

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

GEOVANNA GOMES DA SILVA

**UM ESTUDO SOBRE AS POTENCIALIDADES DO QUEIJO PURUNGO
DE PALMEIRA/PR PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA (INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA)**

PONTA GROSSA

2022

GEOVANNA GOMES DA SILVA

**UM ESTUDO SOBRE AS POTENCIALIDADES DO QUEIJO PURUNGO
DE PALMEIRA/PR PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA (INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA)**

Dissertação apresentada para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Área de concentração: Cidadania e Políticas Públicas. Linha de Pesquisa: Estado, Direito e Políticas Públicas.

Orientadora: Prof. Dra. Mirna de Lima Medeiros
Coorientação: Prof. Dra. Augusta Pelinski
Raiher

PONTA GROSSA

2022

S586 Silva, Geovanna Gomes da
Um estudo sobre as potencialidades do Queijo Purungo de Palmeira-PR para
implantação de uma indicação geográfica (indicação de procedência) /
Geovanna Gomes da Silva. Ponta Grossa, 2022.
105 f.

Dissertação (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas - Área de
Concentração: Cidadania e Políticas Públicas), Universidade Estadual de Ponta
Grossa.

Orientadora: Profa. Dra. Mirna de Lima Medeiros.
Coorientadora: Profa. Dra. Augusta Pelinski Raiher.

1. Indicação geográfica. 2. Políticas públicas. 3. Desenvolvimento Territorial.
4. Queijo purungo. 5. Palmeira-pr. I. Medeiros, Mirna de Lima. II. Raiher, Augusta
Pelinski. III. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Cidadania e Políticas
Públicas. IV.T.

CDD: 338.9

TERMO DE APROVAÇÃO

GEOVANNA GOMES DA SILVA

“Um estudo sobre as potencialidades do queijo purungo de Palmeira/PR para implantação de uma indicação geográfica (indicação de procedência)”.

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Ponta Grossa, 20 de dezembro de 2022.

Assinatura pelos membros da Banca



Prof^a. Dra. Mirna de Lima Medeiros - UEPG-PR - Presidente

Prof. Dr. Vander Valduga - UFPR-PR - Membro Externo

Prof. Dr. Luan Carlos Santos Silva - UFGD-MS - Membro Externo

Prof^a. Dra. Cláudia Souza Passador - FEARP/USP-SP - Suplente Externo

Prof^a. Dra. Sandra Maria Scheffer - UEPG-PR - Suplente Interno

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço à Deus, por conduzir a minha vida e me permitiu chegar até aqui.

Agradeço à minha orientadora Professora Doutora Mirna de Lima Medeiros, por toda a confiança, paciência, carinho, dedicação e orientação exemplar pautada por um elevado e rigoroso nível científico, os quais contribuíram para enriquecer todas as etapas da pesquisa realizada.

Agradecimento especial à minha coorientadora Professora Doutora Augusta Pelinski Raiher por dispor do seu tempo para coordenar a presente pesquisa, apresentando os apontamentos necessários para a realização da melhor forma possível dos resultados do trabalho.

Aos membros da banca examinadora, Professor Doutor Luan Carlos Santos Silva e Professor Doutor Vander Valduga, que tão gentilmente aceitaram participar e colaborar com esta dissertação.

Ao meu companheiro de vida, tanto amorosa quanto acadêmica, João Maria de Goes Junior. Obrigada por permanecer ao meu lado e por ser o meu primeiro incentivador a ingressar nesta caminhada.

À minha família, em especial aos meus pais que me guiaram pelos caminhos dos estudos. Obrigada por acreditarem no meu sonho e sempre me motivar a seguir em frente.

Aos meus colegas do mestrado pelos desafios enfrentados em concretizar uma pesquisa em tempos difíceis como foram entre os anos de 2020 a 2022 em face a pandemia da COVID-19. Em especial a Monique Krubniki, que de colega, se tornou uma grande amiga e sócia, assim como minha amiga Bruna L. Ribeiro do Vale por todo o apoio desde o tempo em que trabalhamos juntas e sonhávamos com grandes conquistas como esta.

À Universidade Estadual de Ponta Grossa, que me oportunizou realizar este mestrado, estendendo os agradecimentos ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas (PPGCSA).

E por fim, à todos que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

“Sem sonhos, a vida não tem brilho. Sem metas, os sonhos não têm alicerces. Sem prioridades, os sonhos não se tornam reais. Sonhe, trace metas, estabeleça prioridades e corra riscos para executar seus sonhos. Melhor é errar por tentar do que errar por se omitir! Não tenha medo dos tropeços da jornada. Não se esqueça de que você, ainda que incompleto, foi o maior aventureiro da história”. (Augusto Cury)

RESUMO

As indicações geográficas (IGs) estão crescendo no país com o intuito de promover e proteger produtos com características ou fama decorrente do território de origem. As IGs contribuem para o desenvolvimento territorial a partir do processo de reconhecimento, sustentando na potencialização dos recursos ativos (materiais e imateriais) existentes no local, a dinâmica socioeconômica e a melhoria na qualidade de vida da região. O objetivo desse estudo foi analisar as potencialidades da implementação de uma indicação de procedência do queijo purungo na região de Palmeira/PR. Para tanto optou-se por realizar uma pesquisa exploratório-descritiva de viés qualitativo. A coleta de dados se deu por meio da análise documental, buscando a verificação da notoriedade do produto, e também a aplicação de entrevistas guiadas por roteiro semiestruturado com perguntas adaptadas da proposta da “Estrela de Valor” com 3 (três) produtores de queijo. Optou-se por utilizar os procedimentos da metodologia de análise de conteúdo assim como a triangulação de dados. Concluiu-se com a pesquisa que, o medo e a falta de articulação entre os produtores de queijo, assim como a ausência de uma associação/cooperativa prejudica o processo de reconhecimento da IG no município de Palmeira. Foi também observado ausência de apoio efetivo do governo local na criação de políticas públicas focadas no incentivo para produção e comercialização do queijo purungo. Por outro lado, por meio da análise documental foi possível encontrar dados históricos e culturais que comprovaram a notoriedade do objeto de estudo, o que por si só não são suficientes.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Políticas Públicas; Desenvolvimento Territorial; Queijo Purungo; Palmeira-PR.

ABSTRACT

Geographical indications (GIs) are growing in the country in order to promote and protect products with characteristics or fame arising from the territory of origin . The GIs contribute to territorial development based on the recognition process, supporting the potentialization of active resources (material and immaterial) existing in the place, the socioeconomic dynamics and the improvement in the quality of life in the region. The objective of this study was to analyze the potential of implementing an indication of origin of purungo cheese in the region of Palmeira/PR. For that, it was decided to carry out an exploratory-descriptive research with a qualitative bias. Data collection took place through document analysis, seeking to verify the product's notoriety, and also the application of interviews guided by a semi-structured script with questions adapted from the "Estrela de Valor" proposal with 3 (three) cheese producers. It was decided to use the procedures of the content analysis methodology as well as data triangulation. It was concluded from the research that fear and lack of articulation between cheese producers, as well as the absence of an association/cooperative affect the GI recognition process in the municipality of Palmeira. There was also a lack of effective support from the local government in creating public policies focused on encouraging the production and marketing of purungo cheese. On the other hand, through document analysis it was possible to find historical and cultural data that proved the notoriety of the object of study, which in itself is not enough.

KEYWORDS: Geographical Indication; Public policy; Territorial Development; Cheese Purungo; Palmeira-PR.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Queijos com Indicação Geográfica no Brasil	40
Quadro 2 - Dimensões para avaliação de produtos e serviços baseados na Estrela de Valor.....	43
Quadro 3 - Enquadramento dos objetivos com a forma de coleta e análise de dados.....	45
Quadro 4 – Descritores utilizados para a pesquisa.....	47
Quadro 5 - Reportagens publicadas sobre a notoriedade do queijo purungo.....	60
Quadro 6 – Dimensões para avaliação de produtos e serviços baseados na Estrela de Valor.....	74
Quadro 7 - Dimensões da Estrela de Valor x Notoriedade (reportagens publicadas).....	75

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Síntese do delineamento da pesquisa.....	17
Figura 2 - Diferenças entre IP e DO segundo a legislação brasileira.....	31
Figura 3 - Principais regiões do queijo artesanal no Brasil	39
Figura 4 – Fase da análise de conteúdo.....	52
Figura 5 – Localização de Palmeira no Estado do Paraná	54
Figura 6 – Roteiro do Tropeirismo – Palmeira/PR.....	56
Figura 7 – Queijo purungo	57
Figura 8 – Porongo	58
Figura 9 – Queijo purungo no mercado de Palmeira/PR.....	65
Figura 10: Queijo purungo no comércio fora de Palmeira/PR.....	66
Figura 11,12 e 13 – Rótulos dos estabelecimentos respondentes.....	70

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IG	Indicações Geográficas
IP	Indicação de Procedência
DO	Denominação de Origem
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
SIF	Serviço de Inspeção Federal
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
PR	Paraná
ANPOCS	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PIB	Programa Interno Bruto
CF	Constituição Federal
RPA	<i>re publica agustano-rum</i>
DOP	Denominação de Origem Protegida
CUP	Convenção da União de Paris
OMC	Organização Mundial do Comércio
TRIPS	<i>Trade Related Aspects of Intellectual Property</i>
LPI	Lei de Propriedade Intelectual
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
PNCEBT	Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e da Tuberculose Animal
APROCAN	Associação dos Produtores de Queijo Canastra
RTIQ	Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade de Origem Animal
ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
IDR	Instituto de Desenvolvimento Rural
NRS	Normas Brasileiras
SIM	Selo de Inspeção Municipal
SIF	Selo de Inspeção Federal
SUSAF	Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
Objetivo Geral	15
Objetivos Específicos	15
1 POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO	18
1.1 Políticas Públicas – Aspectos Conceituais	18
1.2 Evolução das Políticas Públicas no Brasil	20
1.3 Políticas Públicas e desenvolvimento da teoria de Amartya Sen	23
1.4 Desenvolvimento e liberdade	24
2 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IGs)	28
2.1 Conceitos e requisitos	28
2.2 IGs como Política Pública de Desenvolvimento	33
2.3 O segmento queijeiro Brasileiro	35
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	44
3.1 Tipologia da Pesquisa	44
3.2 Coleta e Análise de Dados	44
3.3 Revisão Teórica	45
3.4 Análise Documental	46
3.5 Entrevistas	48
3.6 Análise de conteúdo	51
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES: ANÁLISE DE CASO	54
4.1 Caracterização geral da região e do produto	54
4.2 Notoriedade do Purungo	59
4.3 Necessidade de Proteção do Purungo por meio de uma IG	66
4.4 Os atores locais envolvidos	67

4.5 A opinião dos produtores.....	68
4.6 Produção, comercialização e aspectos econômicos	68
4.7 Consumidor, cultura e sustentabilidade	71
CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS.....	82
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	96
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA	98
ANEXO A – APROVAÇÃO DO PROJETO NO COMITÊ DE ÉTICA	101
ANEXO B – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS	105

INTRODUÇÃO

As indicações geográficas (IG) surgiram de forma gradual no Brasil a partir da década de 90, quando produtores e consumidores passaram a perceber o diferencial que determinados produtos ou serviços apresentavam, incluindo características da região e não encontrados em produtos equivalentes em outros locais (PIMENTEL, 2014). O objetivo da concessão do registro de IG é a de promover a proteção (evitando fraudes ou falsificações assim como a concorrência desleal) e dar destaque à determinados produtos ou serviços (diferencial competitivo). Como consequência, se verifica uma melhora da economia, facilitação na comercialização e no acesso ao mercado interno e externo, melhoria na distribuição de renda, promoção do desenvolvimento regional e da produção local, aumento da consciência ambiental, valorização do território e dos produtos tradicionais, e ainda, preservação da cultura local (BRUCH, 2008; MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

A legislação vigente que trata dos conceitos de IGs no Brasil é baseada na Lei de Propriedade Intelectual (LPI) sob o nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996). Segundo a referida lei, as IGs se dividem em duas espécies no Brasil: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). A IP se refere ao nome do local ou região que se tornaram notórios pelo produto ou serviço. A DO se refere ao local, que passou a oferecer os produtos ou serviços, cuja qualidade ou característica são ligadas à sua origem geográfica e deve-se exclusivamente ao meio geográfico, levando em consideração os fatores como solo, clima, altitude e seres humanos (BRASIL, 1996; INPI, 2019).

No país, o órgão responsável por conceder os registros de IG aos produtos ou serviços é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Esse órgão foi criado em 1970, vinculado com o governo federal, que tem por objetivo principal garantir os direitos de propriedade intelectual.

