

---

# ENTRAVES E DESAFIOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: O CASO DO QUEIJO COALHO DE JAGUARIBE-CE

*Challenges and obstacles to the implementation of a geographical indication: the case of coalho cheese from Jaguaribe, Ceará*

## **Maria do Socorro Ribeiro da Silva**

Geógrafa. Mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia. Servidora Técnico Administrativo do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE). Av. Treze de Maio, 2081, Benfica. Fortaleza, Ceará. CEP 60040-531. socorroribeiro1301@gmail.com

## **Elda Fontinele Tahim**

Engenheira de Pesca. Doutora em Economia pelo Instituto de Economia IE (UFRJ). Professora do Instituto CENTEC e do Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da Universidade Estadual do Ceará (UECE). R. Silva Jardim, 515, José Bonifácio. Fortaleza, Ceará. CEP 60040-260. fontineletahim@gmail.com

## **José Fernando Mourão Cavalcante**

Engenheiro de Alimentos. Doutor em Ciência e Tecnologia de Alimentos pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Professor da UECE. Av. Dr. Silas Munguba, 1.700, Itaperi. Fortaleza, Ceará. CEP 60714-903. jose.fernando@uece.br

## **Ezequiel Alves Lobo**

Administrador. Mestre em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração e Professor da UECE. ezequiellobo2013@gmail.com

---

**Resumo:** O processo de implantação de uma Indicação Geográfica é lento e complexo e exige um arranjo institucional formado por diversas instituições que trabalhem de forma articulada e eficiente. O Estado do Ceará apresenta grande potencial para implantação de Indicação Geográfica, por possuir em algumas regiões produtos diferenciados, como o Queijo Coalho, cuja cadeia produtiva é responsável pela geração de emprego e renda no município de Jaguaribe. Porém o processo de reconhecimento da IG para esse produto não avançou, apesar dos esforços dos agentes locais envolvidos. Nesse sentido, este trabalho objetivou analisar o processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE, determinando o papel dos agentes envolvidos, os entraves e os desafios que impediram o avanço para sua implantação em 2009. Neste trabalho realizou-se uma pesquisa de natureza descritiva e exploratória, com base em abordagem qualitativa, do tipo estudo de caso, mediada pela pesquisa documental e a entrevista semiestruturada com agentes envolvidos no processo. O estudo apontou vários entraves, entre eles a falta de legislação, o alto custo de implementação e a falta de financiamento, bem como a ausência de uma maior articulação dos produtores e agentes envolvidos.

**Palavras-chave:** Indicação Geográfica; Queijo Coalho; Jaguaribe; Implantação IG.

**Abstract:** The implementation of a geographical indication (GI) is complex and time-consuming, requiring an arrangement of efficient and networked institutions. The State of Ceará has a substantial potential for GI implementation, considering the abundance of unique regional products, such as coalho cheese, the production chain of which generates jobs and income for municipalities like Jaguaribe (a city in Northeastern Brazil). However, despite the efforts of local agents, little progress has been made. In this study, we evaluated the process of implementation of a GI for coalho cheese made in Jaguaribe, determining the role of each agent involved and challenges and obstacles to implementation. The information for this descriptive, exploratory and qualitative case study was obtained through reviews of documents and semistructured interviews with agents and other stakeholders. Among the identified obstacles were lack of specific legislation, prohibitive implementation costs, scarcity of funding, and poor networking of producers and agents

**Keywords:** Geographical indication; Coalho cheese; Jaguaribe; Ceará; Obstacles; Challenges.

# 1 INTRODUÇÃO

As Indicações Geográficas (IGs) no Brasil estão previstas pela Lei de Propriedade Industrial (BRASIL, 1996) e são vistas como instrumentos de mobilização e valorização dos territórios e de agregação de valor aos produtos típicos e de qualidade diferenciada, além de serem ferramentas jurídicas de proteção intelectual usadas para identificar a origem de produtos ou serviços, quando o local torna-se conhecido, ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve à sua origem geográfica.

A delimitação geográfica da área de uma IG deve ser respaldada por argumentos técnicos, devendo-se considerar sempre o levantamento histórico-cultural, os fatores naturais, políticos e econômicos. A IG é que vai exprimir as relações sociais de produção, transformação e elaboração do produto (LIMA et al., 2009; PELLIN, 2019). Portanto, é um instrumento que possibilita a valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à identidade imaterial. As IGs ainda podem ser consideradas como potenciais instrumentos de desenvolvimento territorial, haja vista que permitem a exploração de ativos intangíveis, de difícil transposição para outros territórios (NIEDERLE, 2011; PELLIN; VIEIRA, 2016; PELLIN, 2019; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017; ANJOS; SILVA; CALDAS, 2020).

No Brasil, o órgão responsável pelo registro das Indicações Geográficas é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), e são duas as modalidades de Indicações Geográficas brasileiras: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO), que vêm se afirmando no cenário nacional na busca por competitividade nos seus vários aspectos, tais como: qualidade, proteção, reputação, consumo consciente, melhoria não apenas econômica, mas também socioambiental, entre outros (BRANDÃO, 2014). O Brasil tem imenso potencial para identificação de produtos da sociobiodiversidade e produções de contextos tradicionais, por ser notória a diversidade cultural e produtiva nacional, com grandes possibilidades em termos de negócios, principalmente aqueles que apresentam qualidades diferenciadas decorrentes de características culturais e de aspectos técnicos, geográficos e climáticos, que podem ter forte relação com sua origem geográfica (REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017; GONÇALVES; ALMEIDA; BASTOS, 2018).

No Nordeste brasileiro, apesar da diversidade da produção local, composta especialmente de produtos tradicionais, o registro de IG ainda é insignificante. No Ceará, foi registrada apenas uma IG certificada de Denominação de Origem (Camarão da Costa Negra), a despeito do grande potencial do Estado para ingressar com o pedido de reconhecimento de IG junto ao INPI pelos produtos diferenciados de algumas de suas regiões, assim considerados pela tradição familiar ou comunitária que caracteriza o modo de produção utilizado, pelas condições edafoclimáticas do local e pela incorporação de práticas únicas de produção, conferindo-lhes destaque, como nos casos do Queijo Coalho de Jaguaribe, objeto deste estudo, do Café Sombreado do Maciço de Baturité, da Rede de Jaguaruana, da Cachaça de Viçosa e da Manta de Carneiro de Tauá.

No entanto, o processo de implantação de reconhecimento dessas potenciais Indicações Geográficas não consegue avançar, mesmo com o envolvimento de alguns agentes públicos e privados, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a associação dos produtores locais.

Para Oliveira et al. (2009), a garantia do reconhecimento da origem e da qualidade dos produtos regionais é uma das principais formas de assegurar sua proteção e, assim, de preservar a reprodução de processos produtivos do “saber-fazer”, concorrendo para a sustentabilidade econômica da atividade dos produtores envolvidos. Por outro lado, num ambiente de crescente competição, principalmente no setor agroalimentar, em que predominam as grandes cadeias globais, a presença de pequenos produtores somente será viabilizada com a diferenciação de seus produtos e a diversificação dos seus canais de venda. Nesse contexto, as Indicações Geográficas se tornam uma das fontes potenciais de vantagens competitivas para os pequenos produtores (GIOVANNUCCI, 2008;

HAYES; LENCE; STOPPA, 2003). Mascarenhas e Wilkinson (2014) ressaltam que, apesar do potencial das Indicações Geográficas, existem diversos fatores que podem contribuir para o baixo número de IGs em países em desenvolvimento, como a falta de conhecimento da população, a inexistência ou insuficiência de aparato legal, a falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, a inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão ao consumo de tais produtos por causa de seus preços diferenciados.

Entretanto, o processo de implantação de uma IG exige arranjos institucionais e produtivos “permeados por um tipo de governança inerente à região em que se localiza” (DUTRA, 2009, p.10). Além disso, não é um processo linear, mas complexo, por abranger atividades múltiplas que demandam a atuação ordenada de agentes multi e interdisciplinares, envolvendo políticas públicas específicas, apoio de instituições de pesquisa, compartilhamento de experiências e de aprendizagem coletiva dos setores público e privado, entre outros aspectos (VELLOSO, 2008; VIEIRA; ZILLI; BRUCH, 2016; MARTINS; VASCONCELLOS, 2020).

Diante dessa perspectiva, tem-se o seguinte questionamento: Por que a implantação de IG não consegue avançar, mesmo sendo conhecidas as potencialidades do local? Para responder esse questionamento, será tomado como base o processo de implantação da IG do Queijo Coalho Artesanal da região de Jaguaribe, Ceará, que teve início em 2007.

A pesquisa teve como objetivo principal analisar o processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE, apontando o papel dos agentes envolvidos, os principais entraves e desafios que impedem o avanço para sua implantação.

