/index.php/revistaparanaense/article/view/283/235> Acesso em: 01 Set. 2018.

FUJIMOTO, T.; **The Evolution of a Manufacturing System at Toyota**. New York: Oxford University Press, 1999.

GADREY, J.; **New Economy, New Myth**. New York: Routledge, 2003. Disponível em: <https://content.taylorfrancis.com/books/download?dac=C2004-0-01462-1&isbn=9781134418152&format=googlePreviewPdf> Acesso em 20 de março de 2018.

GARCIA-RUIZ, J. M.; LASANTA, T.; PURIFICACIÓN, R-F.; ORTIGOSA, L.; WHITE, S.; GONZÁLEZ, C.; MARTÍ, C.; Land-use changes and sustainable development in mountain areas: a case study in the Spanish Pyrenees. **Landscape Ecology** 11, no. 5, 1996. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.6191&rep=rep1&type=pdf>

Acesso em 17 de outubro de 2015.

- GASPAR, J.; O retorno da paisagem à geografia: apontamentos místicos. **Finisterra: Revista portuguesa de geografia**, v. 36, n. 72, 2001. Disponível em: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2001-72/72_08.pdf Acesso: 20 de setembro de 2015.
- GERSCHENKRON, A.; **Economic Backwardness in Historical Perspective**. Harvard University Press, Cambridge MA, 1962.
- GLEDHILL, J.; Introduction: Old Economy, New Economy; Old Corruption, New Corruption. **Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice**, no. 3, 2003. <http://www.jstor.org/stable/23170099>. Acesso em 05 de maio de 2018.
- GORDON, R. J.; Does the “New Economy” Measure up to the Great Inventions of the Past? **Journal of Economic Perspectives**, Vol 14, n 4, 2000. Disponível em: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.14.4.49> Acesso em 22 de junho de 2018.
- GOVERNO DO ESTADO DO CEARA. Perfil das Regiões de Planejamento. Maciço de Baturité. Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), 2017. Disponível em: http://www2.ipece.ce.gov.br/estatistica/perfil_regional/2017/PR_Macico_de_Baturite_2017.pdf Acesso em 15 de agosto de 2017.
- GUABIRABA, C.; Ceará: A crise permanente do modelo exportador, 1850-1930. Fortaleza: Instituto da Memória do Povo Cearense, 1989 Apud DE ASSIS, R. J. S.; SAMPAIO, J. L. F.; Formação territorial do Ceará: Dos caminhos antigos aos projetos ferroviários (1817-1877). **Boletim Goiano de Geografia**, v. 32, n. 2, 2012.
- GUEDES, Cezar Augusto Miranda e SILVA, Rocio. **Agri-food geographical indications, policies, and social management: Argentina, Brazil, and the Spanish experience in the European context**. In: Análise Social. Volume XLIX, Série 211. Abril / Junho. Lisboa: Universidade de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, 2014. http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/AS_211_d03.pdf
- HALL, S.; Brave new World. Marxism Today. October, 1988. In HALL, S.; JACQUES, M. (Org); **New Times**. London: Lawrence and Wishart, 1989.
- HAMILTON, L.; Mc MILLAN, L. (eds). **Guidelines for Planning and Managing Mountain Protected Areas**. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK. 2004. Disponível em: <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/2004-017.pdf> Acesso em 25 de maio de 2015.
- HARRISON, B.; Lean and Mean: The Changing Landscape of Corporate Power in the Age of Flexibility. **Contemporary Sociology**, Vol. 25, 1996.
- HARVEY, D.; **The Condition of Postmodernity**. Oxford: Blackwell, 1989.
- HAWKES, D.; **Ideology**. London: Routledge, 1996.
- HEPLER, B. B.; The New Economy of the United States: a new mode of production? **Tese de Doutorado**. University of Maryland, 2006. Disponível em: <https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/3741/umi-umd-3570.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em 12 de março de 2018.
- HOLZER, W.; Uma discussão fenomenológica sobre os conceitos de paisagem e lugar, território e meio ambiente. **Revista Território**, v. 2, n. 3, 1997. Disponível em: http://www.revistaterritorio.com.br/pdf/03_6_holzer.pdf Acesso em 07 de outubro de 2015.
- HUTCHEON, L.; **The Politics of Postmodernism**. London: Routledge, 2002. Disponível em:

<https://www.taylorfrancis.com/books/9781134465194> Acesso em 20 de junho de 2018.

IBGE; **Produção Agrícola Municipal 2015**. Disponível em: https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pam/2015/default_xls.shtm Acesso em 30 de maio de 2017.