Atualmente o Brasil conta com 100 registros de IGs brasileiras concedidos pelo INPI (número atualizado em dezembro de 2022), dos quais 5 (cinco) são de “queijos”. Sendo que 4 (quatro) deles do tipo indicação de procedência, que são: Queijo Minas Artesanal do Serro no estado de Minas Gerais, Queijo Canastra da região da Serra da Canastra no estado de Minas Gerais, Queijo Colônia Witmarsum no estado do Paraná e o Queijo do Marajó no estado do Pará. E 1 (um) deles da espécie de denominação de origem: Queijo Artesanal Serrano da região dos Campos

de Cima da Serra, divisa entre os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul (INPI, 2022).

Além dos queijos que receberam a concessão do registro de IG no Brasil, existem diferentes tipos que também são passíveis de reconhecimento. Os queijos brasileiros possuem tradição, história e cultura, além de sustentarem muitos produtores e incrementar a renda de muitas pessoas. A história do queijo no Brasil e no mundo demonstra que a variedade de diferentes tipos de queijo, desde a sua origem e matéria-prima, é justamente o resultado de contextos geográficos e modos de diferentes meios de produção (CHALITA et al., 2009).

Vários são os tipos de queijos produzidos no Brasil, porém existe um grande número de pequenos produtores e também de micro-indústrias de lactícios, que atuam fora do âmbito do Serviço de Inspeção Federal do Ministério da Agricultura – SIF. Essa produção informal acaba dificultando a obtenção de dados oficiais da produção total de queijos no Brasil (SEBRAE, 2008). Mesmo assim, é possível dizer que a indústria brasileira produz pelo menos 70 tipos diferentes de queijos. Entre os principais fatores na diferenciação entre os tipos de queijos está o tempo de maturação, quando eles ficam “envelhecendo” ou “curando” até atingir o ponto ideal (PRODUTOS FINOS, 2019).

Em meados do primeiro semestre de 2020, o Sebrae/Nacional realizou um levantamento de 110 regiões do país com o objetivo de verificar quais produtos possuem potencial para reconhecimento de IG.

Os critérios utilizados no diagnóstico foram focados nas evidências históricas assim como o vínculo das qualidades e características do produto com o meio geográfico inserido.

Nesse levantamento, o Paraná lidera com aproximadamente 15 novos produtos com possibilidade de reconhecimento, dentre eles, o “queijo purungo” da região de Palmeira/PR. O trabalho foi executado por equipe técnica especializada pelo Sebrae/PR em parceria com Sebrae Nacional que viabilizou a apresentação dos estudos (ASN Sebrae/PR).

Como uma maneira de fomentar o reconhecimento de IGs, em novembro de 2018 o Sebrae/PR fundou o “Fórum Origens Paraná” justamente para articular, planejar, coordenar e orientar a participação dos diferentes órgãos parceiros nas atividades necessárias ao desenvolvimento e implantação das indicações geográficas no estado. Dessa forma, o fórum apresenta 5 (cinco fases) para solicitar uma nova IG:

1ª fase é a lista de potenciais de IGs; 2ª aplicação do diagnóstico; 3ª processo de estruturação e operacionalização; 4ª protocolo perante o INPI e 5ª e última fase, gestão de controle, *branding* e novos mercados.

O queijo purungo foi incluído dentro de uma das regiões encontradas com potencial para se transformar em uma IG, o próximo passo foi a aplicação do diagnóstico da região, que contou com a aplicação de um questionário de autopreenchimento com a participação de dois produtores de queijos da região. Embora, teóricamente exista a aplicação das 2 (duas) fases do programa “Fórum Origens”, ainda faltam as próximas fases, assim como carece de outros estudos.

Diante do diagnóstico então apresentado, ficou evidente a falta de análise da notoriedade do produto, assim como dos atributos do queijo purungo ao longo do seu processo de formação de identidade dentro da região, bem como da organização de sua cadeia produtiva. Ainda, de acordo com o relatório, as evidências históricas, de notoriedade e técnico-científicas apontam para o favorecimento das potencialidades para reconhecer o nome geográfico de Palmeira para a produção do queijo purungo como uma IG. Foram 9 (nove) os critérios utilizados no diagnóstico para analisar as evidências históricas: produto, territorialidade, produção/cadeia produtiva, governança, identidade e senso de pertencimento, desempenho econômico, necessidade de proteção, pesquisa envolvida e visão de futuro.

Cabe destacar inclusive, que o diagnóstico sugeriu que o queijo fosse inserido na modalidade de Indicação de Procedência (IP). Dentre as questões apontadas acima, em conjunto, é preciso verificar como essa cadeia está estruturada através da organização dentro da região onde o queijo é produzido e comercializado.

Analisando a fundo o diagnóstico, percebe-se que o trabalho ainda carece de estudos complementares, com uma investigação aprofundada da notoriedade, assim como verificação da conjuntura local em termos de articulação entre produtores e possibilidade de destinação de recursos. Sabe-se também que a região possui mais produtores além daqueles que participaram do diagnóstico, o que faz necessário um mapeamento mais amplo para localizar e elencar esses produtores da região.

Nesse contexto, para o início do presente estudo, apresenta-se o seguinte problema: Há potencialidade para a implementação de uma indicação de procedência do queijo purungo da região de Palmeira/PR?

Com esse questionamento em mente, delineou-se os seguintes objetivos:

Objetivo Geral

O presente trabalho se propõe a analisar as potencialidades do queijo purungo para implementação de uma indicação geográfica.

Objetivos Específicos

- Caracterizar o queijo purungo e sua área produtora;
- Verificar a existência ou não da notoriedade do queijo purungo;
- Analisar a cadeia produtiva existente na região do queijo purungo com relação a potencial IG.

Dentro da análise das potencialidades, optou-se por evidenciar os aspectos que conferem notoriedade do queijo purungo através do mapeamento da estruturação, seus diferenciais qualitativos, assim como suas contribuições para o desenvolvimento sócioeconômico da região. Para auxiliar na aplicação dos questionários que serviram de base para as entrevistas, optou-se para o estudo, a proposta da autora (Lia Krucken, 2009) com a aplicação do método da “Estrela de Valor” que avalia produtos e serviços a partir da qualidade. O método apresenta 6 (seis) dimensões, que para o estudo foram adaptadas na construção do questionário.

A proposta do estudo aqui apresentada é considerada relevante ao passo que se propõe a debater um tema de interesse político, social e econômico. A IG pode proporcionar o desenvolvimento socioeconômico da região, a valorização do patrimônio cultural e incremento do Turismo (GEBRIM, 2011). Além disso, os produtores são os maiores beneficiários através da valorização do espaço de produção e produtos comercializados, proteção do nome geográfico em relação a outros produtores não vinculados à área de produção delimitada, preservação de particularidade de produtos regionais, estímulo na melhoria qualitativa dos produtos devido aos controles de produção ou elaboração de investimentos no local de produção (SILVEIRA; VARGAS, 2007).

Todas essas possibilidades apresentadas podem decorrer, segundo a teoria de Amartya Sen, do desenvolvimento ligado a liberdade. Esse desenvolvimento diz respeito de deixar de focar no desenvolvimento econômico e passar por uma análise de desenvolvimento como expansão das liberdades. As ideias do autor servem como

estrutura teórica para criação e manutenção de políticas públicas de desenvolvimento das IGs, através da participação social e fortalecimento da cidadania.

O estudo está alinhado ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas, na linha: “Estado, Direito e Políticas Públicas”, uma vez que teve por base o pressuposto de que as IGs, enquanto políticas públicas, podem servir ao desenvolvimento como liberdade, conforme a teoria de Amartya Sen. Acredita-se que a utilização do estudo possa gerar apontamentos com relação aos pontos positivos e negativos em relação a aplicabilidade da política pública no contexto em questão.

A relevância do tema no campo acadêmico e especificamente na área de ciências sociais aplicadas se dá pelo enriquecimento dos debates e apontamentos para futuras pesquisas, tendo em vista que não há trabalhos científicos focados no objeto de estudo e na região apontada. Especificamente no objeto de estudo, acredita-se que auxiliará para as discussões e aspectos pertencentes a valorização do produto e reconhecimento da indicação geográfica para a região.

O recorte espacial, inicialmente, foi a região de Palmeira localizada nos Campos Gerais do Paraná, a qual vincula a área de abrangência da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Destaca-se que a região de uma indicação geográfica não necessariamente corresponde ao limite de um município e durante a investigação foi constatado que existem produtores em diferentes localidades próximas, tais como nos municípios de Carambeí, Pitanga, Ponta Grossa, Porto Amazonas e Prudentópolis.

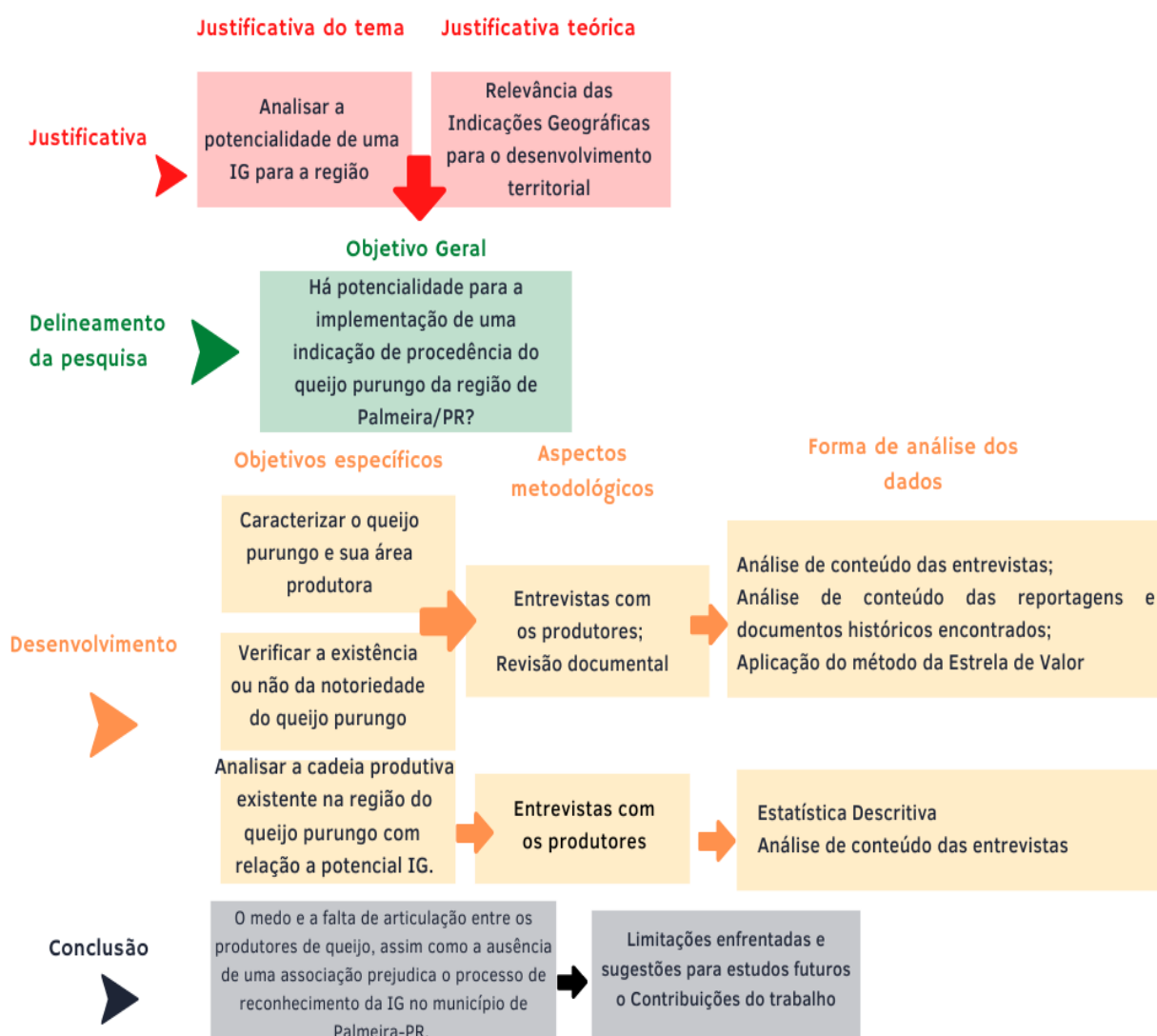
Para facilitar a compreensão, optou-se por dividir o trabalho em 4 (quatro) capítulos da seguinte maneira: no primeiro capítulo apresentamos os conceitos sobre as Políticas Públicas e sua evolução no Brasil, assim como a abordagem do desenvolvimento na ótica de Amartya Sen. Na sequência, apresentamos o estudo sobre o método “Estrela de Valor” da autora Lia Krucken que visa a aplicação de 6 (seis) dimensões que foram adaptadas em forma de perguntas que constituem o questionário aplicado aos produtores de queijos. Já no segundo capítulo trouxemos as indicações geográficas (IG) apresentando conceitos, características, assim como as legislações vigentes. Nesse mesmo capítulo, abordamos as IGs como forma de Políticas Públicas de desenvolvimento. No terceiro capítulo discorreremos os métodos de pesquisa utilizados, análise documental e de conteúdo assim como a aplicação das entrevistas e suas interpretações.