## 2 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E SUA IMPORTÂNCIA

As Indicações Geográficas são estratégias inovadoras que se constituem em formas especiais de proteção aos produtos, visando, principalmente, à distinção de origem de um produto por meio da identificação da sua área de produção. Com a globalização da economia, as Indicações Geográficas possibilitam a preservação das características locais e regionais dos produtos, valorizando e atestando seus níveis de qualidade, que podem ser frutos dos fatores naturais de uma área determinada e/ou de fatores provenientes da intervenção humana (GOLLO; CASTRO, 2015). Segundo Caldas (2011), a Indicação Geográfica (IG) é uma modalidade de Propriedade Intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido (Indicação de Procedência) ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deva à sua origem (Denominação de Origem). O autor esclarece ainda que as IGs são normatizadas por organismos internacionais como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e, no Brasil, pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Todavia, para que um selo funcione como uma IG é preciso que a legislação nacional de cada país-membro contenha as disposições concernentes. As Indicações Geográficas podem ser aplicadas a uma grande variedade de produtos, com destaque para os produtos agrícolas.

O conceito de Indicações Geográficas, área do direito de propriedade intelectual bastante discutida e aplicada em regiões da Europa e dos Estados Unidos, difundida no Brasil apenas na década de 2000, aplica-se a produtos com origem geográfica bem definida (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; DALLABRIDA; BAUKERT; GUINZANI, 2020). Diante disso, no Brasil, a noção de Indicação Geográfica (IG) surgiu gradativamente, quando produtores e consumidores passaram a perceber que alguns produtos provenientes de determinadas localidades apresentavam sabores ou qualidades peculiares, nem melhores nem piores, mas típicas, diferenciadas, jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local (TAHIM; ARAÚJO JÚNIOR, 2012).

É notório o conhecimento de que o uso das Indicações Geográficas como ferramenta de desenvolvimento local é motivo de muitos estudos na literatura que incluem discussões sobre seus efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais (PELLIN, 2019; MASCARENHAS; WILKIN-

SON, 2017; ANJOS; SILVA; CALDAS, 2020). O conceito de Indicação Geográfica vem se consolidando ao longo dos anos como instrumento de proteção e valorização de produtos locais. Muitos estudos enfatizam o papel das IGs como instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, de proteção e promoção comercial de produtos tradicionais, considerando-as como forma de utilizar vantagens comparativas locais para impulsionar o desenvolvimento das regiões e localidades (PELLIN, 2019).

Conforme descrito pelo International Trade Centre (ITC, 2009), são benefícios advindos do reconhecimento de Indicações Geográficas, no que tange ao desenvolvimento local, o aumento do emprego e a melhoria da qualidade de vida, sobretudo no ambiente rural. As IGs oferecem aos produtos a estrutura necessária à preservação dos valores culturais, tradicionais e ambientais que os caracterizam. Segundo Mascarenhas e Wilkinson (2014), as IGs podem servir de estruturas úteis para impulsionar uma forma integrada de desenvolvimento rural, que pode facilitar a participação igualitária de todos os atores integrantes.

Embora a literatura especializada demonstre que as IGs podem contribuir para fortalecer regiões economicamente frágeis ou pouco desenvolvidas, ainda existem suspeitas em relação à sua eficiência. Froehlich et al. (2012) destacam que existe forte desconfiança por parte de expressivos setores e atores ligados à agricultura familiar sobre a capacidade das IGs de promover o desenvolvimento, visualizando nelas um caráter inerentemente excludente, voltado ao favorecimento de grupos socioeconômicos já privilegiados (agronegócio), em função do tipo de mercado que permitem acessar e das condições para sua obtenção. Entretanto, para que o processo de implementação de uma IG ocorra de forma efetiva, é preciso que se consolide uma rede de atores atuando de forma integrada e estruturada.

### 3 O PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DE UMA IG

Para a implantação de uma IG é necessária uma ação coletiva envolvendo vários agentes, visto que é um processo não linear, resultante de sobreposição de diversas atividades, que demandam a atuação de agentes múltiplos e interdisciplinares, como: políticas públicas específicas, apoio de instituições de pesquisa, compartilhamento de experiências e de aprendizagem coletiva dos setores público e privado, entre outras, conforme destaca Velloso (2008).

O processo de institucionalização de uma IG, que compreende, entre outras iniciativas, a formalização das normas que compõem o caderno de especificações técnicas, é uma das formas de garantir a qualidade e consolidar a identidade da IG, bem como de oportunizar o seu reconhecimento pelo mercado, fortalecendo os produtores locais. Além disso, o processo de implantação e regulamentação de uma Indicação Geográfica é longo e dispendioso, e a definição do regulamento de uso é uma questão complexa, uma vez que cada regra estabelecida implica risco de exclusão, seja por requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas, que podem acarretar custos e investimentos adicionais aos produtores (REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017; SÁ et al., 2019; MARTINS; VASCONCELLOS, 2020).

Segundo Tahim e Araújo Júnior (2012), a definição das normas sobre as condições para a obtenção das características particulares do produto para fins de implantação de uma IG se dá por meio de um órgão de controle. Essas normas são uma etapa-chave na implementação de uma IG. Elas devem ser claramente descritas e controladas, consistindo no resultado do processo de decisão entre os membros da cadeia produtiva e deve seguir ainda a IN n.º 95/2018, que estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas (BRASIL, 2013).

O caderno de especificações técnicas de uma IG refere-se a uma série de regras definidas e acordadas entre os produtores que estão inseridos dentro da área delimitada pela IG, as quais deverão ser seguidas para que eles possam usar o selo da IG em seus produtos. A extensão da área

de abrangência deve delimitar, com muita precisão, o território onde se produz o produto original (VIEIRA; ZILLI; BRUCH, 2016).

De acordo com o INPI (BRASIL, 2013), para o processo de obtenção de uma IG, é necessária a criação de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo do selo de Indicação Geográfica nos seus produtos e/ou serviços. Esse controle é essencial e tem a responsabilidade de determinar quais produtores atenderam aos critérios adotados para a implantação da IG, deixando de fora do processo aqueles que não os cumprem. No entanto, Santos e Menasche (2015) afirmam que modelos dessa natureza tendem a selecionar grupos mais aptos técnica e economicamente, em detrimento daqueles que não conseguem se adequar a tais critérios e normas.

A concessão de uma Indicação Geográfica requer ainda uma entidade com representação coletiva para congregar os produtores do território. Assim, o grupo de produtores deve ser formalizado por meio de uma associação ou cooperativa, que, para Santos e Menasche (2015), deve sintetizar os processos organizativos de um território, favorecendo inclusive o aprimoramento dos processos já existentes para serem utilizados como vetores da criação de Indicações Geográficas.

Sobre esse aspecto, Silva et al. (2015) afirmam que a aprovação definitiva do registro de IP ou DO pode levar meses ou anos e, de um modo geral, esse processo deve ser conduzido por uma associação promotora (de produtores e/ou idealizadores), que deve estabelecer as normas a serem seguidas por todos os produtores.

### **3.1 Principais entraves e desafios ao processo de institucionalização/implantação das Indicações Geográficas no Brasil**

Diversos estudos têm demonstrado inúmeras dificuldades e entraves para a implantação de uma IG, refletindo as fragilidades do atual arranjo institucional e organizacional no Brasil (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014; NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017; SILVA et al., 2012; VIEIRA; BRUCH, 2015; WILKINSON; CERDAN; DORIGON, 2017; DALLABRIDA; BAUKERT; GUINZANI, 2020). As questões apontadas por esses autores a serem superadas no processo de implantação de uma IG são tanto de ordem prática como de ordem técnica. Silva et al. (2012) citam pelo menos três questões que podem criar obstáculos à institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. Os autores fazem ainda uma comparação entre os critérios utilizados no Brasil e na União Europeia para a concessão das Indicações Geográficas e apontam as diferenças mais significativas. A primeira delas se refere à falta de entendimento e articulação das diversas instituições envolvidas nas discussões sobre IG.

O segundo entrave está relacionado ao cumprimento do estabelecido no caderno de normas ou regulamento de uso ou no sistema de certificação da produção. Na União Europeia, as entidades governamentais desempenham papel fundamental nesse processo, inclusive certificando as próprias certificadoras privadas. No Brasil, é necessário consolidar um sistema de certificação que valorize, concretamente, a produção agroalimentar e os artigos com qualidade diferenciada (SILVA et al., 2012). Por último, os autores destacam a fragilidade do sistema de Indicações Geográficas do Brasil quando comparado ao da União Europeia, pois 50% das despesas dos Conselhos Reguladores da UE, referentes à promoção e divulgação dos seus produtos, são custeadas por subvenções econômicas da própria UE. O sistema conta ainda com o apoio financeiro (direto ou indireto) concedido por meio de programas de desenvolvimento territorial (especialmente o Leader) e da própria Política Agrária Comunitária - PAC (NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017; SILVA et al., 2012).