____.; **Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=29&uf=23> Acesso 11 de março de 2018.

ICMBio. Plano de Manejo Reserva Particular do Patrimônio Natural–RPPN, Serra da Pacavira. Portaria nº 47 de 23 de julho de 2008. Pacoti, 2011. Disponível em:

http://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/docs-planos-de-manejo/rppn_serra_da_capivara_pm.pdf. Acesso em 20 de setembro 2018.

IPECE; **Indicadores Econômicos do Ceará 2015**. Secretaria de Planejamento e Gestão. Fortaleza, 2016. Disponível em: https://www.ipece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/45/2015/02/Indicadores_Economicos_2015.pdf Acesso em 15 de setembro de 2018.

____.; **Perfil Básico Municipal, Guaramiranga**. Secretaria de Planejamento e Gestão. Fortaleza, 2012. Disponível em: <https://www.ipece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/45/2013/01/Guaramiranga.pdf> Acesso em 12 de março de 2017.

____.; **Perfil Básico Municipal, Guaramiranga**. Secretaria de Planejamento e Gestão. Fortaleza, 2009. Disponível em: https://www.ipece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/45/2018/09/Guaramiranga_2009.pdf Acesso em 20 de março de 2018.

IPIRANGA, A. S. R.; **Território, capital social e governança, em Caminhos do Desenvolvimento Local**. Fascículo 2. Fundação Demócrito Rocha, Universidade Aberta do Nordeste. Fortaleza, 2007.

JENSEN, M. C.; The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems. **The Journal of Finance**. Vol. XLVIII, No. 3, 1993. Disponível em:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6261.1993.tb04022.x> Acesso em 4 de março de 2018.

JOSLING, T.; The war on terroir: geographical indications as a transatlantic trade conflict. **Journal of agricultural economics**, v. 57, n. 3, 2006. Disponível em:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1477-9552.2006.00075.x/full> Acesso em 3 de outubro de 2015.

KAPOS, V.; RHIND, J.; EDWARDS, M.; PRICE, M. F.; RAVILIOUS, C.; BUTT, N.; **Developing a map of the world's mountain forests. Forests in sustainable mountain development: a state of knowledge report for 2000**. Task Force on Forests in Sustainable Mountain Development, 2000.

KAWABATA, Y.; **The Sound of the Mountain**. Vintage, 2013.

KAY, J. What became of The New Economy? **National Institute Economic Review**, no. 177, 2002. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/23872690>

KEIL, I.; Do Capitalismo industrial ao pós-industrial. Reflexões sobre trabalho e educação. **Educação Unisinos**. 11 (1), 2007.

KELLY, K.; **New Rules for the New Economy**. Fourth Estate: London, 1998.

KLEEMAN, T. F.; Mountain deities in China: The domestication of the mountain god and the subjugation of the margins. **Journal of the American Oriental Society**, 1994.

- KÖRNER, C.; **Alpine Plant Life: Functional Plant Ecology of High Mountain Ecosystems**. Berlin: Springer, 2003.
- KRUGMAN, P. R. **Geography and trade**. MIT press, 1991.
- KUMAR, K.; **Da sociedade industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- LEANEY, F. W. J. et al.; The age and hydrological history of Blue Lake, South Australia. **Palaeogeography, Palaeoclimatology, Palaeoecology**, v. 118, n. 1, 1995.
- LEIGHLY, J.; **Land and Life: a selection from the writings of Carl Ortwin Sauer**. University of California Press, Berkley and Los Angeles. 1967.
- LIEDTKA, J.; Ethics and the New Economy. **Business and Society Review**, v 107, 2002.
- LIMA, E. Q.; **Antiga Família do Sertão**. Livraria AGIR Editora, 1946.
- LIMA, V. T. de A.; No contorno da serra: campesinato, cultura e turismo em Guaramiranga-CE. **Tese de Doutorado**. UNESP. Faculdade de Geografia. Rio Claro, SP, 2010. Disponível: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104336/lima_vta_dr_rcla.pdf?sequence=1 Acesso em 11 de maio de 2018.
- LOPES, P. R.; ARAÚJO, K. C. S.; LOPES, I. M.; RAGEL, R. P.; SANTOS, N. F. de F.; KAGEYAMA, P. Y.; Uma análise as consequências da cafeicultura convencional e as opções de modelos sustentáveis de produção–agricultura orgânica e agroflorestal. **REDD–Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, v. 8, n. 2, 2014.
- LÓPEZ, A.; DE AQUINO, A. M.; ASSIS, R. L. de; Agricultura de montanha: uma prioridade latente na agenda da pesquisa brasileira. **Embrapa-Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento**. Texto para discussão, 2011.
- LYOTARD, J. F.; **The Postmodern Condition: a Report on Knowledge**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984 [1979].
- _____; **O pós-moderno explicado às crianças**. Lisboa: D. Quixote, 1993.
- LUCCI, Elian Alabi; 1996. **O sistema terra. 2º grau**. 8ª ed. São Paulo: Editora Saraiva.
- MADANIPOUR, A.; HULL, A.; **The Governance of Place: Space and planning processes**. Ashgate, 2001.
- MAFFESOLI, M.; A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. n 20, 2003.
- MARSHALL, A.; **Princípios de Economia: um tratado introdutório**. (Col. Os Economistas). Trad. de R. Almeida & O. Strauch. São Paulo, Abril Cultural, 1982.
- MARTINS, C.; RIBEIRO, M.; La certificación como estrategia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales: la alheira, un embutido tradicional de Trás-os-Montes. **Agricultura y sociedad** 80, 1996. Disponível em: http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_ays/a080_12.pdf Acesso em 20 de outubro de 2017.
- McCRAW, T. K.; Rethinking the trust question. In McCRAW, T. K. (Org); **Regulation in Perspective**. Harvard University Press, Boston, 1981.
- McKEEVER, P. J.; ZOUROS, N. Geoparks: Celebrating Earth heritage, sustaining local communities. **Episodes** 28(4): 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Nikolas_Zouros/publication/258100065_Geoparks_Celebrating_Earth_heritage_sustaining_local_communities/links/0deec5272cb8fee05e000000/Geo