Por fim, no quarto e último capítulo apresentamos os resultados e discussões,

analisando o caso, contemplando a caracterização da região e do produto e a observação da notoriedade a partir do compilamento de documentos categorizados no estudo, incluindo a coleta de dados através das entrevistas semiestruturadas e apresentando a análise de conteúdo.

Para melhor compreensão, elaboramos um roteiro com as divisões do trabalho e melhor compreensão na figura abaixo:

Figura 1 – Síntese do delineamento da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2023).

1 POLÍTICAS PÚBLICAS E DESENVOLVIMENTO

Este capítulo tem por objetivo trazer reflexões sobre os aspectos conceituais que norteiam a trajetória teórica do processo de construção desta pesquisa. Especificamente neste primeiro tópico são realizadas discussões sobre o conceito de políticas públicas de maneira ampla. Após, descreve-se brevemente o percurso que as políticas públicas fizeram no Brasil, assim como os principais conceitos e características. E para o fechamento deste capítulo, optou-se por expor a política pública vista como forma de desenvolvimento local na perspectiva da teoria de Amartya Sen através da liberdade do indivíduo.

1.1 Políticas Públicas – Aspectos Conceituais

Não existe um único conceito para o tema, que possui definições variadas, inclusive por serem abordadas por diversas áreas de conhecimento. Para este estudo, no entanto, consideramos políticas públicas como forma de ação do governo para o desenvolvimento das IGs.

Estudos no campo de política compreende uma gama muito ampla da ciência política que se originou nos Estados Unidos na década de 50, tornando-se necessário delimitar um recorte sob a ótica que será efetuada (SCHUBERT, 1991 *apud* FARAH, 2016). As várias interpretações que procuram descrever o termo “políticas públicas”, vem desde a origem das *policy sciences* nos estudos de Harold Lasswell (1951), que acaba por chegar a um consenso da definição proposta por Thomas Dye (1975), que descreve as políticas públicas como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer” (DYE, 1975).

As políticas públicas são a totalidade de ações, metas e planos que os governos traçam para alcançar o bem-estar da sociedade em geral (LOPES; AMARAL, 2008). O estudo acerca do desenvolvimento de políticas públicas, como disciplina no campo acadêmico, surgiu nos Estados Unidos através de ações governamentais, fazendo com que se rompesse a tradição europeia com relação aos estudos. Os principais fundadores da área são os autores: H. Laswell, H.Simon, C.Londblom e D.Easton por trazerem as concepções e conceitos fundamentais para a evolução dos estudos de maneira sistemática no campo acadêmico (SOUZA, 2006).

De acordo com a observação teórica e conceitual, as políticas públicas se

situam dentro dos campos multidisciplinares, orientados a analisar as políticas públicas e seus processos para se construir um embasamento teórico geral, com objetivos de juntar teorias diferentes no campo de ciências sociais assim como de ciência econômica (SOUZA, 2006).

São procedimentos que norteiam a relação entre o poder público e a sociedade. Traduzem, no seu processo de elaboração e implantação e, sobretudo, em seus resultados, formas de exercício do poder político, envolvendo a distribuição e redistribuição de poder, o papel do conflito social nos processos de decisão e a repartição de custos e benefícios sociais.

Outros autores definem o conceito de política pública da seguinte maneira: (Mead, 1995) define como um campo dentro do estudo da política que analisa o governo à luz de grandes questões públicas e (Lynn, 1980) como um conjunto de ações do governo que irão produzir efeitos específicos. Já (Peters, 1986) segue o mesmo viés: política pública é a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação e que influenciam a vida dos cidadãos. (Dye, 1984) sintetiza a definição de política pública como “o que o governo escolhe fazer ou não fazer”. No entanto, a definição mais conhecida continua sendo a de Laswell, ou seja, decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz (SOUZA, 2006).

A área de políticas públicas é percorrida por uma variedade de disciplinas e instituições ligadas a execução, incluindo diversos fatores, necessidades e pessoas (TREVISAN; BELLEN, 2012). Dessa forma, para entender e analisar por quais motivos certas políticas públicas são aplicadas, bem como seus resultados e consequências, é que passamos a compreender sobre a sociedade na qual estamos inseridos e possibilita entender, se de fato, estão atingindo sua proposta (RODRIGUES, 2010).

O que se percebe no campo de políticas públicas é justamente que o governo possibilite condições e possibilidades aos cidadãos de se desenvolverem como uma sociedade. Essas possibilidades se transformam em direitos, tais como: educação, saúde, cultura, lazer, participação política, liberdade de troca, liberdade de expressão que se encontram como forma de lei no art. 5º da Constituição Federal (BRASIL, 1988).

Quando o governo se propõe a apresentar um plano de aplicação de políticas públicas, ele necessariamente precisa da criação e manutenção das mesmas. Mais que isso, na perspectiva de Amartya Sen, os cidadãos devem assumir a

responsabilidade no desenvolvimento e mudança do mundo onde estão inseridos. Sen percebe no indivíduo o poder de ser um agente do desenvolvimento, que o faz através de suas capacidades, fortalecidas justamente por meio de políticas públicas (SEN, 2000).

Na seção seguinte, apresentaremos conceitos e características sobre as políticas públicas, especificamente no Brasil, através de um resgate histórico, bem como a análise das políticas públicas sob a ótica do desenvolvimento como liberdade da teoria de Amartya Sen.

1.2 Evolução das Políticas Públicas no Brasil

Para o desenvolvimento dessa seção, foram utilizados os conceitos específicos de políticas públicas e como elas se desenvolvem no país. Sob um olhar interdisciplinar, existem diferentes dimensões sobre a conceituação de política pública no Brasil, o que nos remete aos conceitos basilares nas áreas de Administração, Direito e Sociologia. Podemos compreender que política pública é uma área multidisciplinar, desencadeando na busca por sintetizar teorias estabelecidas nessas diferentes áreas.

O conceito de política pública na área da administração pode ser definido como um conjunto de normas que decorrem de um ou mais atores, que apresentam um plano de ação ou até mesmo de meios necessários para a execução dos seus objetivos (DAL BOSCO, 2007). Para a área do direito, o conceito de política pública é apresentado como forma de confirmação e concretização dos direitos fundamentais, em especial dos direitos sociais, por parte do Estado (PEREIRA, 2009).

Vários são os autores nacionais como (Melo, 1999; Faria, 2003), (Souza, 2007 e (Farah, 2011), que demonstram que as políticas públicas surgiram primeiramente como uma subárea da ciência política nos Estados Unidos onde os estudos se concentravam na análise sobre o Estado e que avançou para fins de estudos e organização em relação ao Brasil.

Tanto é assim que a autora (Celina Souza, 2007) afirma que a política pública advém do campo acadêmico em forma de disciplina nos EUA, modificando um pouco as etapas seguidas pela Europa, mas se concentrando na análise do Estado, suas instituições, do que na construção dos governos.

As políticas públicas chegaram nos países em desenvolvimento, em especial,

nos países da América Latina, para orientar a promoção do desenvolvimento econômico e promover a inclusão social (SOUZA, 2003).

A origem colonial e o modelo de economia agroexportador, escravista e latifundiário contribuíram para um quadro histórico onde a concentração de renda e com grande população vivendo abaixo da linha da pobreza fez-se presente no passado. As primeiras políticas públicas no Brasil surgiram a partir de 1930 que beneficiava um grupo social que possuía vínculo formal de emprego (FURTADO, 2001).

As políticas públicas atravessaram uma grande mudança no período de transição do cenário do autoritarismo para o regime democrático, entre o final da década de 1970 e a primeira metade de 1980. Nesse mesmo momento surgia o processo de institucionalização das ciências sociais, como a criação do sistema de pós-graduação e a fundação da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS) em 1977 (HOCHMAN, 2007).

O reconhecimento do polo da política, no caso brasileiro, foi estimulado pelos desafios pós-democratização e pelas questões derivadas das transformações do Estado e da sociedade. Os estudos sobre políticas públicas em particular refletem, por sua vez, uma demanda por reflexão sobre as “novas políticas públicas”, de âmbito federal, mas também, crescentemente, de âmbito local. A descentralização após a Constituição Federal de 1988, trouxe consigo enormes desafios de formulação e de gestão de políticas públicas em âmbito local, desafios estes que acabaram se refletindo na agenda de pesquisa e de estudos no campo da administração pública (FARAH, 2011).

O papel do Estado foi se modificando ao longo do tempo frente as demandas da sociedade brasileira, e isso está ligado a sua forma de atuação delimitada por modelos históricos construídos. Essa delimitação se deve ao fato de como as influências do estado brasileiro se constituíram na história, através das gestões atuais com base em modelos de outros países (MEDEIROS, 2015).

Com o fim da ditadura militar e redemocratização, houve um crescimento da participação popular e sua institucionalização, aliados aos princípios da Reforma do Estado em 1995, que foi essencial para a formação do campo de políticas públicas (BRASIL, CAPELLA, 2015).

Relembrando resumidamente os princípios da reforma, o ponto inicial era referir o papel e função do Estado. Ao contrário do que se aplicava nas décadas de

70 e 80 com o Estado no poder centralizado, a Reforma de 1990 apresentava um modelo em que o Estado não seria capaz de dominar conflitos sociais de um país, com dimensões continentais e desigualdades sociais e econômicas (BRASIL, CAPELLA, 2015).

O fortalecimento da ideia de democracia e cidadania precisavam ser fortalecidas na base, e a forma de se fazer isso estava ligada a relação entre Estado e sociedade. Outra característica foi a descentralização do poder do Estado, que passou a dar maior autonomia aos estados e municípios. O ponto principal nesse período, foi a gestão das políticas públicas, com a formulação e implementação das políticas, onde a administração pública passou por um reordenamento interno, quanto as relações sociedade/Estado (BRASIL, CAPELLA, 2015).

Essa citação confirma como a reforma do Estado foi fundamental para o surgimento e formação do campo de políticas públicas. Com isso, as modificações ocorridas no Brasil após 1988 colocou enfoque na área de políticas públicas, principalmente sobre às questões de centralização e descentralização e nas propostas de reforma do Estado (ARRETCHE, 2003). Nos anos 90, o processo da reforma também influenciou as pesquisas de campo que, deixando a dimensão mais imediata dos debates relacionados à crise, passaram a se dedicar ao estudo da capacidade de governo, práticas de gestão (do governo federal e também das inúmeras experiências inovadoras no plano local).

Já nos anos 2000, as diversas políticas públicas, com destaque para as políticas sociais e também a temática da participação, foram objetos de estudos nas mais diversas áreas, inclusive no aspecto de direitos fundamentais e sociais por parte do Estado (PEREIRA, 2009).

A abordagem que Sen faz sobre as políticas públicas, está na importância das pessoas e na necessidade de ter as condições para o desenvolvimento das suas capacidades de agir como fatores ativos na atuação do estado que, como organizador, promove as políticas públicas de combate às desigualdades e demais ações, que visem o bem comum e equidade social (SEN, 2000).

Para continuarmos discorrendo sobre o assunto, passaremos a análise de como as políticas públicas influenciam no desenvolvimento de uma determinada região, com base nos estudos da teoria de Amartya Sen.

1.3 Políticas Públicas e desenvolvimento da teoria de Amartya Sen

Para adentrar na teoria de Sen, será necessário abordar os conceitos de desenvolvimento e sua evolução, assim como as contribuições das políticas públicas dentro do desenvolvimento como liberdade baseado na referida teoria.

Inicialmente o termo desenvolvimento surgiu na década de 40, em um cenário pós-guerra no continente europeu com o objetivo de reconstruir os países que foram devastados. Vários desses países enfrentaram um atraso social e econômico, principalmente com problemas relacionados a agricultura, estrutura fundiária, condições precárias para o comércio, desemprego crônico e a necessidade de um Estado focado na retomada rápida do desenvolvimento (SAES; TRENTINI, 2009).

Técnicamente para fins de estudos, o termo desenvolvimento surgiu nas ciências sociais contemporâneas e ao longo do tempo foi sendo modificado, após a segunda guerra mundial (ABRAMOVAY, 2007). Na década de 80, entendia-se que desenvolvimento era sinônimo de crescimento econômico, a partir daí dada a europa devastada, passou a se ter uma visão mais ampla acerca do que é desenvolvimento, com a ideia de bem-estar-social (SAES; TRENTINI, 2009).