Pesquisa realizada por Niederle (2011, p. 25) na região do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, evidencia que os processos de Indicação Geográfica no Brasil se encontram em “areia movediça”, dadas as muitas imprecisões e indefinições com relação ao papel das instituições en-

volvidas nos processos, visto que não há normas consolidadas sobre a titularidade do certificado, as exigências para compor o dossiê e as formas de controle pertinentes, levando os produtores a se readequar constantemente “a novas regras na medida em que elas surgem para suprir as deficiências do marco jurídico em vigor”. Outra dificuldade encontrada até a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica foi a realização de um trabalho de convencimento dos produtores, incutindo neles a ideia de que a Indicação Geográfica poderia ser um instrumento interessante para o desenvolvimento local da região, para o setor vitivinícola do Vale, visto agregar um diferencial aos produtos produzidos na região (THAINES; MELEU, 2013).

Pellin e Silva (2015) afirmam que os principais desafios para a implantação de Indicações Geográficas estão na estruturação de um arranjo institucional eficiente na articulação de todos os atores envolvidos; no alto custo financeiro para implantação e manutenção de uma IG; e no perigo da mercantilização dos processos produtivos, que coloca em risco a tipicidade dos produtos ligados à sua origem. De acordo com Niederle (2011), esse risco está associado à readequação das IGs no sentido de catalisar inovações técnicas e organizacionais, ameaçando modos de produção tradicionais.

Outra fragilidade no processo de manutenção das Indicações Geográficas está nos mecanismos de gestão pós-registro. Após um tempo de criação da IG, em várias regiões, tem-se observado que os produtores começam a questionar os prometidos “impactos” socioeconômicos da obtenção da IG e, em alguns casos, acabam deixando inclusive de utilizá-la pela ausência de retorno monetário compensatório dos custos de adequação às normas e padrões (NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017). Em outras situações, nem sequer houve a avaliação de conformidade, e os produtores nunca usam o selo da IG em seus produtos. Esse é o caso da IG do Camarão da Costa Negra, submetida pela Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN) de Acaraú-CE, que foi reconhecida em 16/08/2011 pelo INPI – os produtores não realizaram a conformação do processo de produção, a exemplo da implantação da rastreabilidade do produto. Existem ainda vários problemas com relação à gestão da ACCN, como a ausência de reunião do Conselho Regulador, a pouca participação dos associados e a falta de financiamento, entre outros entraves (TAHIM; ARAÚJO JÚNIOR, 2012).

Santos (2017), para compreender melhor os processos que envolviam a IG Queijo Minas Artesanal/Serro (QMA/Serro) antes da sua implantação, buscou apreender diretamente dos produtores a percepção do processo de implantação da Indicação Geográfica (IG) e as expectativas acerca de sua implantação como instrumento de valorização do QMA/Serro. De imediato, a autora percebeu que eles não tinham muitas informações a respeito, e que perguntas sobre o tema acabavam por constrangê-los, pois “não sabiam responder”, situação considerada pela autora um dos grandes desafios, quiçá um dos maiores entraves ao processo de implantação de IGs brasileiras.

Durante a realização do trabalho de campo para a implantação da IG do QMA/Serro, Santos (2017) observou que o tema IG não estava difundido na região e que não seria fácil encontrar pessoas que dominassem e entendessem esse tema, visto que não se popularizou entre os interlocutores. Isso se constatou posteriormente compreensível, haja vista que as informações se encontravam centralizadas em instituições e técnicos que se envolveram efetivamente na implementação do processo. Nesse contexto, segundo a autora, conhecer os caminhos que levaram à implantação da Indicação Geográfica do Queijo Minas/Serro foi tarefa árdua.

Vieira et al. (2019) e Valente et al. (2013) apontam que o desconhecimento dos consumidores em relação às IGs, não contribuindo para a valorização desse diferencial no mercado nacional, é fator que atinge diretamente o interesse de produtores em obter certificações, juntamente com as dificuldades na elaboração de todo o processo. Outra dificuldade diz respeito à gestão pós-registro da IG, ou seja, trata-se do emprego de mecanismos de controle para evitar fraudes, adulterações e o uso indevido do nome da IG, evitando colocar em risco a reputação da região produtora e do produto perante os consumidores. No Brasil, o controle da produção pode ocorrer de três formas: controle interno – exigido pela Instrução Normativa nº 25/2013 do INPI (BRASIL, 2013), rea-

lizado pelos conselhos reguladores formados por produtores, técnicos e representantes setoriais; autocontrole – exercido pelos próprios produtores que controlam as práticas produtivas; e controle externo – que implica a realização de auditorias por órgão que não estejam diretamente envolvidas com a gestão da IG sob avaliação. No entanto, a legislação brasileira praticamente não prevê o uso de mecanismos de controle externo, enquanto na União Europeia as entidades governamentais desempenham um papel fundamental nesse processo, realizando auditorias e certificando as próprias certificadoras privadas (PELLIN; SILVA, 2015; SANTOS; MENASCHE, 2015; SILVA et al., 2015).

De acordo com Santos e Menasche (2015), na Europa, onde as IGs têm uma longa trajetória, é necessário repensar as formas de implantação, que dirá no Brasil, onde esse processo ainda é muito recente. Neste sentido, estudos têm mostrado a necessidade de repensar as especificidades que envolvem a proteção de uma IG, principalmente, quando se trata de produtos alimentares.

Conforme Dallabrida, Baukert e Guinzani (2020), os processos de Indicação Geográfica devem levar em conta uma série de fatores – além daqueles que tipificam o local –, como o perfil dos produtos e o vínculo desses produtos com as condições regionais. E, ainda que conjuntamente com o processo de promoção de IG, é necessário também desenvolver trabalhos de valorização desses produtos junto aos consumidores, pois os produtos brasileiros provenientes de Indicações Geográficas são, de modo geral, desconhecidos tanto por produtores e comerciantes quanto pela maior parte dos consumidores. Nesse caso, é fundamental que a escolha da valorização de determinados produtos por meio de uma IG seja precedida de avaliação mais ampla dos territórios, para a definição da melhor estratégia aplicável ao alcance desse objetivo (PELLIN, 2019).

Nesse contexto, Santos e Menasche (2015) reforçam que os produtores de alimentos locais, que são de fato os guardiões de saberes e práticas tradicionais, precisam ser ouvidos e respeitados, e tomar conhecimento do que podem esperar como resultado do processo de implementação de uma Indicação Geográfica referente a seus produtos.

## 4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL E O POTENCIAL DO ESTADO DO CEARÁ

No Brasil, até setembro de 2019, foram concedidas pelo INPI o total de 73 Indicações Geográficas, sendo 53 de Indicação de Procedência (IP) e 20 de Denominação de Origem (DO). Porém nem todas as IGs concedidas pelo INPI estão no território nacional –entre elas, 9 estão localizadas em outros países. Com relação às IGs de queijo, verifica-se que já existem 3 de IP no Brasil e uma de DO localizada na França, mas concedida pelo INPI (2019). O total de pedidos de IGs solicitados ao INPI até setembro de 2019 foi de 131, sendo 83 de Indicação de Procedência (IP) e 48 de Denominação de Origem (DO), demonstrando o interesse dos produtores brasileiros em fazer registros de IGs com foco na competitividade destes no mercado nacional e internacional (BRASIL, 2019). Os produtos e serviços que obtiveram os registros de IG abrangem variados segmentos, entre os quais se destacam os segmentos de alimentos (58%) e bebidas (17%). Entretanto, Cerdan et al. (2014, p. 41) ressaltam que o reconhecimento de uma IG, por si só, não é suficiente para garantir a priori o sucesso comercial de um produto e, por consequência, o desenvolvimento da região produtora. Uma série de variáveis precisam ser consideradas, tais como: “característica do produto e cadeia produtiva, mercado, nível de estruturação dos produtores (capital social), canais de distribuição, dentre tantas outras”.

No Nordeste brasileiro, foram solicitadas, até setembro de 2019, 18 IGs, sendo concedidas 14 até 2019 – 12 Indicações de Procedência (IP) e 2 Denominações de Origem (DO) (INPI 2019). No entanto, o Nordeste apresenta grande potencial de produtos que podem receber o selo de IG, tanto na área de alimentos como na área de artesanato. O Estado do Ceará tem apenas uma IG certificada de Denominação de Origem (Camarão da Costa Negra), mas tem potencial significativo para a criação de outras IGs, por possuir diversos produtos, principalmente agroalimentares, com

certa notoriedade e características específicas que são responsáveis pelos sabores diferenciados que apresentam, além de produtos artesanais com reconhecida reputação, como a Cachaça de Viçosa, a Manta de Carneiro de Tauá, o Café Sombreado do Maciço de Baturité e o Queijo Coalho de Jaguaribe.

## 5 METODOLOGIA

Neste estudo utilizou-se uma pesquisa de natureza descritiva e exploratória, com base em uma abordagem qualitativa e foco em um estudo de caso, com o objetivo de compreender os desafios para a implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe no Ceará. Para um estudo dessa natureza, são necessárias fontes de evidências múltiplas e variadas. Portanto, as técnicas mais utilizadas neste trabalho foram a pesquisa documental, as entrevistas e a observação direta, conforme recomenda Yin (2015).

A pesquisa documental foi realizada em documentos produzidos pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), dentre outros.