[parks-Celebrating-Earth-heritage-sustaining-local-communities.pdf](#) Acesso em 12 de novembro de 2018.

McMILLAN, L.; Guiding back from the precipice: Leveraging the power of recreational users to protect mountain environments. In: MOSS, L. A.G.(ed); **The Amenity Migrants: Seeking and Sustaining Mountains and their Cultures**. Wallingford, UK and Cambridge, USA: CABI Publishing, 2006.

MOSER, G.; Psicologia ambiental. **Estudos de Psicologia** (Natal), v. 3, n. 1, 1998.

MOSS, L. A.G. (ed); **The Amenity Migrants: Seeking and Sustaining Mountains and their Cultures**. Wallingford, UK and Cambridge, USA: CABI Publishing, 2006.

MOURA, L. C.; ALVES, H. M. R.; ANDRADE, H.; VIEIRA, T. T. G.; BERNARDES, T. Levantamento e mapeamento espaço-temporal dos cafezais no município mineiro de Machado. In: SIMPÓSIO DE PESQUISA DOS CAFÉS DO BRASIL, 5, 2007, Águas de Lindóia. **Anais...** Brasília: Embrapa Café, 2007. Apud LOPES, Paulo Rogério et al. Uma análise as consequências da cafeicultura convencional e as opções de modelos sustentáveis de produção–agricultura orgânica e agroflorestal. **REDD–Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, v. 8, n. 2, 2014.

NAISBITT, J.; **Megatrends: The new directions forming our lives**. New York: Warner Books, 1982.

NAKAMURA, L. I.; **Intangibles: What Put the New in the New Economy?** Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review, 1999. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=E0E6A4561C321340C0272CC11E BE0B41?doi=10.1.1.24.5201&rep=rep1&type=pdf> Acesso em 05 de outubro de 2018.

NAQUIN, S.; CHÜNG–FANG, Y. (eds.); **Pilgrims and sacred sites in China**. University of California Press, 1992.

NASCIMENTO, J.P.C.; A condição pós-moderna, de Jean-François Lyotard, em Abordagens do pós-moderno em música: a incredulidade nas metanarrativas e o saber musical contemporâneo. **Dissertação de Mestrado**. UNESP, Instituto de Artes, 2009. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/95146/nascimento_jpc_me_ia.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em 11 de julho de 2018.

NEWMARK, W. D.; FOLEY, C. A. H.; GRIMSHAW, J. M.; CHAMBEGGA, O. A.; RUTAZAA, A. G.; Local extinctions of large mammals within Kilimanjaro National Park and Forest Reserve and implications of increasing isolation and forest conversion. In: NEWMARK, W. D. (ed.); **The Conservation of Mount Kilimanjaro**. IUCN, Gland, 1991.

OLIVEIRA, C. de.; Curso de cartografia moderna. Rio de Janeiro: IBGE, 1988. Apud COSTA, F. G. R.; Geotecnologias Aplicadas ao Monitoramento da Cobertura Vegetal do Maciço de Baturité-CE. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, CE. 2008. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/7832/1/2008_dis_fgcosta.pdf Acesso em 13 de maio de 2016.