O conceito relacionado ao desenvolvimento até os anos de 1950 estava muito mais associado ao crescimento do produto nacional bruto (PIB), aumento de rendas, modernização social e industrialização (SEN, 2000). Essas variáveis eram ligadas à eficiência econômica, representando a análise do desenvolvimento por meio da leitura desses dados, compreendendo de forma restrita ao debate público pelos meios de comunicação de massa.

Por muito tempo o conceito de desenvolvimento esteve ligado justamente ao progresso econômico e tecnológico, o que somente foi se modificando a partir da década de 90, quando passou a acrescentar os adjetivos humano e sustentável, incorporando ao conceito em um conjunto de finalidades sociais, unificados através do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), (DEMO, 1995).

A ideia de desenvolvimento que optou-se por abordar nessa seção, se refere ao desenvolvimento das capacidades humanas e da qualidade de vida.

O modelo adotado por Sen sobre desenvolvimento está relacionado com inúmeros fatores que afetam diretamente as condições de vida de uma sociedade, dentre eles: a realização pessoal, integração social, participação no poder de decisão dentro da política e modos de produção de bens. Essa visão de desenvolvimento é

focada em interesses econômicos, culturais, nas condições de vida da população, no funcionamento das instituições sociais e na disponibilidade dos recursos naturais e ambientais (SEN, 2000).

Sob a perspectiva de Sen, as políticas públicas possuem como objetivo principal a contribuição no processo de desenvolvimento social, que não somente prioriza o crescimento econômico e bem-estar material, mas também, integra a economia, tecnologia, o progresso, os mercados e outros atores que possibilitam as condições para expansão da liberdade de escolha dos indivíduos (SEN, 2000).

No Brasil, a partir desse século foi quando o país passou a reconhecer a importância de implementação de políticas públicas voltadas para a promoção do desenvolvimento no aspecto social com diretrizes de inclusão (CASTRO; OLIVEIRA, 2014). Com base nisso, foi que a Constituição Federal (CF) de 1988, trouxe dentre os princípios fundamentais, a promoção do desenvolvimento nacional e a preocupação com as desigualdades sociais, como objetivos fundamentais.

Amartya Sen busca analisar dentro do desenvolvimento, que o crescimento econômico não pode ser considerado como um fim em si mesmo, mas sim na questão da melhoria das condições de vida dos indivíduos e com o fortalecimento de suas liberdades, sendo que estas ocupam lugar central e de destaque em toda a perspectiva de sua teoria.

O autor propõe centralizar a sua teoria em dois aspectos: 1º) a importância e relevância relacionadas ao preparo social no aspecto econômico das nações; e 2º) a mesma importância e relevância das liberdades políticas sobre este mesmo desempenho. Em outras palavras, o autor se baseia no impacto que as questões sociais geram sobre a liberdade de cada indivíduo, se referindo ao desenvolvimento humano como papel transformador das capacidades para o exercício da autonomia e da liberdade.

Nessa seção, abordamos a teoria de Amartya Sen e como as políticas públicas são vistas como fomento ao desenvolvimento. Cabe agora na próxima seção, analisar o desenvolvimento como liberdade seguindo no mirante proposto por Sen.

1.4 Desenvolvimento e liberdade

Especificamente, apresentaremos a perspectiva de forma mais aprofundada em relação ao desenvolvimento e liberdade, que na visão de Sen, não podem ser

analisados em separado, tendo em vista que o desenvolvimento não acontece sem a liberdade.

A participação social e o fortalecimento da cidadania, servem como estrutura para o surgimento de políticas públicas de desenvolvimento, ou seja, não basta que o Estado se responsabilize de maneira isolada para a promoção, mas sim que os cidadãos assumam a responsabilidade de promover o desenvolvimento e as mudanças que se esperam (SEN, 2000). Para o autor, o indivíduo é visto como o agente de desenvolvimento, que o faz através de suas capacidades, as quais podem ser fortalecidas por meio de políticas públicas adequadas, até mesmo porque, a capacidade do indivíduo está em equilibrar o papel do governo e de outras instituições políticas e sociais (SEN, 2000).

Para o autor, só existirá liberdade quando existir o desenvolvimento ligado às condições e possibilidades que são oferecidas aos cidadãos, sejam elas: educação, saúde, cultura, lazer, participação política, liberdade de troca e liberdade de expressão.

Além disso, as políticas públicas podem ser mais eficientes com planejamento específico de acordo com as características de cada localidade, procurando entender o público alvo, procurando incentivar e desenvolver atividades que visem estimular o desenvolvimento local (MARQUES, 2010).

Amartya Sen é um dos responsáveis pela quebra dessa forma de análise do desenvolvimento, e propõe de forma inovadora ampliar o estudo sobre o desenvolvimento. Desse modo, a industrialização, o progresso tecnológico e a modernização social podem contribuir como formas de expansão das liberdades humanas (SEN 2000). Porém, o simples aumento do PIB, pode apresentar apenas a acumulação de riquezas de setores específicos, o que não significa mudanças reais ligadas ao aspecto social de um país.

Quando se discorre sobre o processo de desenvolvimento, estamos tratando sobre às garantias de liberdade que proporcionem o progresso social, cultural, democrático para determinada região e aos moradores que lá habitam. Esse desenvolvimento está ligado ao poder de decisão e ações mediante ideais traçados para progresso e oportunidade disponibilizada as pessoas, como forma de conceder liberdade individual e social. A liberdade está ligada a oportunidade de se fazer escolhas aliadas com a capacidade de se desenvolver enquanto pessoa e sociedade (SEN, 2010).

A liberdade é valiosa por pelo menos duas razões diferentes: 1ª) mais liberdade nos dá mais oportunidade de buscarmos novos objetivos e tudo aquilo que valorizamos. Ela auxilia, por exemplo, em nossa aptidão para decidir viver como gostaríamos e para promover os fins que quisermos avançar; e 2ª) podemos atribuir importância ao próprio processo de escolha. Podemos, por exemplo, ter certeza de que não estamos sendo forçados a algo por causa de restrições impostas pelos outros (SEN, 2011).

Várias foram às lutas históricas para que pudessem hoje transformar o conceito de liberdade como forma de lei positivada e é por meio dela que o homem vive e transforma a sociedade como um todo através das lutas políticas. É através dessa liberdade que os homens se organizam para elaborar políticas públicas que vão auxiliar na melhoria do desenvolvimento da sociedade. Assim como a liberdade é compreendida para utilização por parte dos indivíduos para a satisfação das suas necessidades pessoais em sua vida particular, sem a interferência dos demais e principalmente do Estado (SEN, 2011).

Existem dois tipos de liberdade, uma delas negativa e outra positiva. O sentido da liberdade negativa, busca compreender qual é a área em que as pessoas conseguiriam a capacidade de fazer ou ser, sem que outras pessoas pudessem interferir. A liberdade negativa visa concretizar as atividades que os indivíduos realizem sem que exista qualquer tipo de coerção ou impedimento (GUSMÃO, 2011).

Por outro lado a liberdade positiva está ligada a ideia de controle ou até mesmo interferências que possam impedir muitas vezes que os indivíduos venham a realizar atos contrários ao que se entende por permissivos. Nesse sentido, é relevante analisarmos os papéis constitutivos e instrumentais da liberdade, pois o desenvolvimento nada mais é do que a garantia efetiva de ter o poder de escolha.

O desenvolvimento como liberdade apresentado por Amartya Sen contribui com o que diz respeito à economia, e principalmente com temas relacionados ao bem-estar humano, desenvolvimento social, direitos e capacidades humanas. Envolve, nesse sentido, oportunidades e processos. No primeiro aspecto, a oportunidade de realizar as coisas que o indivíduo tem razão para valorizar (SEN, 2011). E no segundo aspecto, a liberdade se refere aos processos de escolha de que o indivíduo quer e valoriza, devendo ser livre para tais escolhas, não sendo forçado ou restrito a nada (SEN, 2011).

O desenvolvimento busca incentivar os indivíduos a utilizarem do seu

potencial para produzir ideias, inovações nos aspectos econômicos, culturais e sociais que visem de certa forma a organização da sociedade sob o viés do progresso social. A renda deixa de ser um fim em si para constituir um meio para a conversão das condições individuais em capacidades e estas em oportunidades (SOUZA, 2011).

Ocorre que existem mecanismos que muitas vezes barram o progresso social, tais como (Sen, 2010) discorre: fomes coletivas que continuam ocorrendo a milhões de pessoas suprimindo a liberdade básica de sobreviver; dificuldade de acesso aos serviços de saúde; e, falta de saneamento básico e água tratada. Esses mecanismos atuam para que as pessoas continuem lutando contra problemas que já deveriam ter sido superados, logo elas não progridem.

Porém, o favorecimento do desenvolvimento se refere às melhorias na qualidade de vida e isso está ligado à esfera econômica. O conceito de desenvolvimento proposto por (Siedenberg, 2003) aponta que as experiências tem demonstrado amplamente que o verdadeiro desenvolvimento é principalmente um processo de ativação e canalização de formas sociais, do avanço, da capacidade associativa, do exercício da iniciativa e invenção. Nesse prisma, um dos objetivos da sociedade é tentar atingir o bem-estar-social, o que relativamente é desafiador na atualidade.

Para (Kertenetzky, 2012), o conceito de bem-estar-social é um Estado que provém de um conjunto de programas governamentais para assegurar o bem-estar dos cidadãos face às contingências da vida moderna, individualizada e industrializada. Nesse sentido, a partir do momento em que percebe as facilidades trazidas no campo da economia para as liberdades instrumentais, é garantido conseqüentemente o conjunto social de acesso ao que se pode nominar como “intitlamento” econômico, porque é a partir desse momento que será possível verificar as capacitações efetivas que os indivíduos possuem.

Sintetizando esse capítulo, apresentamos o papel das políticas públicas no desenvolvimento dos indivíduos a partir do seu próprio reconhecimento de que são fatores de mudanças na sociedade. No próximo capítulo, afinando um pouco mais para os objetivos diretos da pesquisa, apresentaremos o conceito de IGs, suas características e sua importância perante a sociedade.

2 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IGs)

2.1 Conceitos e requisitos

O termo indicações geográficas surgiu na Europa há mais de três séculos com o objetivo de proteger o uso indiscriminado do nome geográfico de produtos tradicionalmente reconhecidos pelas suas diferenciações em razão da qualidade. Inicialmente os primeiros produtos a serem protegidos foram entre os povos gregos e romanos, onde os produtos recebiam nomes das terras onde eram produzidos. No século IV a.c., a Grécia já possuía a produção de produtos vinculados à região, tais como os vinhos de Corinto e as amêndoas de Naxos, assim como também o famoso Mármore de Carrara, muito conhecido desde o Império Romano (BRASIL, 2020).

Naquela época havia uma perseguição de que esses produtos possuíam sinais distintivos uns dos outros, mas com um objetivo em comum, que era distinguir a origem (seja pelo território ou pessoal) do produto. Inclusive os Romanos na época criaram um sigla RPA – *res publica augustano-rum*, colocada nos vasos de barro que eram produzidos nos fornos do fisco romano (PIMENTEL, 2014).

Sabe-se que Portugal foi o primeiro país a instituir lei específica de proteção aos seus produtos, como o Vinho do Porto, por Sebastião José de Carvalho e Melo, conhecido como Marquês de Pombal na segunda metade do século XVIII (CASTRO; OLIVEIRA, 2014). O país sofria uma crise financeira, com a queda das exportações do vinho para a Inglaterra e ainda sentindo os efeitos do terremoto que devastou Lisboa, Marquês de Pombal, que na época era secretário de Estado do reino, resolveu usar o vinho do porto para reerguer Portugal e conseqüentemente conseguiu valorizar e proteger o produto local (ALMEIDA, 2010).

Naquela época, já havia a preocupação na proteção do produtos, até porque o vinho do porto passou a ter grande notoriedade, o que no entanto, fez com que outros vinhos utilizassem a denominação “Porto”. Contudo, Marquês de Pombal realizou diversas movimentações para proteger a nomenclatura do vinho do porto, reunindo os produtores, delimitando a área, definindo as características e regras de produção (PIMENTEL, 2014).

Logo após o vinho do porto ser registrado através de decreto local, criou-se a primeira denominação de origem protegida (DOP), que hoje é uma das espécies de IG que na medida que vamos avançando serão apresentadas, suas características e

como se reconhece uma DO.

Com o passar do tempo, os sinais distintivos começaram a sofrer diversas falsificações/cópias por conta do comércio internacional, alguns países na tentativa de frear essa questão, criaram legislações nacionais, como foi o caso da França. Consequentemente as legislações se mostraram frágeis em meio ao contexto histórico que se vivia e os países produtores, principalmente de vinhos, se reuniram para organizar um tratado internacional que abrangia a IG e também outros direitos de propriedade industrial (PIMENTEL, 2014).