Quanto às entrevistas, foram semiestruturadas de modo a permitir aos entrevistados total liberdade de expressão no momento de responder aos questionamentos, favorecendo, dessa forma, a compreensão de suas visões a respeito dos processos de implantação de uma IG, bem como os entraves e os desafios (GODÓI; MATTOS, 2006). A pesquisa se desenvolveu **em três etapas**. Na **primeira etapa** deu-se a pesquisa documental com levantamento de dados secundários acerca do tema Indicações Geográficas e dados da produção de Queijo Coalho de Jaguaribe e caracterização da região. Em uma **segunda etapa**, foram realizadas as entrevistas com os agentes públicos ( Embrapa, UECE, Sebrae, entre outros) e privados (presidente da associação e produtores), envolvidos no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe. Na **terceira etapa**, ocorreu a observação direta, por meio da participação em uma Audiência Pública ocorrida no dia 27 de junho de 2019, na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, na qual se debateu e discutiu o **Projeto de Lei nº 0087/2019**, sobre a “Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará”, na presença de quase todos os agentes envolvidos com a IG do Queijo Coalho de Jaguaribe.

Elegeram-se como sujeitos deste estudo os representantes de instituições envolvidos no processo como: uma representante do Sebrae-CE, uma pesquisadora da Embrapa, um representante da Prefeitura Municipal de Jaguaribe, o presidente da Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (QUEIJARIBE), quatro produtores de queijo, que a princípio foram selecionados para participar da IG, um pesquisador da Universidade Estadual do Ceará, um representante do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e um representante do IPHAN, perfazendo um total de onze entrevistas. As entrevistas foram presenciais, com exceção das aplicadas com o representante do Mapa e o da prefeitura de Jaguaribe, para quem o formulário foi enviado por e-mail. As entrevistas ocorreram nos meses de julho, agosto e setembro de 2019, e foram registradas em áudio e posteriormente transcritas.

Na análise qualitativa dos dados utilizou-se a técnica da análise de conteúdo, que, de acordo com Bardin (2016), caracteriza-se por tentar compreender as formas de comunicações para além dos seus significados imediatos, enriquecendo a tentativa exploratória de análise sistemática de todas as formas de expressão, formais e informais.

## 6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

### 6.1 Características da região e ações realizadas para o reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará

A região do Vale do Jaguaribe tem uma população estimada de 390.693 habitantes, segundo o IBGE (apud IPECE, 2017), e é composta por 15 municípios, destacando-se como os mais importantes os municípios de Russas, Morada Nova, Limoeiro do Norte, Jaguaribe e Tabuleiro do Norte, por apresentarem as maiores densidades demográficas. O Vale do Jaguaribe possui a segunda maior bacia leiteira e o maior rebanho bovino leiteiro do Estado, com 78.736 cabeças e produção de 124,2 milhões de litros de leite/ano (IPECE, 2017). Essa produtividade leiteira do Vale Jaguaribe tem resultado em destaque na produção de Queijo Coalho com características peculiares ao estilo artesanal, assumindo grande importância econômica e social na geração de emprego e renda nessa região (CAVALCANTE et al., 2017).

Não há limites, a priori, para a dimensão da área a ser delimitada para uma IG, desde que apresente características homogêneas e tenha tradição e reputação na produção do Queijo Coalho. Porém a utilização de grandes áreas acarretaria problemas logísticos e necessitaria de organização descentralizada de gestão e de controle. Por esta razão, em relação aos municípios que compõem o Vale do Jaguaribe, embora a maioria deles produza esse tipo de queijo, a Embrapa desenvolveu estudos preliminares visando à possibilidade de concessão de uma futura IG, denominada Indicação de Procedência (IP), do Queijo Coalho Artesanal (QCA) produzido no município de Jaguaribe-CE. Entende-se por QCA o queijo produzido com leite de vaca cru e integral, segundo a tradição local. O QCA de Jaguaribe tem se tornado uma iguaria muito apreciada no Estado do Ceará e estados do Brasil, com grande potencial para alcance de outros mercados. Tem tradição secular e vem sendo associado a alguns fatores com características sensoriais peculiares, além de ser reconhecido como iguaria típica da região de Jaguaribe. O QCA de Jaguaribe representa um relevante valor socioeconômico, cultural e gastronômico, cujas bases encontram-se na história do pecuarista do Semiárido nordestino e no *savoir-faire* do queijo, que se transmite de pai para filho, mantendo a tradição, produzindo queijo de forma artesanal, utilizando os conhecimentos práticos construídos através de gerações (DANTAS, 2012 CAVALCANTE et al., 2017). A sabedoria que foi passada entre gerações conta atualmente com o apoio da ciência e tecnologia, objetivando novos padrões tecnológicos e higiênicos, principalmente na manutenção da qualidade do produto, por meio das boas práticas de fabricação (BPF).

Assim, as primeiras queijarias que foram incluídas na delimitação da IG foram aquelas do município de Jaguaribe, afiliadas à Associação Queijaribe. Essa foi uma das condições impostas às queijarias, como requisito obrigatório, pelos técnicos da Embrapa, para receberem das instituições envolvidas o suporte necessário à implantação da IG.

Os técnicos da Embrapa, levando em conta esses critérios, fizeram o mapeamento com a delimitação geográfica da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, considerando 15 queijarias para a efetiva ação das instituições parceiras, visando à melhoria de qualidade e à busca pelo selo de Indicação de Procedência (IP).

Na perspectiva de Indicação Geográfica (IG), durante dois anos o Queijo Coalho de Jaguaribe foi estudado em suas características físico-químicas, sensoriais, bioquímicas e proteômicas, como forma de contribuir para a autenticidade do produto dada artesanal a sua origem geográfica. De acordo com dados da Associação dos Produtores de Leites e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), 88,8% do leite produzido no município de Jaguaribe se destinam à produção do Queijo Coalho em 66 laticínios locais, e o restante segue para consumo humano, sendo sua cadeia produtiva composta por pequenas e médias queijarias, responsáveis pela geração de 2.500 empregos diretos e

indiretos, gerando uma receita mensal de cerca de R\$ 3 milhões, obtida somente com a venda do queijo (CAVALCANTE; BASTOS; FONTENELE, 2017).

O nome geográfico do produto faz sentido para os consumidores, visto que, ao encontrar ou solicitar o Queijo Coalho de Jaguaribe, sabe-se que o produto é proveniente de uma cidade com tradição queijeira e até mesmo de uma região conhecida por “saber fazer” esse tipo de produto. Dessa forma, é possível fazer com que o nome do queijo também consiga levar ao mercado consumidor a cultura local e que o fator histórico existente no produto seja disseminado. Diante desses fatos, instituições com Embrapa, Sebrae e Universidade Estadual do Ceará, além da Associação de produtores, vinham tentando fazer o registro da Indicação de Procedência do Queijo Coalho de Jaguaribe desde o início de 2009. A seguir, serão descritos os papéis desses atores no processo para se compreender seus entraves e desafios.

## 6.2 Os papéis das instituições envolvidas no processo da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará

As instituições envolvidas no processo de implantação para o registro da IG Queijo Coalho de Jaguaribe são: Embrapa, UECE, Sebrae, Mapa, INPI, PMJ e Associação de Produtores de Leite e Derivados – Queijaribe.

De acordo com as entrevistas realizadas junto ao presidente da Queijaribe e alguns produtores, as instituições mais atuantes nesse processo foram a Embrapa Agroindústria Tropical, o Sebrae e a Universidade Estadual do Ceará.

A Embrapa teve a iniciativa de implantar a IG do QCA de Jaguaribe junto aos produtores filiados à Associação Queijaribe em 2009. Inicialmente, a Embrapa foi a campo com o Projeto “Valorização do Queijo Coalho produzido na Região Nordeste”, com o foco no Queijo Coalho de Jaguaribe. O referido projeto tinha como um de seus objetivos a busca da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, procurando, assim, aperfeiçoar toda a cadeia produtiva. Na prática, todo o investimento realizado iria assegurar a fabricação de um produto de qualidade, dentro das normas de sanidade e práticas de fabricação definidas, possibilitando a conquista de novos mercados e a prática de preços competitivos. Além disso, os técnicos da Embrapa analisaram aspectos higiênico-sanitários das queijarias envolvidas. A Embrapa realizou também análises microbiológicas, físico-químicas e sensoriais dos queijos e acompanhou consumidores do Ceará para avaliar a aceitação do produto artesanal. Em síntese, a Embrapa desempenhou um papel fundamental na melhoria da qualidade do queijo por meio de capacitação dos produtores e melhorias na infraestrutura das queijarias.