OLIVEIRA, M. D. e OLIVEIRA, R. D. **Pesquisa Social e Ação Educativa: Conhecendo a Realidade Para Poder Transformá-la**. In C. R., 1985

OLWIG, K. R.; Landscape, culture and regional studies: connecting the dots. **A Companion to Environmental Geography**, 2009.

- PINGALI, P. L.; Green revolution: Impacts, limits, and the path ahead. **Proc Natl Acad Sci USA**109(31) 2012. Disponível em <http://www.pnas.org/content/pnas/109/31/12302.full.pdf> Acesso em 12 de setembro de 2018.
- PIORE, M.; SABEL, C.; **The second industrial divide: prospects for prosperity**. New York: Basic, 1984.
- PRICE, L. W.; **Mountains and man: a study of process and environment**. Univ of California Press, 1986.
- ROSS, G.; **The Second Coming of Daniel Bell, in The Socialist Register 1974**. London: Merlin Press, 1974.
- SAES, M. S. M.; A distribuição de quase-renda e a estratégia de diferenciação no café. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 2, 2007.
- SAES, M. S. M.; OTANI, M. N.; DE SOUZA, M. C. M.; **Actions to Promote Sustainable Development: The Case of Baturité Shaded Coffee, State of Ceará, Brazil**. FAO, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2001.
- SALGUEIRO, T. B.; Paisagem e geografia. **Finisterra: Revista portuguesa de geografia**, v. 36, n. 72, 2001. Disponível em: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2001-72/72_04.pdf Acesso em 11 de outubro de 2018.
- SANTOS, J. F.; **O que é pós-moderno**. 5. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.
- SANTOS, M.; O retorno do território. **OSAL**, Ano VI, no. 16, 2005.
- SARMETT, J.D.; FARAJI, S.A.; The hydrology of Mount Kilimanjaro: An examination of dry season runoff and possible factors leading to its decrease. In: NEWMARK, W. D. (ed). **The Conservation of Mount Kilimanjaro**. IUCN, Gland, 1991.
- SARTORI, P. L. P.; SARTORI, M. G. B.; Um Brasil de Montanhas. *Ciência e Natura*. 2004; v.2, n. 26, p. 61-74. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4675/467553604002.pdf> Acesso em 20 de julho de 2018.
- SCHIER, R. A.; Trajetórias do conceito de paisagem na geografia. **Revista RA'E GA**, v. 7, 2003. Disponível em: http://www.geoplan.net.br/material_didatico/Schier_2003_conceito%20de%20paisagem.pdf Acesso em 22 de setembro de 2015.
- SCHOSSLER, J. C.; As nossas praias: os primórdios da vilegiatura marítima no Rio Grande do Sul (1900–1950). Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em História da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2010. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br:8080/dspace/bitstream/10923/3948/1/000425635-Texto%2BCompleto-0.pdf> Acesso em 10 de outubro de 2015.
- SEMACE. **Zoneamento Ambiental da APA da Serra de Baturité. Diagnóstico e Diretrizes**. Fortaleza: SEMACE, 1992.
- SILVA, F. E. de S.; A conservação da biodiversidade da serra de Baturité na perspectiva das unidades de conservação. **Tese de Doutorado**. Universidade Estadual do Ceará, Centro de Ciências e Tecnologia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 2015. Disponível em: http://www.uece.br/mag/dmdocuments/francisco_edmarde_sousa_silva.pdf Acesso em 7 de julho de 2018.

SILVEIRA, A. de S. Atributos Sensoriais dos Cafés Cultivados em Diferentes Altitudes e Faces de Exposição na Região das Matas de Minas. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal de Viçosa, Programa de Pós-Graduação em Fitotecnia. VIÇOSA, Minas Gerais. 2015. Disponível em:

<http://www.locus.ufv.br/bitstream/handle/123456789/6661/texto%20completo.pdf?sequence=1> Acesso em 13 de outubro de 2018.

SIMMEL, G.; A filosofia da paisagem. **Política & Trabalho**, v. 12, 1996.

http://www2.uefs.br/filosofia-bv/pdfs/simmel_01.pdf Acesso em 18 de outubro de 2015.

SOJA, E. W.; **Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places**. Oxford: Blackwell, 1996.

SONTAG, S.; **Against interpretation**. New York: Deli, 1966.

SOUSA, M. J. S.; DE MORAES, S. S.; LUIS, G.; **Evaristo: Identidades, Demarcação e Lutas. Estudo Etnográfico do Quilombo da Serra do Evaristo em Baturité-Ce**. 2015.