De maneira universal a Convenção da União de Paris (CUP) que foi o primeiro acordo internacional relativo à propriedade intelectual, assinado em 1883, visou a proteção da propriedade industrial. Foi a primeira forma de combinar diferentes sistemas jurídicos existentes sobre a propriedade industrial, assimilado ao direito de propriedade. A convenção apresentou princípios fundamentais que deveriam ser respeitados, pois permitiu que demais países pudessem flexibilizar demais questões. Dentre os países signatários, o Brasil foi um dos países que originalmente assinou esse tratado, que sofreu ao longo dos anos modificações, tais como: (Bruxelas, 1900), (Washington, 1911), (Haia, 1925), (Londres, 1934), (Lisboa, 1958) e (Estocolmo, 1967) e atualmente conta com 173 (cento e setenta e três) países signatários (BARBOSA, 2005).

A atenção foi toda voltada para o foco na proteção das invenções, desenhos industriais, das marcas e também das indicações ou denominação de origem, repelindo a concorrência desleal (ASCENSÃO, 2002).

Os conceitos e proteções trazidos pela CUP restaram insuficientes para garantir a proteção internacional acerca das denominações geográficas, que necessitavam de algo mais específico. Todavia, a CUP serviu como base para o surgimento de dois acordos multilaterais importantes para a IG, tais como o acordo de Madri de 1891 e o acordo de Lisboa, em 1958 (BARBOSA, 2011).

Com os acontecimentos da primeira (1914-1918) e da segunda guerra mundial (1939-1945), os avanços nos assuntos relacionados as IGs paralizaram e somente foram retomados em 1958, quando a CUP novamente se reuniu com os países produtores para continuar aprimorando as regras de proteção. O que se percebeu é que não houveram avanços significativos, mas serviram de base para o acordo de Lisboa relativo à proteção das denominações de origem (DO), que de forma positiva definiu pela primeira vez a DO como sendo uma denominação geográfica de

um país. (PIMENTEL, 2014)

As alterações mais significativas para as indicações geográficas surgiram, com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1994 e com a assinatura do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual ao Comércio (ADPIC ou TRIPs), em sua sigla em inglês “*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*”.

Com o acordo da TRIPs, ocorreu a adequação entre os países participantes na proteção dos direitos da propriedade intelectual e estímulo ao comércio mundial, assinado em 12 de abril de 1994. A importância da TRIPs para a IG foi no sentido de proibir a utilização de qualquer meio de uma IG que não fosse produzida dentro do território de origem. Além disso, a TRIPs estabeleceu que os países membros atualizassem suas legislações internas de proteção à propriedade intelectual, harmonizando com os parâmetros mínimos ali estabelecidos.

Esse acordo foi o primeiro que trouxe de forma explícita, o conceito de indicação geográfica e sua proteção em seu artigo 22 (TRIPs, 1994).

Desde o sistema europeu de proteção ao nome de origem, que os conceitos sobre indicação geográfica servem de base para outros países, dentre eles o Brasil. E diante, das controvérsias nas legislações existentes, principalmente entre os países do sul e norte da Europa, buscava-se uma padronização em relação aos mecanismos de proteção das IGs (SYLVANDER et. al, 2005).

Sob forte influência do acordo TRIPs, surgiram no Brasil um conjunto de leis que visavam proteger praticamente as diversas áreas da propriedade intelectual, dentre elas cabe destacar a Lei nº 9.279, instituída em 14 de maio de 1996, que regula direitos e obrigações relativas à propriedade industrial, conhecida também como Lei de Propriedade Industrial (LPI).

No Brasil, a LPI nº 9.279/1996, traz no corpo do texto os conceitos basilares da IG assim como suas duas espécies denominadas, como: denominação de origem (DO) e indicação de procedência (IP), conforme artigos transcritos abaixo:

Art. 176. Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.

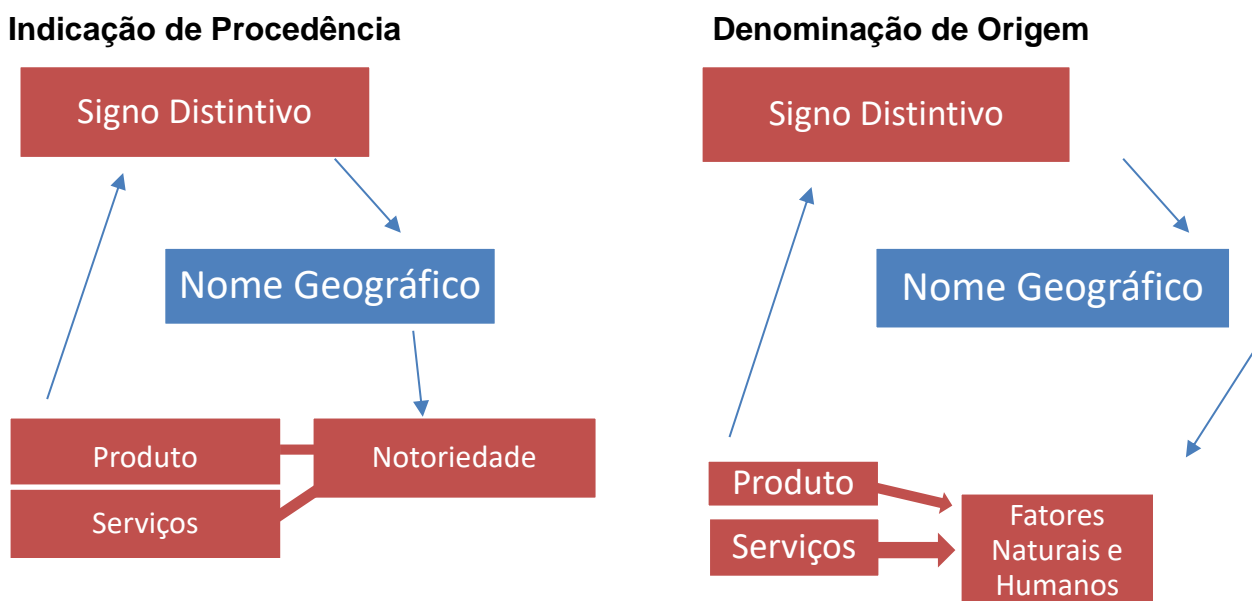
Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço

cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

Para ficar mais compreensível apresentamos a figura 01, aliada as características e diferenças que cada uma possui dentro do conceito amplo de IG.

Figura 2 – Diferenças entre IP e DO segundo a legislação brasileira



Fonte: BRUCH (2008)

É possível notar que a denominação de origem tem relação direta com as características do produto, incluindo fatores naturais e humanos, assim como as etapas (produção, transformação e elaboração) são realizadas na área delimitada. Em relação à indicação de procedência, o regulamento define a qualidade, reputação ou outra característica que seja atribuída à sua origem geográfica (BELAS, 2012).

No Brasil as legislações que regulam as IGs são baseadas no sistema da LPI, pela CUP e por alguns tratados internacionais como a TRIPS, tratado de cooperação em matéria de patentes, assim como os atos normativos e resoluções do Instituto da Propriedade Industrial (INPI) (COSTA, 2014).

Inclusive a LPI atribui ao INPI, no parágrafo único do art. 182, que o mesmo estabelecerá as condições de registros das IGs. Em contrapartida para apresentar as regras, o INPI publicou a Instrução Normativa nº 95, de 28 de dezembro de 2018, que visa apresentar as regras para se obter um registro de IG, assim como quem pode solicitar.

O artigo 7º da referida instrução normativa apresenta os requisitos para o pedido de registro de IG, dentre elas no caso de indicação de procedência, a inclusão de documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, assim como a delimitação geográfica (BRASIL, 2018).

Todas essas regras, decretos, leis, regulamentos e tratados apresentam uma certa preocupação com o passar dos anos tanto no aspecto de proteção, mas também como desdobramentos para outras áreas, tais como o desenvolvimento local, economia, liberdade dos produtores entre outras questões que apresentaremos ao longo dessa seção.

Como vimos, a IG representa produtos ou serviços com sinais distintivos que visam proteção pela razão da sua origem e diferenciação. A intenção é demonstrar ao mercado, principalmente ao consumidor, que aquele produto ou serviço é único com suas características e qualidades, assim como possui um diferencial, porque carrega consigo a origem geográfica do bem, assim como onde foi produzido (CERDAN; BRUCH; SILVA, 2010).

Existe a visão de que as IGs são utilizadas como estratégia para estímulo ou fortalecimento do desenvolvimento local. Embora a dimensão econômica - presente na agregação de valor aos produtos, aumento na produção, expansão de mercados, estímulo a atividades complementares - seja a mais destacada, existem outras dimensões que podem ser estimuladas a partir do reconhecimento de um produto com IG (PELLIN, 2016).

A partir do momento que o consumidor reconhece determinado signo distintivo, o mesmo adquire a consciência de que está com um produto diferenciado no mercado. Essa consciência está ligada a confiança que o consumidor passa a ter sobre aquele produto (BRUCH et. al, 2010).

O consumidor entende a proteção como forma de qualidade daquele produto, assim como há melhor aceitação no mercado, o tornando mais competitivo em relação aos concorrentes (PINTO; PAIXÃO, 2017).

Além disso, traz uma série de vantagens para aqueles que conseguem o reconhecimento da IG: agregação diferenciada de valor ao produto, organização produtiva e promoção turística e cultural da região, favorecimento ao desenvolvimento e valorização da região, proteção e reconhecimento por período indeterminado o uso exclusivo do nome na área delimitada (SEBRAE, 2018).

Primeiramente o processo de registro de IG se realiza pela soma dos atributos de reputação e qualidade aos produtos ou serviços que devem estar ligados à origem geográfica, assim como podem desencadear em novas experiências, capacidades, conhecimentos pelos próprios atores envolvidos na região (XIOMARA et. al, 2016).

Cabe destacar que diferentemente de outras marcas e patentes previsto na LPI, a indicação geográfica quando concedida permanece por tempo indeterminado. É inalienável, indivisível, não pode ser licenciada e deve estar vinculada a um espaço geográfico. Inclusive o artigo 182 da referida lei estabelece as condições de uso restrito aos produtores e prestadores de serviços do local (BRASIL, 1996).

O ideal da proteção jurídica é trazer benefícios através da concessão do registro de uma IG, tanto para produtores quanto para os consumidores, tendo em vista o sistema rigoroso da produção que o regulamento de uso apresenta, garantindo ao público final a qualidade e autenticidade da origem (TONIETTO, 1993).

Com o fim de compreender como uma política pública de desenvolvimento pode interferir de maneira positiva em uma IG, passaremos a tecer acerca dos motivos e circunstâncias que visam o impulsionamento socioeconômico da região.

2.2 IGs como Política Pública de Desenvolvimento

Como já vimos em tópico específico, as políticas públicas de desenvolvimento possuem foco principal nas questões sociais e econômicas permitindo que, com base na liberdade, as pessoas tenham o poder de direção para se autodesenvolver (SEN, 2000). Além disso, o conceito de IG vem se consolidando ao longo do tempo como instrumento de proteção e valorização de produtos locais. Estudos enfatizam o papel das IGs como instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, de proteção e promoção comercial de produtos tradicionais, como vantagens de impulsionamento do desenvolvimento local (DUPIM, 2015).

Ao encontro da visão de (Dupim, 2015); (Cerdan et. al, 2014) e (Vieira; Zilli; Bruch, 2017) a ideia de proteção para evitar falsificações de determinado produto ou serviço produzido em um região específica, traz consigo a valorização do local, dos aspectos culturais e tradicionais. Muito disso é por conta de o Brasil ser um país de culturas, costumes, biomas, relevos, climas e vegetações diferentes em cada região do país e isso faz com que exista uma série de produtos e serviços característicos de cada local onde é produzido/oferecido (INPI, 2015).

Todos esses fatores fizeram com que o governo federal nos últimos anos tenha voltado uma maior atenção, em razão do aumento significativo de pedidos de reconhecimento de IGs espalhadas pelo país. E mais além, percebeu que as consequências de conceder os registros são positivas. Primeiro, porque gera um potencial econômico favorável para a região e conseqüentemente gera reflexos positivos para o país como um todo, incentivando as exportações inclusive (PORTO, 2008).

Uma série de legislações ao longo do tempo foram sendo desenvolvidas conforme já apresentados no tópico anterior. Essa proteção pode ser vista como uma estratégia para o país, que possui potencial para produzir produtos com identidade própria capazes de ocupar espaços em mercados exigentes em termos de qualidade e identidade. Portanto, esse sistema de produção existente no Brasil, valoriza o perfil dos produtos e o vínculo deles com a região onde são produzidos (CALLIARI *et al*, 2007).