A UECE teve também um papel fundamental através de um pesquisador e professor da instituição, na fase de implantação da IG do QCA de Jaguaribe-CE. Segundo o pesquisador entrevistado, uma das primeiras ações, buscando a melhoria na qualidade da produção e o reconhecimento para a IG, veio por intermédio do “Projeto Bovinocultura Leiteira de Jaguaribe”, que objetivou desenvolver capacitações, oficinas e consultorias para os produtores de leite e queijo. A UECE desempenhou também um papel de destaque no estímulo e apoio ao projeto de IG do QCA de Jaguaribe. Em parceria com a Embrapa e o Sebrae, foram ministradas capacitações para produtores de leite e queijo, bem como foram elaboradas várias propostas e sugestões para os produtores de QCA de Jaguaribe, como incentivo (bônus) pela qualidade do leite; uso de equipamentos e utensílios mais adequados; melhoria da qualidade da matéria-prima; melhoria da eficiência na entrega do leite às queijarias; treinamento dos queijeiros; uso de insumos de boa qualidade; prática de higienização na ordenha; padronização do processo de fabricação do queijo; implantação de boas práticas de fabricação nas queijarias; instalações adequadas, como uso de câmara frigorífica; implantação de um laboratório de controle de qualidade do leite e de queijo em Jaguaribe; marketing do produto; parcerias/convênio com instituições de pesquisa, universidades, órgãos públicos e privados; apoio financeiro dos bancos oficiais (BNB, BB, CEF) à atividade queijeira de Jaguaribe, dentre outras.

Embora a maioria das universidades não tenha formulado políticas públicas, elas ofereceram apoio importante ao desenvolvimento de IG no País, principalmente mediante projetos de pesquisa desenvolvidos no âmbito de programas *stricto sensu*. Geralmente, por estarem inseridas nas regiões de abrangência dos projetos e contarem com pesquisadores de várias áreas (facilitando abordagens interdisciplinares), elas têm conseguido oferecer contribuições importantes para o fortalecimento das Igs (PELLIN, 2019).

O Sebrae, por intermédio de seu Escritório Regional em Limeiro do Norte-CE, atuou em muitos momentos interagindo com os pequenos produtores nos municípios da região jaguaribana. O Sebrae empregou sua metodologia de trabalho no processo de implantação da IG do QCA de Jaguaribe em duas fases: sensibilização e capacitação, ambas direcionadas às empresas e aos produtores rurais jaguaribanos. Na fase de sensibilização, utilizou publicações, veiculação de trabalhos na mídia, realização de eventos (Festival do Queijo Coalho de Jaguaribe), que resultaram numa importante contribuição para popularizar o conceito de IG e estimular o interesse de produtores de queijo de Jaguaribe em reconhecer o produto com potencial para IG. A segunda etapa de trabalho foi a capacitação dos pequenos empresários e dos produtores rurais, com treinamentos direcionados a plano de negócio, associativismo, manipulação de alimentos, boas práticas de fabricação, entre outros. O Sebrae tem realizado parcerias com a Prefeitura Municipal de Jaguaribe (PMJ) e a Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), permitindo a realização de vários eventos promocionais voltados ao queijo, como palestras e oficinas, ministradas por especialistas nas áreas de produção de leite e queijo; a Feira de Negócios da Região do Jaguaribe (FENERJ) e o Festival de Queijo de Jaguaribe, que é realizado anualmente. Todas essas ações têm como objetivos fortalecer a cadeia produtiva do leite e dar visibilidade ao Queijo Coalho do Vale do Jaguaribe-CE.

Embora a instituição desempenhe um papel importante no fortalecimento de IG no Brasil, sua metodologia de trabalho tem algumas limitações. Geralmente, suas ações, em formato de consultorias e assessorias, muitas vezes com prazos determinados, acabam priorizando a elaboração e depósito do projeto de reconhecimento da IG no INPI. Outro ponto relaciona-se ao fato de que o excessivo foco no mercado acaba privilegiando a dimensão econômica das IGs, levando-a a enxergar nelas apenas um negócio (PELLIN, 2019).

A Queijaribe foi fundada em 29 de maio de 2005, e seu principal objetivo é fortalecer, por meio do associativismo, a atividade dos produtores de queijos e leite da região de Jaguaribe, Ceará. Portanto, cabe à associação incentivar o interesse coletivo de agregação, cooperação e integração dos associados, no intuito de fortalecer a sua representatividade, pois, de acordo com o INPI, para receber a concessão de uma Indicação Geográfica para produtos alimentares, os requerentes devem constituir uma associação ou sociedade cooperativa. Na verdade, a associação nasceu da necessidade dos produtores de leite e derivados de Jaguaribe de unir forças para barganhar melhores valores na compra de insumos e venda dos produtos (leite e queijo). Segundo o atual presidente da Queijaribe: “Há pouco tempo, chegou-se a um ponto em que a associação não podia vender e nem comprar, porque simplesmente não tinha o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), pois existe uma lei que não permitia que uma associação negociasse sem CNPJ. O que isso acarretou para a associação? Os associados passaram a negociar com seus próprios nomes, pois não podiam usar o nome da associação e, em decorrência desse impasse, houve uma grande debandada de associados e, conseqüentemente, o enfraquecimento da associação, tendo hoje apenas 15 associados”.

De acordo com os pesquisadores da Embrapa, o trabalho realizado por eles (pesquisadores) e por outras instituições parceiras, como o Sebrae e a UECE, objetivando a construção da Indicação Geográfica (IG) para o Queijo Coalho da região jaguaribana, foi incessante e promissor. Os dados levantados por meio do mapeamento das queijarias com potencial de IG, da descrição do produto, com todo o fluxograma de produção do Queijo Coalho Artesanal da região de Jaguaribe, e da pesquisa para fazer a diferenciação do queijo concretizaram-se em requisitos para atendimento à

construção da IG, visto que esse queijo tem tradição e sua associação pelos consumidores a algumas características sensoriais, o formato e outras peculiaridades o diferenciam dos produzidos em outros estados do Nordeste.

Por fim, é importante ressaltar também o papel da UECE, que deu e continua dando contribuições importantes para o fortalecimento de discussões acerca da implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe por meio de seu pesquisador, que demonstrou/demonstra grande interesse científico pelo tema, e do estímulo ao desenvolvimento de projetos de pesquisa que abordam temáticas relacionadas às IGs e suas contribuições para desenvolvimento das regiões onde estão inseridas.

### **6.3. Principais entraves e desafios ao processo de implantação da IG do Queijo Coalho**

#### **6.3.1. Principais entraves**

Um dos entraves mais citados na literatura é a dificuldade de convencer os produtores a aceitar a obtenção da IG. Conforme Thaines e Meleu (2013), nesse caso, é necessário realizar um trabalho de conscientização para o convencimento dos produtores, inculcando neles a ideia de que a Indicação Geográfica pode ser um instrumento interessante para o desenvolvimento local da região e para o produto, em razão do diferencial que agrega valor frente aos demais produzidos na região.

No caso dos produtores de queijo do Vale do Jaguaribe, esse fato não se constituiu necessariamente em um entrave, tendo em vista o questionamento prévio a que foram submetidos sobre a aceitação ou não desse projeto para a implantação da IG do QCA de Jaguaribe, manifestando-se muito favoráveis, segundo a pesquisadora da Embrapa entrevistada:

[...] a aceitação foi muito boa porque a ideia que eles tinham da IG era correta, mas a gente tinha que passar por muitos desafios para a gente ter isso e o que a gente dizia para eles: “gente a Embrapa está aqui... o Sebrae, a UECE e o Nutec estão aqui para orientar o caminho que vocês têm que trilhar para pedir a certificação, e se faltar alguma coisa vocês não vão conseguir, porque nenhuma dessas instituições podem pedir a IG para vocês, e vocês têm que ser preparados para isso”, mas a aceitação foi boa. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

Verifica-se nesse depoimento que a pesquisadora chamou a atenção dos produtores para o fato de que a solicitação ou pedido do registro de IG só poderia ser feito por eles, por meio da associação, e que as instituições envolvidas tinham somente o papel de orientadores na busca pela certificação e, posteriormente, o registro de Indicação Geográfica. De acordo com a pesquisadora da Embrapa, o principal entrave identificado que impediu o avanço da IG do QCA de Jaguaribe foi a ausência da legislação específica para a regulamentação do fabrico de queijos artesanais, que resultou no travamento do pedido de registro da IG do Queijo de Jaguaribe pelo Mapa, por intermédio da Superintendência do Estado do Ceará. Assim, ela ressalta que:

Bom, eu vou te dizer o principal e um dos únicos entraves que a gente viu até o momento, e por isso a gente não levou o processo à frente: legislação. O Estado do Ceará não tem legislação para queijos artesanais. Quando a gente foi propor a documentação para dar entrada do pedido de IG a gente já foi barrada, porque como é que a gente vai fazer... o Ministério da Agricultura não tem nenhuma legislação que aceite produtos de leite cru. [Eu perguntei se até hoje não tinha essa legislação] ... até hoje, dia 12 de junho de 2019, não tem essa legislação. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

A pesquisadora da Embrapa ressaltou, ainda, que foram realizadas várias reuniões com os órgãos (Mapa e Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Ceará - Adagri) responsáveis pela legislação e enfatizou que o problema maior está no uso do leite cru para a produção do queijo, e que essas instituições fiscalizadoras somente aceitariam a produção do queijo com leite cru se fosse maturado por pelo menos 60 dias, conforme as condições preconizadas pela legislação vigente (Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017) (BRASIL, 2017), alegando manter a segurança microbiológica e a qualidade do produto. Porém os produtores de queijo de Jaguaribe não fazem esse procedimento. Destaca-se a publicação da recente Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018 (BRASIL, 2019), que trata da fiscalização de produtos e alimentos de origem animal produzidos de forma artesanal. Essa lei reconheceu definitivamente o tema e criou o Selo Arte, que passou a identificar os produtos artesanais, e em 18 de julho de 2019 foi publicado o Decreto Federal nº 9.918/2019 (BRASIL, 2019), regulamentando o uso do Selo Arte, o qual irá permitir a comercialização dos produtos artesanais em todo o Brasil, mesmo que tenham sido inspecionados somente pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM) ou pelo Serviço de Inspeção Estadual (SIE). No entanto, não estão detalhadas as normas técnicas para o processamento desses produtos. Mas ainda há muito o que fazer, as mudanças da legislação em geral têm sido focadas em aspectos gerais, e o termo artesanal não tem ainda um conceito claro necessário para embasar a regulamentação. Segundo Santana (2011), o não enquadramento aos padrões exigidos pela vigilância sanitária é um fator que dificulta o desenvolvimento da produção queijeira artesanal, que fica restrita à sua área de produção e não consegue alcançar outros mercados.