SOUZA, S.; **História do Ceará**, 4ª. edição. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1995.

SPILLER, N. C.; AQUINO, G. A.; MOREIRA, I. F.; LEITE, K. P.; PORTO, L. de C.; Arquitetura Vernacular Rural - O Quadro no Estado do Ceará. **Anais do ICOMOS Brasil (Conselho Internacional de Monumentos e Sítios)**, Belo Horizonte, MG. Maio 2017. Disponível em: <https://even3storage.blob.core.windows.net/anais/59689.pdf>

TAUNAY, A. d' E.; **Pequena história do café no Brasil**. Rio de Janeiro: departamento Nacional do Café. Biblioteca Básica Brasileira. Brasília: Editora UNB, 1945. Disponível em: <http://www.fundar.org.br/bbb/index.php/project/pequena-historia-do-cape-no-brasil-visconde-de-taunay/> Acesso em 22 de agosto de 2016.

TAYLOR, P. A., GRANDJEAN, B. D.; Sensing the Parks: The Importance of Sound, Smell, and Touch to Visitor Experience at Rocky Mountain National Park. **Recreation and Wilderness Management, Proceedings of the 2007 George Wright Society Conference**, 2007. Disponível em: <http://www.georgewright.org/0729taylor.pdf> Acesso em 12 de julho de 2018.

TEECE, D.; Capturing value from knowledge assets: the new economy, markets for know-how, and intangible assets. **California Management Review** 40(3), 1998.

UMWTO.; **Yearbook of Tourism Statistics, Data 2008 – 2012, 2014**. Edition 2014.

VAAST, P; BERTRAND, B.; PERRIOT, J; J.; GUYOT, B.; GÉNARD, M. Fruit thinning and shade improve bean characteristics and beverage quality of coffee (*Coffea arabica* L.) under optimal conditions. **Journal of the Science of Food and Agriculture**, Malden, v. 86, n. 2, 2006. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jsfa.2338> Acesso em 05 de julho de 2018.

WEBBER, A.M.; In question: What's so new about the new economy? **Harvard Business Review**, Vol. 71 No. 1, 1993.

WERTHEIN, J.; A Sociedade da Informação e Seus Desafios. **Ciência da Informação**, Brasília, v.29, n.2, 2000. Acesso em 10 de setembro de 2018.

WOMACK, J. P.; JONES, D. T.; ROOS, D.; **A Máquina que mudou o mundo**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

ZANATTA, B. A.; A abordagem cultural na Geografia. **Temporais**, UEG, v. 1, 2008.

ZOUROS, N.; The European Geoparks Network: geological heritage protection and local development. **Episodes** 27(3): 2004. Disponível em:

http://www.lesvosmuseum.gr/cms_files/dynamic/c45710/file/SP14_el_GR.pdf Acesso em 28 de março de 2018

Sites da internet

<http://www.lawinter.com/42008cidfalawinter.htm> Acesso em 11 de julho de 2018.

stoa.usp.br/csusp/files/657/3567/SG+GATT.doc Acesso em 13 de julho de 2018.

<http://lexicon.ft.com/Term?term=Bretton-Woods> Acesso em 25 de maio de 2018.

<http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/instituto-brasileiro-do-cafe-ibc> Acesso em 10 de maio de 2018.

<http://www.mma.gov.br/areas-protegidas/unidades-de-conservacao/o-que-sao> Acesso em 16 de junho de 2016.

<http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/global-geoparks/some-questions-about-geoparks/what-is-a-global-geopark/> Acesso em 12 de maio de 2015.

<http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/ranking> Acesso em 11 de abril de 2018.

<http://www.semace.ce.gov.br/2010/12/apa-da-serra-de-baturite/> Acesso em 15 de maio de 2017.

<http://sistemas.icmbio.gov.br/simrppn/publico/rppn/CE/> Acesso em 22 de junho de 2018.

<http://aquasis.org/cara-suja/e> <https://www.oeco.org.br/colunas/colunistas-convidados/28470-nova-descoberta-reforca-esperancas-para-o-periquito-cara-suja/> Acessos em 21 de novembro de 2018.

<http://www.guaramirangaencanto.com.br/historia.php> Acesso em 11 de maio de 2018.

<https://especiais.opovo.com.br/avesdebaturite/> Acesso em 8 de março de 2018.

<https://framtidisjorden.se/en/home2/> Acesso em 21 de outubro de 2018.

<https://www.naturskyddsforeningen.se/in-english> Acesso em 21 de outubro de 2018.

<http://www.fao.org> Acesso em 10 de janeiro de 2018.