Inclusive além das legislações que regulam as IGs, existem órgãos governamentais que reconhecem as IGs como forma de política pública de desenvolvimento, como título de exemplo, a coordenação de incentivo de propriedade intelectual e tecnologia da agropecuária. A indicação geográfica como política pública para promoção do desenvolvimento, tem como objetivo gerar benefícios sociais, econômicos e culturais para determinada região (RODEGHERO, MULLER, BRUCH, 2015).

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BRASIL, 2021) elenca as principais vantagens de se reconhecer uma IG:

- a) Aumento do valor agregado aos produtos e da renda do produtor, assim como o fortalecimento da IG e identificação por parte do consumidor garantindo a qualidade e procedência certificada;
- b) Valorização e reconhecimento do território e preservação da identidade dos produtos, constituindo um patrimônio da região;
- c) Disponibilizar ao consumidor de condição favorável à identificação dos produtos pelas formas de produção;
- d) Facilitação na comercialização dos produtos e o acesso ao mercado por meio de identificação especial (IP ou DO);
- e) Facilitação do marketing por intermédio da IG, com vantagens em relação à promoção baseada em marcas comerciais, o que combate falsificações

e usurpações, favorecendo as exportações e protegendo os produtos da concorrência desleal.

Segundo (Mascarenhas; Wilkinson, 2013) as IGs podem ser utilizadas como forma de impulsionar o desenvolvimento rural de forma integrada facilitando a participação igualitária entre os atores envolvidos. E essa é uma forma essencial para constituição de uma IG, que precisa da união e esforços entre os atores locais, que em conjunto, atuam nas etapas de elaboração do regulamento de uso, delimitação da área geográfica e comprovação da notoriedade. (VALENTE *et. al*, 2013) Todas essas características fazem com que as IGs automaticamente cumpram o papel das políticas públicas de desenvolvimento da região.

Como vimos no primeiro capítulo, a teoria de Sen nos leva a conclusão que as IGs têm sido consideradas como indutoras de desenvolvimento de uma região, com a valorização dos recursos territoriais e possibilitando o surgimento de novos segmentos no mercado.

Nesse sentido, as IGs podem ser entendidas como uma política pública, pois segundo (Schmidt; Saes; Monteiro, 2014), se concretizam através de diretrizes, programas, projetos e atividades que tentem solucionar problemas e demandas da sociedade, com o apoio de diversas partes interessadas.

Ainda sobre IGs e desenvolvimento, de acordo com (Pellin; Vieira 2016) as IGs permitem que as regiões promovam seus produtos em prol da comunidade que vive ali, como uma estratégia para o desenvolvimento territorial, principalmente para produtos que possuem baixa escala de produção em razão dos métodos empregados.

Portanto, a implementação de uma IG em determinada região exige o esforço de todos os envolvidos, porque além de trazer uma indução ao desenvolvimento econômico, no qual se compreende a produção local, aumento da demanda, exportação do produto, aumento no valor agregado, geração de emprego e renda, faz com que exista um impacto econômico muito positivo (LOCATELLI, 2007).

Levando em consideração a importância das IGs para o desenvolvimento da região e também do país, optamos por apresentar de que forma se dá o segmento queijeiro no Brasil e sua importância.

2.3 O segmento queijeiro Brasileiro

O queijo é um alimento universal, encontrado em quase todas as partes do

mundo e pode ser classificado como fresco ou curado. Dentre uma grande variedade de queijos, o que vai diferenciá-los, entre outros elementos, é o leite, que serve como base essencial. Dentro do contexto da produção, as diferentes raças de gado existentes no mundo possuem diferentes tipos de leite, que irão definir o sabor do queijo. Contribuem também as variadas formas de produção, aliados aos fatores ambientais, como o clima e a geografia da região, assim como a utilização do leite cru ou pasteurizado (CABRAL, 2015).

Sabe-se que os processos tradicionais da produção de queijo remete-se a técnicas de conservação de um alimento natural, no presente caso, o leite é a base, tornando-se um fator de preservação e alimentação da população humana. Os primeiros registros indicam que a produção de queijo veio antes mesmo da manteiga, surgiu por volta dos anos de 10.000 a.C. na Europa (MASUI; YAMADA, 1999).

Dentre as legislações existentes no Brasil, a Portaria nº 146, de 1996, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que aprova os regulamentos técnicos de identidade e qualidade dos produtos lácteos no Brasil, contempla o conceito de técnico de queijo:

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

De uma maneira geral, a produção do queijo é um processo de concentração do leite no qual parte dos componentes sólidos, principalmente proteína e gordura, concentrados na coalhada enquanto as proteínas do soro, lactose e sólidos solúveis, são removidos do soro. O soro do leite é uma porção mais aquosa, que se separa da massa durante a produção convencional dos queijos e que retém cerca de 55% dos nutrientes do leite (PAULA; CARVALHO; FURTADO, 2013).

A divisão de produção de queijo no Brasil classifica como: queijos comuns, queijos finos e queijos artesanais (WILKINSON, 2008). Especificamente sobre a queijaria no Brasil, os queijos mais produzidos atualmente são a mussarela com 30% do mercado, o queijo prato com 20%, requeijão com 7,5% e o minas frescal com 6%, que representam mais da metade da produção de queijos no país (JOLY, 2018).

Podemos ainda, classificar os queijos como: queijo de leite cru e queijo de leite pasteurizado. Nas produções com queijo de leite cru, como o próprio nome diz, é a utilização do leite retirado do gado *in natura*, geralmente feita por artesãos queijeiros, em pequenas queijarias, com produção muitas vezes limitada e em área rural (CABRAL, 2015, p.46).

Já a produção de queijo pasteurizado, é a técnica mais utilizada no mundo, em grande escala. Existem, porém, pequenos produtores que optaram pela produção do leite pasteurizado. Nesse caso, o leite é armazenado em grandes tanques de frigoríferos, passando por tratamento térmico à temperatura média de 70°C para a pasteurização. E só depois do leite passar por todo esse processo, que serão desenvolvidos a produção dos queijos (CABRAL, 2015).

Como reflexo da própria formação cultural, o Brasil produz uma variedade muito grande de queijos. Alguns tipicamente brasileiros e outros inspirados em reproduções de experiências e conhecimentos de queijos estrangeiros. A variedade decorre de versões adaptadas às regiões, condições e à oferta de diferentes bacias leiteiras que foram se adequando as preferências do consumidor brasileiro de cada região. Muito por conta disso, que a produção de queijos artesanais possui relação direta com a qualidade do solo, matéria-prima, alimentação dos animais e até mesmo com práticas culturais tradicionais, não necessariamente tecnológicas (VILAS BOAS et al., 2009).

Por várias décadas a produção de queijos artesanais no Brasil não possuía regulamentação própria. No entanto, com a promulgação da LPI e sua atenção voltada também para as IGs, foram surgindo outras regulamentações e legislações (DORES; FERREIRA, 2012). Uma em específico diz respeito as regras para elaboração e comercialização de alimentos artesanais, previstas no decreto nº 9.918, de 18 de julho de 2019, dispondo sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal. O decreto possui uma série de exigências, tais como técnicas de boas práticas para a produção de queijos artesanais garantindo ao consumidor a sua qualidade. Inclusive o decreto cria e regulamenta a concessão do Selo Arte para produtos artesanais (BRASIL, 2019).

O Selo Arte nada mais é do que uma certificação que permite a comercialização dos produtos de origem animal em todo o país, com garantia de que aquele produto foi feito de maneira artesanal, com processos de produção tradicional, regional e até cultural. Os benefícios são mútuos, tanto para o produtor rural que visualiza a oportunidade de comercializar em outros estados e ao consumidor que tem

a garantia de qualidade, respeitando as boas práticas agropecuárias. Inclusive, é uma forma de trazer estímulo à formalização de mais produtores no Brasil e aos consumidores, uma forma de garantia da qualidade e procedência dos produtos (CANAL RURAL, 2021).

Em paralelo ao decreto sob nº 9.918/2019, foi criada a lei federal nº 13.860 de 18 de julho de 2019, definindo sobre a elaboração e a comercialização de queijos artesanais, trazendo diretrizes para caracterizar o queijo artesanal, através dos métodos tradicionais de produção com emprego de boas práticas (BRASIL, 2019).

Em termos de impactos para os produtores e queijarias, o artigo 6º da lei nº 13.860/2019, descreve que a produção de queijos artesanais a partir de leite cru fica restrita a queijarias situadas em estabelecimentos rurais, certificados como livres de tuberculose e brucelose, de acordo com as normas do Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e da Tuberculose Animal (PNCEBT).

Todas essas normas e regras estabelecidas retira o segmento da clandestinidade e beneficia os produtores de queijos, incentivando inclusive com o Selo Arte, conforme afirmou o presidente da associação de Produtores de Queijo Canastra (Aprocan), João Carlos Leite (CANAL RURAL, 2019).

A produção de queijo artesanal é praticada em várias regiões do país, e são tantas as variedades de queijos que não existe um critério para estabelecer e classificá-los. Isso se deve ao fato dos diferentes tipos de fatores que interferem, tais como sua origem, tipo do leite, quantidade de matéria gordurosa, diferentes fases de elaboração, textura, maturação, entre outros. Em cada região onde o queijo é produzido há fatores como o pasto, clima, ar, região, assim como os próprios animais. Podemos destacar dentre eles, os queijos artesanais frescos, queijos artesanais de massa filada, queijos com casca e mofo branco, casca lavada, meia cura, curados, temperados e mofo azul (CABRAL, 2015).

Para melhor visualização, apresentamos a figura 02 que ilustra as regiões com maior destaque na produção de queijo artesanal, logo abaixo:

Figura 3: Principais regiões do queijo artesanal no Brasil



| GLOBO RURAL • JUN-IO 2019

Fonte: Site Globo Rural, 2021.

Segundo o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA, estima-se que o Brasil possua mais de 170 mil produtores de queijos artesanais. Para a concessão do selo arte, verificamos que houve a criação da Instrução Normativa 73 do MAPA, assim como o regulamento técnico de boas práticas e a criação da lei 13.680 de 18 de julho de 2019, conforme já citada aqui.

Analisando especificamente as normas legais vigentes no Paraná, se percebe que houve a promulgação da lei estadual nº 19.599, de 18 de julho de 2018 que dispõe sobre a produção e comercialização dos queijos artesanais, como devem ser as estruturas físicas e dependências das queijarias, assim como seguir o Regulamento Técnico de identidade e Qualidade – (RTIQ) para cada tipo de queijo artesanal. Basicamente essa lei estadual apresenta as mesmas regras da lei federal nº 13.860/2019. Existe também a especificação da utilização dos insumos, água e do leite. Em relação a comercialização dos queijos, as autorizações são realizadas pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM) para comercialização no município, Sistema

Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Família (SUSAF) para comercializar no estado e o Sistema de Inspeção Federal (SIF) para comercialização no país (BRASIL, 2018).

Dentre as produções de queijos apresentadas na figura 02, atualmente o Brasil possui 5 (cinco) regiões que produz queijos reconhecidos com registro de indicação geográfica, conforme dados abaixo apresentados:

Quadro 1 – Queijos com Indicação Geográfica no Brasil

Registro	Produto	Região	Espécie
2136/2011	Queijo	Serro/MG	IP
2149/2012	Queijo	Canastra/MG	IP
2468/2018	Queijo	Colônia Witmarsum/PR	IP
2565/2020	Queijo	Campos de Cima da Serra/SC e RS	DO
2620/2021	Queijo	Marajó/PA	IP

Fonte: INPI, 2021.

O que podemos extrair da ilustração das principais regiões do queijo artesanal é que embora existam várias localidades em que se é produzido o queijo artesanal, apenas 5 (cinco) regiões conseguiram o reconhecimento de indicação geográfica.

O país possui uma diversidade biológica e cultural muito extensa, o MAPA e o INPI defendem que há um forte potencial para a expansão das IGs por questões mercadológicas e valorização dos territórios. Há, por parte das instituições envolvidas nas iniciativas, como exemplo, o SEBRAE, a expectativa dessas questões e de como as IGs poderiam agregar valor ao produto e ao território (MAPA, 2022).

2.4 Valorização de “Produtos de Origem”

No Brasil, os consumidores atualmente buscam muito além de um produto para consumo, mas que tenham aspectos ligados à qualidade, características e informações quanto a sua origem. O processo de valorização do produto, está ligado aos contextos de produção, por ser uma alternativa que diferencia o produto artesanal dos outros em geral. Isto porque o produto artesanal, produzido de maneira manual, possui técnicas que são transmitidas historicamente de geração em geração, muitas vezes com equipamentos de menor tecnologia (SEBRAE, 2006).