A pesquisadora da Embrapa relatou ainda que:

O Selo de Inspeção Estadual (SIE), à época, até concordava em ter produtos de leite cru, só que a Adagri também exigia que houvesse um tempo mínimo de maturação de 22 dias, procedimento que a maioria dos produtores de queijo de Jaguaribe e de todo o Ceará não faz, ou seja, eles não têm a tradição de maturar queijo, pois produzem o queijo num dia e no outro já está no mercado. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

A pesquisadora da Embrapa relatou também que houve grande resistência às mudanças por parte de alguns produtores de leite e queijo da região, pois não viam com bons olhos as orientações para adotar e se adequar às Boas Práticas de Fabricação (BPF). Esse seria o primeiro passo a ser dado para o cadastramento dos produtores, por isso somente os queijeiros filiados à Queijaribe puderam participar de várias ações do processo de reconhecimento da IG do QCA Jaguaribe. Nesse caso, a adoção de BPF passou de certa forma ser um entrave para a implantação da IG. Nesse sentido, Almeida et al. (2015) destacam os conflitos entre os técnicos especializados e um setor tradicional/não especializado para adoção de técnicas específicas para a segurança alimentar.

Já o pesquisador da UECE destaca como principal entrave para a implantação da IG do QCA de Jaguaribe-CE a falta do associativismo: “Na minha opinião, primeiro é falta de uma associação ou cooperativa forte que consiga agregar todos os produtores, pois o que acontece é que lá, por exemplo, em Jaguaribe, tem muita interferência política, então, isso é ruim porque a política interfere dentro da associação e aí começa a fragmentar a associação” (Pesquisador da UECE, 2019).

Esse fato corrobora com o que afirmam Tahim e Araújo Júnior (2012) e Niederle (2011) quanto aos entraves apontados por eles em seus estudos, como o fraco associativismo, pelo baixo grau de organização dos produtores e não envolvimento de todos os produtores na associação.

O segundo grande entrave, para o pesquisador da UECE, foi a falta de motivação dos produtores em querer levar à frente o demorado processo de IG do QCA de Jaguaribe, e o terceiro é a acomodação e o fato de não terem visão de futuro. Para o pesquisador, os produtores estão muito acomodados, pois sabem que mesmo na informalidade já têm garantida a venda do seu queijo,

pelo menos a maior parte da sua produção. Assim, não se preocupam em melhorar para conseguir uma IG, porque o queijo deles é tão reconhecido, tão procurado, que mesmo na clandestinidade eles vendem tudo. No entanto, de acordo com Santos (2017), a informalidade é uma situação desfavorável, pois, ainda que continuem comercializando seu produto, estão sujeitos a apreensões, enfrentam restrições para aumentar sua produção e os preços auferidos pelo produto são significativamente menores.

Para a representante do Sebrae, os maiores entraves estão nas exigências da legislação e na baixa capacidade de investimento do produtor artesanal para se adequar à legislação vigente.

Esse entrave ficou bastante evidente por ocasião da audiência pública realizada no Auditório da Assembleia Legislativa do Ceará, em 27 de junho de 2019. Nessa audiência pública, ficou bastante evidente a questão da baixa capacidade do produtor para investir e se adequar às normas vigentes. A maioria dos produtores entrevistados nesta pesquisa queixou-se da falta de condições financeiras para melhorar as suas instalações físicas, para atender às exigências da legislação vigente. Esse fato corrobora o que dizem os estudos de Pellin (2019) e Niederle (2009), que destacam o alto custo do processo de reconhecimento de uma IG no Brasil e a falta de apoio financeiro do Estado para IGs, principalmente no estágio pós-reconhecimento.

Na opinião do presidente da Queijaribe, o principal entrave para a implantação da IG do QCA de Jaguaribe é a falta da legislação estadual para a regulamentação do fabrico de queijos artesanais, pois sem amparo legal não se consegue financiamento.

Para o produtor de queijo A, o principal entrave está na questão política:

[...] as politicagens não deixam as coisas acontecerem como têm que acontecer, pois ficam se posicionando mais forte do que o próprio produtor. Eles (os políticos) brigam mais pelo voto do que pelos anseios do produtor, e isso foi observado sempre. A própria falta de legislação é uma questão política, pois se eles (os políticos) quisessem essa lei, ela já tinha avançado, já teria saído do papel e a gente já teria saído da clandestinidade e já estaria trabalhando honestamente sem precisar desviar de rota, se escondendo para não ser pego com a sua produção. (Produtor A de Queijo Coalho de Jaguaribe, 2019).

Nesse contexto, Silva et al. (2012) também ressaltaram em seu estudo o jogo de poder político e econômico entre produtores, políticos e proprietários de terra locais como sendo um grande gargalo na implantação da IG.

Para o técnico da Prefeitura Municipal de Jaguaribe, o maior entrave é a formação sobre o processo de criação da área de Indicação Geográfica, junto aos produtores de queijo do município. Já o Prefeito do município de Jaguaribe considera como um grande entrave à implantação da IG a ausência da legislação, corroborando a fala de outros entrevistados, quando ressalta que “o Estado do Ceará está devendo aos produtores de queijo essa legislação e [...] que quase todos os estados do Nordeste já têm a lei que protege e regulamenta a produção e comercialização do queijo artesanal”. Acrescentou ainda que “a elaboração da lei constitui também uma forma de respeito aos consumidores, que estão consumindo queijo cuja origem e modo de transporte desconhecem”. Segundo o prefeito, a legislação também oferecerá proteção contra a venda de queijos que vêm de outros estados para o Ceará como se fossem de Jaguaribe.

NOTA: A LEI Nº17.318, que dispõe sobre a regulamentação da produção e a comercialização de queijos e manteigas artesanais no Estado do Ceará, foi sancionada em 13 de outubro de 2020.

Outro entrave importante constatado neste estudo foi que parte de um grupo de produtores entrevistados (sete produtores) disseram que ainda não sabem se entenderam claramente o que de fato essa IG pode melhorar na vida deles, embora todos eles concordem com o processo de registro da IG. Contudo, percebe-se também nas palavras desses produtores um grande anseio para que as autoridades deem continuidade ao processo de busca do reconhecimento da IG do Queijo Coalho, segundo eles, iniciado em 2009, e que até o presente momento não foi concretizado. Em seus relatos, também destacam a grande necessidade de qualificação de produtores por meio das capacitações, para que possam dispor de matéria-prima de qualidade. A procedência da matéria-prima de qualidade tem sido sistematicamente apontada como fator limitante ao desenvolvimento das IGs (NIEDERLE; VITROLLES, 2010).

A fala de um produtor de queijo artesanal identifica e ressalta ainda a importância dos movimentos do grupo em direção à conquista de mercado, de um mercado apropriado para os produtos artesanais. E, para além do dito pelo produtor, identificaram-se duas questões imbricadas que permeiam a narrativa e as ações do grupo dos agentes públicos que deram/dão o tom das ressignificações dos produtores de queijo jaguaribanos: a primeira referente à implantação de modificações físicas, legislativas e técnicas voltadas para o que os agentes denominaram/denominam “Boas Práticas de Fabricação (BPF)” – como elemento insubstituível para a manutenção das queijarias no mercado consumidor; a segunda relativa ao fortalecimento do discurso patrimonial do “saber-fazer” do queijo artesanal em aliança com as medidas das “BPF” em um movimento direcionado à consolidação de um mercado artesanal distintivo em relação ao do produto industrial.