O produto que é produzido de maneira artesanal, está ligado aos aspectos histórico/culturais possuindo duas divisões de bens culturais: 1) bens que possuem valores históricos, inicialmente produzidos para consumo próprio e que com o passar do tempo adquiriu valor de mercado e passam a ser produzidos e comercializados para a comunidade local; 2) bens produzidos desde o início para comercialização. (FREITAS, 2006) Se pensarmos na questão de IGs, em ambos os casos, apresentam a potencialidade, por ter tratar de produção e comercialização histórica e cultural, associada a uma região específica, do qual lhe conferem notoriedade.

Em se tratando de valorização de produtos de origem, podemos verificar que existe uma relação direta entre produtores e consumidores, visto que de um lado estão os produtores que anseiam por desenvolver suas estratégias de valorizar o seu produto no mercado e de outro lado, os consumidores que buscam pela garantia da origem e qualidade (KRUCKEN, 2009).

Para a autora, as ações desenvolvidas por um conjunto de pessoas que estão diretamente ligadas aquela região produtora, faz com que desperte uma rede baseada no interesse coletivo. E através desse interesse, desperta o estímulo da valorização dos produtos e serviços ligados aquele território e ao seu desenvolvimento.

A origem do produto remetem aos consumidores a leitura da embalagem/rótulo, assim como os fatores de origem social, ambiental, cultural e econômica. Da mesma forma que, a identidade territorial do produto, sabores típicos, (características ligadas ao solo, clima e modo de produção), representam uma estratégia competitiva devido à notoriedade que se pode criar em torno do produto (LAGES; LAGARES; BRAGA, 2006).

A importância do produto trazer consigo na embalagem as informações necessárias e estratégicas, podem remeter lembranças ao consumidor sobre os modos de produção, assim como os aspectos culturais e históricos que envolvem aquele consumo. Essa é uma das estratégias que faz com que o consumidor adquira o produto pelas informações contidas nele (NOGUEIRA, 2009).

Analisando a legislação, a CF de 1988 trouxe proteção e registro dos bens, tanto culturais quanto imateriais. O patrimônio cultural imaterial é de competência do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). O instituto é responsável pelo inventário e registro de bens culturais imateriais, nos quais estão incluídos os conhecimentos culinários. Com o advento da LPI que prevê as indicações geográficas e suas espécies, criou-se gradativamente a noção da importância das IGs no Brasil,

visto que os produtores e consumidores passaram a perceber os sabores e qualidades especificamente de alguns produtos locais. A qualidade aqui exposta se refere a diferenciação que aquele produto possui e não produzido de igual forma em qualquer outra região. Ao passo que, esse mesmo produto passa a apresentar notoriedade, com o nome geográfico de sua procedência conforme já explanado (CERDAN, 2009).

A valorização de um produto pode ser vista como uma forma de entregar ao consumidor, um produto com maior valor agregado possível. Superando as expectativas com a qualidade diferenciada que aquele produto apresenta (KRUCKEN, 2009).

O Brasil é conhecido como produto da sociodiversidade, que abrange bens e serviços produzidos como recursos da biodiversidade e inclui a necessidade de valorizar as práticas e conhecimento das comunidades tradicionais e de agricultores familiares. É a partir do reconhecimento dos valores, segundo (Krucken, 2009) que é possível considerar produtos como parte de uma cadeia de valor, para promoção da melhoria da qualidade de vida dos produtores e do território.

Os fatores que envolvem o reconhecimento de um produto local estão ligados aos modos de produção, a tradição, costumes, cultura e aos hábitos de consumo. Porém, para que o consumidor adquira tal consciência, é necessário estimular a qualidade e valores relacionados com o produto local, principalmente para tornar visível a sociedade, toda a história que envolve o produto. Por isso se entende que as IGs funcionam como instrumentos de valorização dos produtos provenientes de determinada região (KRUCKEN, 2009).

Para analisar a valorização de um produto, a autora Lia Krucken propõe a aplicação de um método, conhecido como “Estrela de Valor” baseado em 6 (seis) dimensões. O método propõe avaliar produtos e serviços a partir do resultado do conjunto das dimensões.

Tudo isso para chegar a conclusão de que cada território tem suas características exclusivas, sendo que conforme, (Moraes; Krucken; Reyes 2010) se reconhece os valores que envolvem o território e as culturas locais com os atributos possíveis de serem aplicados aos artefatos industriais.

Para aplicar as 6 (seis) dimensões, Krucken sugere uma proposta de análise chamada “Estrela de Valor”, onde se apresentam as dimensões de valor de um produto ou serviço, quais sejam: funcional, ambiental, econômico, emocional, social e simbólico/cultural.

O quadro 2 apresenta os detalhes sobre a proposta de Krucken quanto aos métodos de avaliação de um produto ou serviço:

Quadro 2 – Dimensões para avaliação de produtos e serviços baseados na Estrela de Valor

1º Valor funcional ou utilitário - mensurado por atributos objetivos	caracteriza-se pela “adequação ao uso”. Refere-se às qualidades intrínsecas do produto, a sua composição, origem e propriedades, à segurança de consumo (controle sanitário da natureza das matérias-primas, do modo de produção e comercialização, dos ingredientes e aditivos, da segurança da embalagem etc.) e a aspectos ergonômicos.
2º - Valor emocional – de caráter subjetivo	incorpora motivações afetivas ligadas às percepções sensoriais que compreendem componentes táteis, visíveis, olfativos e gustativos e o sentimento relacionado à compra e ao consumo/utilização do produto
3º - Valor ambiental	vinculado principalmente à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais como as florestas.
4º - Valor simbólico e cultural	relacionado às outras dimensões da qualidade –, relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e de consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica.
5º - Valor social	relaciona-se aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos (ex.: repartição equitativa dos benefícios, inclusão, qualidade das relações, bem-estar, reconhecimento).
6º - Valor econômico – de caráter objetivo	baseia-se na relação custo/ benefício em termos monetários.

Fonte: KRUCKEN, 2009.

O método da estrela de valor é a junção das dimensões que objetivam avaliar a qualidade dentro de uma cadeia, envolvendo o sistema de produção e de consumo, produtores, consumidores e toda a rede que se desenvolve ao redor do produto ou serviço (KRUCKEN, 2009).

Os estudos partem da aplicação das dimensões que analisam a qualidade do produto dentro do território onde ele é produzido e comercializado, inclusive para planejar estratégias de valorização do produto.

No próximo capítulo, optou-se por iniciar a apresentação dos mecanismos metodológicos utilizados na pesquisa.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipologia da Pesquisa

Utilizou-se a pesquisa qualitativa que proporcionou a compreensão do contexto do problema de pesquisa. A pesquisa qualitativa permitiu a pesquisadora a análise, compreensão, classificação para a geração de contribuições aos indivíduos envolvidos no objeto de pesquisa (CRESWELL, 2010).

A abordagem qualitativa trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Esse conjunto de fenômenos humanos é entendido como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2009).

Para a pesquisa qualitativa optou-se por utilizar a metodologia exploratória-descritiva, que permitiu compreender o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses.

3.2 Coleta e Análise de Dados

Para alcançar o objetivo geral de analisar as potencialidades do queijo purungo para implementação de uma IG, deliberou-se por identificar a partir dos recursos locais os seguintes pontos específicos: 1º) potencial da matéria prima e manejo; 2º) Produção e transformação (viabilidade econômica e ambiental) e 3º) Distribuição/Venda/Promoção: inclusão do produto no mercado/sociedade. Optou-se pela escolha de múltiplos instrumentos de coleta de dados, para o estudo da potencial indicação de procedência do queijo purungo.

Alinhando os objetivos específicos, a primeira etapa de construção do referencial teórico foi baseado em identificar os mecanismos para a implementação de um IG. Em seguida visou caracterizar o produto e a área produtora, foi necessário analisar a existência da notoriedade do produto e também verificar como se organiza a cadeia produtiva da região em relação as potencialidades da IG.

No quadro 3 expõe-se, a distribuição dos meios de coleta e análise de dados por objetivo proposto, para uma melhor compreensão das ideias e propostas apresentadas. Didaticamente, foi possível visualizar as suas contribuições para a

construção deste trabalho.

Quadro 3: Enquadramento dos objetivos com a forma de coleta e análise de dados

Objetivos Específicos	Forma de coleta de dados	Forma de Análise de Dados
Caracterizar o queijo purungo e sua área produtora;	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas com os produtores; • Revisão documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise de conteúdo das entrevistas; • Análise de conteúdo das reportagens e documentos históricos encontrados; • Aplicação do método da Estrela de Valor;
Analisar a existência ou não da notoriedade;		
Analisar a estrutura da cadeia existente na região do queijo purungo com relação a pontencial IG;	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas com os produtores 	<ul style="list-style-type: none"> • Estatística Descritiva; • Análise de conteúdo das entrevistas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

A junção do conjunto de instrumentos utilizados na metodologia foi baseada na triangulação através da pesquisa bibliográfica, documental e das entrevistas para a conclusão do presente trabalho. Os métodos facilitam a interpretação da triangulação de métodos como forma de estratégia de pesquisa que combina métodos, teorias, dados e investigadores. Através da triangulação foi possível analisar determinadas realidades, com fundamento interdisciplinar (MINAYO et. al., 2005). Triangular é combinar e cruzar múltiplos pontos de vista, integrando a visão de vários informantes e empregando uma variedade de técnicas de coleta de dados que acompanha a pesquisa (MINAYO, 2005).

A partir disso, passamos a discorrer sobre a revisão teórica, análise documental, as entrevistas e como se efetivou a análise de conteúdo.

3.3 Revisão Teórica

Utilizamos a revisão teórica para compor o referencial teórico com autores que discorrem e conceituam as IGs. A construção desse referencial teórico foi fundamental para a compreensão geral de como as políticas públicas contribuem para a promoção e desenvolvimento de uma região através do reconhecimento de um produto ou serviço pelas indicações geográficas.

Foi aliado a esses conceitos, que dimensionou o papel transformador das IGs como forma de política pública ao desenvolvimento territorial. Baseado nisso, trouxemos um breve histórico do surgimento das políticas públicas no mundo e no

Brasil, assim como aliamos a teoria de Amarty Sen a respeito das faculdades da liberdade. Atribuídos a isso, foi possível compreender que a teoria de Amartya Sen se amolda a ideia de desenvolvimento de uma região através da liberdade que as pessoas possuem.

Optamos também por apontar a proposta da Estrela de Valor da autora (Krucken, 2009) como meio para a valorização do produto de origem. A autora propõe a aplicação de 6 (seis) dimensões que neste trabalho foram adaptadas através de perguntas que construíram o questionário, viabilizando a análise das respostas dos entrevistados.

A intenção foi avaliar as condições em que estão inseridos os produtores com a região, suas percepções em relação ao consumidor, assim como as raízes históricas e culturais em torno do produto. Outro ponto foi avaliar a partir das respostas sobre como a cadeia produtiva se movimenta e ainda, analisar o desenvolvimento de condições para que o potencial de recursos locais sejam detectados e seja convertido em benefício real e durável para a região.

Buscou ainda, demonstrar o quanto o país é rico na produção de diferentes tipos de queijos e que em cada região produtora, existe um produto com características exclusivas.

3.4 Análise Documental

O terceiro objetivo que traçamos possui toda a análise direcionada para acervo documental online, reportagens de principais veículos de comunicação, tais como jornais locais, revistas científicas, revistas no modo geral, artigos científicos, entrevistas concedidas aos meios de comunicação durante a elaboração desse trabalho e atualizando para verificar se houveram novas publicações. Foi também utilizada as legislações, portarias, regulamentos e decretos referentes ao registro de indicações geográficas. Além dessas fontes, acessamos documentos disponibilizados nos sites do órgãos públicos, tais como o INPI, MAPA, SEBRAE entre outros governamentais, fazendo uma compilação de forma a fornecer ao leitor uma base sólida e compreensível sobre o tema.

Pelo tema ser novo e pouco explorado, não houveram buscas positivas nas plataformas da SciELO, portal de periódicos da CAPES e Scopus. Diante disso, decidi pela utilização da plataforma *Google*®, através do site (www.google.com.br).

A estratégia de busca para realização da coleta de dados ocorreu por meio do uso de palavras-chave pertinentes ao tema explorado e determinado por critérios de triagem, conforme quadro 4 com os descritores utilizados:

Quadro 4 – Descritores utilizados para a pesquisa

Base de Dados	Descritores
<i>Google</i> ®	“indicação” AND/OR “geográfica” AND/OR “queijo” AND/OR “purungo
	“queijo” AND/OR “purungo” AND/OR “de” AND/OR “Palmeira”
	“Queijo” AND/OR “Porungo”
	“Queijo” AND/OR “porunguinho”

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Da utilização da primeira definição “indicação” AND/OR “geográfica” AND/OR “queijo” AND/OR “purungo” através da ferramenta “*Google*®” (www.google.com.br) foram encontrados: 1.170 (um mil, cento e setenta) resultados.