Quando se diz que um produto ou serviço é notório, quer-se indicar que ele provoca reconhecimento, lembrança e evocação espontânea, de tal forma que ele se distingue de similares e afins. O reconhecimento é o primeiro passo para atingir um nível básico de notoriedade. A notoriedade tem a ver com o alto grau de conhecimento pelo público consumidor específico, com valores transmitidos decorrentes de características intrínsecas ou específicas daquele produto ou serviço. A qualidade do Queijo Coalho de Jaguaribe é bem conhecida e sua notoriedade e reputação são comprovadas em pesquisas, livros, artigos, dissertações, teses, links de reportagens televisivas, entre outros registros, como se pode observar no depoimento do produtor de queijo B;

Eu estive em Torino, na Itália, levando o queijo... “traficando”... [risos] porque na hora que eu fui viajar o cara me perguntou: “você pode levar esse queijo?” E eu respondi: “rapaz, é um tráfico, mas é legal”... e eu estive assando esse queijo lá e passei esse queijo na chapa em Torino... e na hora que esse queijo cheirou muita gente “chegaram” pra perto e “disseram”: “lembrei do Ceará” [os italianos]... gente pelo amor de Deus é uma coisa... é uma história... o queijo de Jaguaribe é uma história... o queijo do Ceará é uma história e vocês querem atrapalhar a nossa vida... a vida do homem do campo. A sobrevivência no campo é difícil... só tá lá quem tem coragem. (Produtor B de Queijo de Jaguaribe, 2019).

### 6.3.2 Principais desafios

Quanto aos desafios, pode-se perceber pelas entrevistas que vários deles precisam ser enfrentados para a implantação da IG do Queijo de Jaguaribe, conforme os relatos dos entrevistados a seguir. A pesquisadora da Embrapa apontou como principal desafio à implantação da Indicação Geográfica (IG) do Queijo Coalho de Jaguaribe, a conscientização do produtor para seguir as normas constantes nas Boas Práticas de Fabricação (BPF). Segundo a pesquisadora:

Os produtores trabalham com a tradição do saber-fazer familiar há várias gerações e, por conta disso, eles não veem com bons olhos a questão da maturação, que é o processo de transformações físico-químicas, microbiológicas e sensoriais que

ocorre com o queijo ao longo de um certo tempo, em determinadas condições de temperatura e umidade. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

Segundo Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), a maturação do queijo é uma etapa muito importante na fabricação de queijos, na qual ocorre o desenvolvimento das características sensoriais do queijo artesanal.

Para a pesquisadora da Embrapa, não se trata de uma questão de resistência por parte deles e sim de falta de flexibilização e conscientização dos produtores acerca da necessidade de se adaptarem às boas práticas de fabricação. Santos (2017) esclarece que as evidências empíricas permitem dizer que os produtos alimentares tradicionais estão sujeitos a dois Estados: um que protege, salvaguarda e valoriza; outro que persegue, apreende e condena. O primeiro representado principalmente pelo apoio às ações de salvaguarda e proteção de bens, desenvolvidas por instituições estatais com o apoio e a articulação com organizações da sociedade civil. Nesse campo de atuação estatal, noções como as de cultura e patrimônio estão entrelaçadas e tornam-se pertinentes de ser acionadas. Outro grande desafio apontado pela pesquisadora relaciona-se à procedência da matéria-prima (leite cru):

Os queijeiros pegavam o leite para fazer o queijo de fornecedores variados, diversos... eu mesma já segui a rota deles... eles pegavam 2 litros de um, 3 litros de outro, sem saber a origem... já nos outros estados tem a produção (fornecimento) de um lugar só para fazer o queijo... então se o queijeiro chegava com o caminhão dele e pedia: “bote 10 litros aqui... bote aqui 8 litros, bote aqui tantos litros...” isso a Adagri não aceitava. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

Para a pesquisadora, o grande desafio é que eles tinham/têm que ter uma produção ou um fornecimento de leite centralizado, evitando com isso problemas decorrentes da procedência da matéria-prima, porque se o queijeiro pegava/pega leite da região inteira e se der um problema, ninguém vai saber a procedência do leite que deu o problema, ou seja, não há como se fazer a rastreabilidade do leite. Além disso, o rebanho tinha/tem que ter uma garantia do estado de saúde, e controle da aftosa e da brucelose, por isso se torna um desafio grande e complexo.

No que se refere à certificação de qualidade via Indicações Geográficas, alguns aspectos precisam ser avaliados, inclusive o próprio conceito de qualidade. Nos circuitos de alimentos tradicionais, em oposição ao que hoje ocorre nas formas globais de abastecimento, existe uma íntima relação entre produtores e consumidores. Muitas vezes, são pessoas que se conhecem e que compartilham sistemas classificatórios referentes à qualidade dos produtos.

Então, para a pesquisadora, torna-se crucial a identificação da origem da matéria-prima por meio de uma central de recolhimento do leite, que realize análises prévias de controle, rápidas, e só depois disso o encaminhe para a Queijaribe.

Além disso, há também o desafio da questão da delimitação da área, pois segundo a pesquisadora, havia na época queijeiros de vários lugares fora dos limites do município de Jaguaribe que queriam fazer parte da IG, por isso o critério de ser associado à Queijaribe teve que ser obrigatório. Niederle (2011) também considera como desafio de grande complexidade a demarcação das áreas geográficas para bens cuja produção esteja dispersa no território ou espraiada numa ampla área, inclusive com descontinuidade, como é o caso do Queijo Coalho do Vale do Jaguaribe.

Aos pesquisadores da UECE os entrevistados apontaram como principal desafio a saída da ilegalidade, argumentando que a informalidade não é benéfica nem para o Estado nem para os produtores de queijo. Ele ressaltou ainda a importância do Projeto de Lei que dispõe sobre a Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais em tramitação na Assembleia Legislativa do Ceará, cuja aprovação e consequente transformação em lei irá sanar essa situação. Outro gran-

de desafio apontado pelo Pesquisador é a necessidade de se fazer um trabalho sério no tocante à disseminação das informações básicas e necessárias aos consumidores para que eles saibam o que é o queijo artesanal, qual o seu valor e a sua representatividade para o município e para o Estado do Ceará, pois é imprescindível informar a população sobre os benefícios do queijo artesanal feito de leite cru para a saúde. Isso é também corroborado pelo representante da prefeitura. O referido pesquisador ressalta ainda que a adequação às BPF e a busca constante de melhoria da qualidade da matéria-prima, no caso o leite cru, também são desafios imensuráveis.

A representante do Sebrae apontou como desafio a realização de um trabalho de sensibilização junto aos produtores de queijos, parceiros e instituições públicas para a integração de esforços, além do conhecimento técnico e recursos financeiros para que o processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe realmente avance. Nessa perspectiva, Pellin e Silva (2015) ressaltam a importância da estruturação de um arranjo institucional eficiente com a articulação de todos os atores envolvidos, sendo para eles um dos principais desafios para a implantação de Indicações Geográficas no País.

Para o presidente da Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), o grande desafio será conseguir que os produtores de queijos se associem. Segundo ele, um dos grandes entraves ao desenvolvimento da região do Jaguaribe é a falta da cultura do associativismo, pois “cada um só quer trabalhar individualmente, e boa parte dos produtores ainda não tem essa consciência e isso dificulta muito”. O presidente da Queijaribe ressaltou ainda que esse é um grande desafio, “pois a gente tem que mostrar que unidos somos mais fortes”. Conforme ainda o presidente da Queijaribe, a lei que regulamentará a produção e a comercialização dos queijos e manteigas artesanais irá fortalecer a associação, e tudo ficará mais fácil, como a busca de financiamento e de parcerias, possibilitando que a associação dê continuidade ao processo de Indicação Geográfica, que até agora está estagnado.

Para o produtor de queijo A, o maior desafio é estar sempre em busca de melhorias, ou seja, de inovação para o seu próprio negócio, no caso dele para o seu próprio laticínio. Ele ressaltou que sempre “procura estar em igualdade de condições na competitividade, sem temer o grande empresário (o grande laticínio), que vive querendo derrubar o pequeno”. O produtor falou ainda que está sempre atento ao que o mercado de queijo pode lhe oferecer.

Pode-se observar que esse produtor de queijo artesanal tem uma visão de mercado diferenciada da apresentada pela maioria dos queijeiros entrevistados informalmente, pois falou muito em inovação, em agregar valor ao seu produto e que está sempre atento às novidades relacionadas ao seu negócio, ao seu produto.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diversas instituições se empenharam para a implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE. Entre essas instituições, destacam-se a Embrapa como principal parceira, a Prefeitura Municipal de Jaguaribe, a UECE e o Sebrae como instituições que desempenharam papel fundamental no processo de sensibilização dos produtores. Dentre as ações realizadas, destacam-se os treinamentos/capacitação dos produtores, participação de eventos nacionais, concursos de queijos, oficinas, consultorias, acompanhamento técnico das instalações físicas das queijarias artesanais, orientação técnica aos produtores e visitas da vigilância sanitária com o objetivo de prepará-los para o reconhecimento da IG.

A Embrapa foi a instituição que financiou e mais se envolveu no processo, realizando inclusive pesquisas como análises microbiológicas, físico-químicas e sensoriais do queijo coalho e acompanhou consumidores para avaliar a aceitação do produto artesanal.

No entanto, apesar de todos os esforços das instituições envolvidas no sentido de se criar um ambiente favorável à implantação da IG do Queijo Coalho Artesanal de Jaguaribe no Ceará,

observou-se que o processo de implantação da IG não conseguiu avançar, por vários entraves, sendo o mais contundente deles a não existência de uma legislação específica sobre a produção e comercialização de queijos artesanais no Estado do Ceará, na época

Quanto aos desafios, o principal foi a ausência de uma legislação específica voltada para a produção e comercialização do queijo artesanal no Estado do Ceará, que foi sancionada somente em 13 de outubro de 2020. Outros desafios foram a ausência de sensibilização e motivação dos atores envolvidos no processo; falta de articulação da associação dos produtores com outros setores e atores; a definição de suas estratégias; o não reconhecimento e não valorização de recursos territoriais por parte da comunidade e dos órgãos governamentais, entre outros.

Em síntese, a obtenção de uma IG é um processo complexo e dispendioso que exige arranjos institucionais fortes e integrados, abrangendo atividades múltiplas e interdisciplinares dos atores envolvidos.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, V. M. et al. Identificação geográfica para o queijo de São Bento como estratégia de desenvolvimento territorial para a microrregião da baixada maranhense. **Cadernos Prospecção**, v. 8, n. 4, p. 808-816, 2015.
- ANJOS, F. S.; SILVA, F. N.; CALDAS, N. V. Indicações geográficas, capital social e desenvolvimento territorial. **Redes**, v. 25, n. 2, p. 721-743, 2020.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA ECONOMIA. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. Instrução normativa nº 25, de 21 de agosto de 2013. **Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas**. Disponível em: [http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in\\_25\\_21\\_de\\_agosto\\_de\\_2013.pdf](http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf). Acesso em: 2 nov. 2020.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA ECONOMIA. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **INPI concede registro de indicação geográfica para Pirenópolis**. 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-concede-registro-de-indicacao-geografica-para-pirenopolis>. Acesso em: 15 nov. 2019.
- CALDAS, N. V. **Estudo comparativo entre sistemas de certificação de produtos orgânicos no contexto da agricultura familiar brasileira e espanhola**. Tese (Doutorado em Ciências Agrárias). Programa de Pós-Graduação em ciências Agrárias, Universidade Federal de Pelotas, p. 201. Pelotas, 2011.
- CAVALCANTE, J. F. M.; BASTOS, M. do S. R.; FONTENELE, M. A. Queijo coalho artesanal no estado do Ceará. In: CAVALCANTE, J. F. M. (org.). **Queijo coalho artesanal do Nordeste do Brasil**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2017. p. 35-78.
- CERDAN, C. M. T. et al. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: PIMENTEL, L. O. (org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**. Florianópolis: Funjab, 2014. p. 415.
- DALLABRIDA, V. R.; BAUKART, K. S.; GUINZANI, W. Signos distintivos territoriais e indicação geográfica: uma avaliação de experiências com a aplicação de instrumental metodológico. **Interações**, v. 21, n. 1, p. 195-211, 2020.
- DANTAS, D. S. **Qualidade microbiológica do queijo de coalho comercializado no município de Patos, PB**. Dissertação (Mestrado em Zootecnia). Programa de Pós-graduação em Zootecnia, Universidade Federal de Campina Grande, p. 81. Campina Grande, 2012.

- DUTRA, D. M. R. **Ações públicas e privadas na implantação e desenvolvimento da indicação geográfica do café em Minas Gerais: evolução e perspectivas na visão de seus gestores.** Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal de Lavras, p. 166. Lavras, 2009.
- FROEHLICH, J. M. et al. As experiências de Indicações Geográficas no Brasil meridional e a agricultura familiar. In: FROEHLICH, J. M. (org.). **Desenvolvimento Territorial: produção, identidade e consumo.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2012. p. 15-52.
- GIOVANNUCCI, D. **The new 'local': linking geographical indications and organics.** Geneva: Luiz International Trade Center, 2008.
- GONÇALVES, A. S.; ALMEIDA, B. A.; BASTOS, E. M. S. Panorama das indicações geográficas no Brasil. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 3, n. 41, p. 130-144, 2018.
- GODÓI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. In: GODÓI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. da. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos.** São Paulo: Saraiva, 2006. p. 301-324.
- GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. de. Indicações geográficas no Brasil: as indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46, 2008, Rio Branco. **Anais...** Rio Branco: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2008. p. 4, ref. 1-15.
- HAYES, D. J.; LENCE, S. H.; STOPPA, A. **Farmer-owned brands?** Iowa: Iowa State University, 2003. Disponível em: [https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=card\\_briefingpapers](https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=card_briefingpapers). Acesso em: 20 out. 2019.
- LIMA, M. A. C. et al. **Subsídios técnicos para a indicação geográfica de procedência do Vale do Submédio São Francisco: uva de mesa e manga.** Petrolina: Embrapa Semiárido, 2009.
- MARTINS, I. S. S. VASCONCELLOS, A. G. A Relação entre o Regulamento de Uso das Indicações Geográficas e conhecimentos tradicionais: o caso do guaraná envolvendo os territórios de Maués e da Terra Indígena. **Cadernos de Prospecção**, v. 13, n. 1, p. 293-308, 2020.
- MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, v. 23, n. 2, p. 103-115, 2014.
- NIEDERLE, P. A. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França.** Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, p. 263. Rio de Janeiro, 2011.
- NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C.; WILKINSON, M. J. Governança e Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n. 1, p. 85-102, 2017.
- NIEDERLE, P. A.; VITROLLES, D. Indicações geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 18, n. 1, p. 5-55, 2010.
- OLIVEIRA, O. M. A. B. et al. Ações de pesquisa e de desenvolvimento para reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE. In: CONGRESSO NACIONAL DE LATICÍNIOS, 26, 2009, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais, 2009. ref. 1-5.

PELLIN, V. Indicações geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações**, v. 20, n. 1, p. 63-78, 2019.

PELLIN, V.; SILVA, L. F. Indicações geográficas: uma estratégia para o desenvolvimento territorial rural. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO NACIONAL, 7., 2015, Santa Catarina. **Anais...** Santa Catarina: UNISC, 2015. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/view/13423>. Acesso em: 15 jan. 2021.

PELLIN, V.; VIEIRA, A. C. P. Indicações geográficas no Brasil: uma perspectiva pós-registro. In: LOCATELLI, L. (org.). **Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 89-112.

REZENDE, A. A.; SILVA, M. dos S.; DANIEL, L. P. Indicação Geográfica: uma via para o crescimento econômico para Nazaré das Farinhas e Maragogipinho, Bahia. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, v. 38, n. 132, p. 55-76, 2017.

SÁ, A. S. C. et al. Legislação e Programas ao Desenvolvimento das Indicações Geográficas no Brasil. **Cadernos de Prospecção**, v. 12, n. 3, p. 706-716, 2019.

SANTOS, J. S. **Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil**: um estudo a partir do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul. Pelotas: Ed. UFPel, 2017.

SANTOS, J. S.; MENASCHE, R. Valorização de produtos alimentares tradicionais: os usos das indicações geográficas no contexto brasileiro. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, v. 12, n. 75, p. 11-31, 2015.

SILVA, F. N. et al. Desafios à Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. **Revista Desenvolvimento Regional em debate**, v. 2, n. 2, p. 31-44, 2012.

SILVA, I. R. C. et al. O saber-fazer farinha de mandioca: a tradição no processo produtivo, em Nazaré-BA. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, n. 2, p. 365-374, 2015.

TAHIM, E. F.; ARAÚJO JÚNIOR, I. F. Indicações geográficas como fator de competitividade e sustentabilidade para arranjos produtivos locais: o caso da IG da Costa Negra no Ceará. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 50., 2012, Vitória. **Anais...** Vitória: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2012.

THAINES, A. H.; MELEU, M. Indicação geográfica como instrumento de desenvolvimento: um estudo de caso no Vale dos Vinhedos/RS. In: ASSAFIM, J. M. de L.; MORO, M. C. F. (org.). **Propriedade intelectual**. Florianópolis: Funjab, p. 214-234. 2013.

VALENTE, M. E. R. et al. O processo de reconhecimento das Indicações Geográficas de Alimentos e Bebidas Brasileiras: Regulamento de Uso, Delimitação da Área e Diferenciação do Produto. **Ciência Rural**, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável**: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território um estudo de caso em Urussanga, SC. Dissertação (Mestrado em Agrossistemas). Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, p. 166. Santa Catarina, 2008.

VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, K. L. **Indicação geográfica, signos coletivos e desenvolvimento**. São Paulo: IBPI, 2015.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe. **Revista Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 327-329, 2012.

VIEIRA, A. C. P. et al. Desenvolvimento regional e indicações geográficas de café no Brasil: perspectivas pós-registro. In: VIEIRA, A. C. P. et al. (org.). **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local/Regional**. Erechim: Deviant, p. 169-198, 2019.

WILKINSON, J.; CERDAN, C.; DORIGON, C. Geographical Indications and “origin” product in Brazil: the interplay of institutions and networks. **World Development**, v. 98, p. 82-92, 2017.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.