Ato contínuo, foram apresentadas 10 páginas de resultados, porém a partir da página 8ª não haviam mais resultados atrelados ao tema. Do total dos documentos, foram selecionados os primeiros 32 resultados do quadro 5 em seção específica.

Em relação aos termos “queijo” AND/OR “purungo” AND/OR “de” AND/OR “Palmeira”, sem definição de período, foram encontrados 53 resultados, da análise dos mesmos, foram extraídos os resultados 32 e 34 do quadro 5. Já os outros foram excluídos, tendo em vista que já haviam sido elencados no mesmo, com os termos anteriores.

Em continuação as buscas, as palavras “queijo” AND/OR “purungo” AND/OR “de” AND/OR “Palmeira” trouxeram um total de 905 resultados, com total de 10 páginas, porém tratando da análise de cada um, foi possível perceber que não houveram resultados em relação aos termos, até mesmo porque os documentos já se encontram elencados no quadro 5.

Ato contínuo, os termos “Queijo” AND/OR “Porungo” “Queijo” AND/OR “Purungo” apresentou 58 (cinquenta e oito) resultados. Da leitura dos mesmos, foi possível excluir todos, haja vista que não possuem relação com os estudos.

Os termos “Queijo” AND/OR “purunguinho” apresentou 66.000 (resultados), o termo “purunguinho” se confundiu com o queijo “polenguinho” o que trouxe resultados

que não possuem conexão com o tema. Dessa última busca, todos os resultados foram descartados.

Tendo em vista que o *Google*® apresenta inicialmente os sites com resultados que melhor correspondem à busca e depois complementa o resultado com correspondências parciais, delimitou-se em 10 o número de páginas de resultados para obter o refinamento adequado das análises de dados apresentados na busca. Chegando ao número total de 72 documentos. Todos esses resultados foram acessados e, com base em seu conteúdo foi possível excluir os resultados que não possuíam relação direta com o objeto de pesquisa definido. Os termos utilizados em conjunto apresentaram situações que envolvem outros campos de atuação científica.

Depois dessa leitura exploratória foi possível extrair 36 resultados que tem ligação direta com o tema proposto para análise do seu conteúdo em profundidade. Os dados e discussões são apresentados na seção seguinte.

3.5 Entrevistas

As entrevistas foram focadas nos produtores de queijo, sendo que cada participante selecionado assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A), informando à todos que as respostas seriam analisadas para posteriormente serem inseridas no presente estudo e publicadas como forma de dissertação. Foram orientados de que a participação seria voluntária, não possuindo qualquer espécie de recompensa ou gratificação pela participação.

As entrevistas basearam-se, conforme apêndice B, em roteiro semiestruturado, sendo que as questões tinham como foco a produção, comercialização, consumo, negócios, sustentabilidade, cultura e economia. O objetivo foi favorecer a compreensão das perguntas e dar maior liberdade ao entrevistado em suas respostas sem qualquer interferência. Após a confirmação na participação é que se passou a realizar a gravação através do áudio.

O presente projeto foi submetido ao Comitê de Ética com aprovação sob nº 4.746.247 através da Plataforma Brasil. A pesquisa foi realizada com a observação de princípios e normas éticas para a utilização das informações e sujeitos envolvidos, através do termo de consentimento.

Os contatos dos produtores foram passados através do grupo de whatsapp (queijo purungo Palmeira) e também com a Sra. Flávia Leão, representante do IDR/PR

(Instituto de Desenvolvimento Rural). Em todos os casos houve o contato através do próprio aplicativo do whatsapp por parte da entrevistadora expondo a pesquisa, encaminhando os arquivos necessários para conhecimento da pesquisa informando a importância na participação e também na visitação da queijaria. Todas as conversas foram realizadas com dia e horário previamente agendadas e todas ocorreram na propriedade de cada produtor. Foi possível fazer a observação da estrutura.

Infelizmente o número de participação dos produtores não era o esperado, porém houveram dificuldades de se conseguir a aceitação na participação. Em conversa com a Sra Flávia que está acompanhando o trabalho dos produtores na região, informou que a maior parte possui receio na participação por medo e por desinteresse. Uma parcela tem receio em relação ao poder público local proibir a produção do queijo, porque não possuem licença para produzir e comercializar e a outra parcela não tem interesse por falta de informação e conscientização da importância.

Também não se sabe ao certo qual a quantidade de produtores de queijo existentes na região de Palmeira/PR, não há um mapa ou informações específicas nesse sentido, o que impossibilita a coleta de uma amostragem real. O que se pode afirmar é que 5 (cinco) produtores foram convidados a participar da pesquisa, sendo que 2 (dois) não se mostraram abertos a participar.

Sabia-se da existência de um café colonial na zona rural de Catanduvas no município de Carambeí/PR onde serviam o queijo purungo. Em deslocamento até lá, a proprietária informou que era um casal de idosos que produzem o queijo, porém eles não recebem ninguém e não possuem interesse em participar. Inclusive, informou que outras pessoas já haviam tentado contato e não obtiveram êxito.

Foi tentado contato com uma produtora do município de Porto Amazonas que também não manifestou interesse na pesquisa.

Já em relação ao conhecimento de outros produtores na região, a Sra Flávia se propôs a intermediar porém por altas demandas de trabalho da mesma, não foi possível viabilizar novas entrevistas. Além disso, a Sra Flávia afirmou que ela tentaria intermediar, justamente pelos motivos acima apresentados, e que mesmo que passasse os contatos dos produtores para a pesquisa, os mesmos não se motivariam a participar, por serem contatados por alguém desconhecido.

Atualmente, a região possui duas agroindústrias regularizadas que produzem queijo purungo: Queijos da Família Batista e Queijos Vanny, ambos participaram das

entrevistas, porém como já citado, existem outros produtores de queijos que estão situados na região e que não possuem essa articulação como as duas agroindústrias.

Diante disso, 3 (três) produtores aceitaram participar e em todas elas foi possível visitar as propriedades rurais, sendo uma delas no município de Porto Amazonas que fica cerca de 15km do município de Palmeira. Cabe esclarecer que são distintas umas outras em relação à produção de queijo e também sobre suas perspectivas em relação ao registro de indicação de procedência. Para melhor compreensão acerca das respostas, utilizaremos para os 3 produtores os seguintes pseudônimos: produtor A, produtor B e produtor C.

No início de cada entrevista foi realizada a observação direta da propriedade, infraestrutura e o local de produção do queijo para entender a realidade de cada produtor, inclusive com registro em fotografias autorizadas pelos produtores.

No apêndice A, localizado ao final do trabalho, o roteiro de cada entrevista foi direcionado aos produtores de queijos. Na primeira parte do roteiro de entrevista foram levantados dados de caracterização dos sujeitos envolvidos na pesquisa, tais como nome, endereço, dados para contato e cargo ou função. Já na segunda parte se apresentam as perguntas que serão base para a análise, onde o método da Estrela de Valor foi adaptado em forma de perguntas, subdivididas em categorias.

Para realizar a coleta de dados, primeiramente foram contatados os entrevistados através de suas redes sociais e telefones existentes acerca dos produtores de queijos. Em seguida, a pesquisadora informou sobre a importância na participação e também acerca da visita e observação dos modos de produção do queijo na propriedade. Foi esclarecido o papel da Universidade de Ponta Grossa assim como a aprovação do projeto do Comitê de ética. Em todas as entrevistas, foi repassado o termo de esclarecimento e consentimento livre para assinatura e concordância na gravação das entrevistas. No decorrer da pesquisa, a pesquisadora participou por meio de um grupo formado por acadêmicos, membros do IDR (Instituto de Desenvolvimento Rural), SEBRAE, poder público e aberto aos produtores de queijo, sendo que no grupo existem apenas 2 (dois), porém não houveram grandes mobilizações efetivas, talvez por conta do período pandêmico.

Da ida a campo, foi possível perceber que existem outros pequenos produtores de queijo, sem marca, rede social e contatos disponíveis. Por meio das entrevistas, buscou indicações tentando estabelecer um esquema “bola-de-neve”, contudo não foram passados novos contatos.

Assim as entrevistas foram realizadas entre os meses de setembro a novembro de 2022, sendo a primeira em 27 de outubro e a última em 23 de novembro desse mesmo ano. Foram realizadas 3 (três) entrevistas, duas delas com produtores do município de Palmeira e 1 (uma) delas no município de Porto Amazonas, sendo todas em suas propriedades em que produzem queijo purungo. Foi possível obter contato direto com o ambiente interno de cada queijaria, inclusive os entrevistados se mostraram bastante receptivos e disponíveis para participar das entrevistas sem maiores dificuldades, se sentiram agradecidos por terem sido escolhidos para contribuir com o estudo sobre o queijo.

No que diz respeito ao procedimento da pesquisa propriamente dita, ao entrar em contato com o entrevistado, a pesquisadora inicialmente se apresentou e entregou uma cópia digital da sua dissertação parcial, explicou sobre como seria a dinâmica da entrevista, o período médio que duraria e pediu permissão para a gravação através do celular e sua anuência na assinatura do termo.

A pesquisadora esclareceu também sobre os objetivos e na importância do estudo, sobretudo para as indicações geográficas. Com a permissão do entrevistado, iniciou a gravação da entrevista, que foi acatado por todos sem maiores dificuldades. Após isso, o entrevistado passou a responder as perguntas que lhe eram feitas e tudo ocorreu de forma tranquila.

Em relação ao tempo de duração de cada entrevista, a primeira (E1) durou 40 minutos, já a segunda (E2) durou aproximadamente 2 horas e a terceira (E3) durou 1 hora, sendo essa última com a produção de queijos simultaneamente a entrevista acompanhando o trabalho manual das fases do queijo.

Após a coleta dos dados, eles foram analisados e optou-se por utilizar a análise de conteúdo, conforme será apresentado nas próximas seções.

Tal análise de conteúdo, segue explicitando as técnicas utilizadas para melhor compreensão dos estudos, conforme abaixo apresentamos.

3.6 Análise de conteúdo

A análise de conteúdo foi utilizada para o estudo documental, bem como para análise do corpus textual das entrevistas semiestruturadas.

A análise documental foi executada por meio da análise de (Bardin, 1977) traçado em 3 (três) etapas bem definidas: a pré-análise, a exploração do material e o

tratamento dos resultados e interpretação.

A primeira delas é a pré-análise que contou com a organização dos materiais encontrados nas fontes acima citadas e analisadas, eliminando o que não possui qualquer relação com o trabalho para fins de codificar os dados coletados. Aqui nessa fase, optamos por uma leitura básica dos materiais encontrados e depois foi realizada a escolha pelas prioridades que aquele conteúdo serviria para os estudos e a importância de se apresentá-los. Após essa análise, preparamos o material que seria utilizado.

A segunda etapa foi a exploração do material para fazer a categorização e codificação, aqui dividimos todo o material que possa dar indícios da notoriedade do queijo purungo com a região. Fizemos um recorte para utilizar as palavras-chave que serviram para a separação e enumeração, elencando com que frequência as mesmas apareciam no material.

Na terceira e última fase, o que se visou foi o tratamento dos resultados objetivos e interpretação, que nos levou a categorizar o material com o fim de buscar comprovar a notoriedade do queijo purungo através de um quadro, demonstrando a pertinência e objetividade de cada documento analisado.

Por meio da análise de conteúdo, foi observada a ocorrência e contagem da quantidade de menções das palavras-chave relacionadas ao queijo purungo com a região de Palmeira/PR.

Para as entrevistas utilizou-se as seguintes fases da análise de conteúdo:

Figura 4 – Fases da análise de conteúdo

Fase	Análise
1	Leitura do material coletado (entrevistas e documentos)
2	Formulação de categorias de análise, utilizando o referencial teórico
3	Recorte do material com o mesmo conteúdo para comparação
4	Organizar as categorias que se diferenciam, tematicamente, para dados organizados
5	Interpretação com base no referencial teórico

Fonte: Elaborado pela autora, baseado em (Silva; Fossá 2013)

Após a realização das entrevistas semiestruturadas, todas foram transcritas e arquivadas, em formato em *Word* e os áudios foram arquivados em um pendrive (fase 1), totalizando 22 (vinte e duas) páginas de material transcrito através das entrevistas que foram arquivadas em pendrive. A partir da fase 2, os dados foram organizados

com base nas 6 dimensões da estrela de valor, conforme o roteiro semiestruturado aplicado nas entrevistas. Para a codificação, foi respeitado a sequência pela ordem das entrevistas realizadas, ou seja, E1 para a primeira entrevista e assim sucessivamente (E1 e E3). Em seguida, foram realizados os recortes do material para comparação com o conteúdo semântico e logo após registrados separadamente. A etapa da organização das categorias obedeceu a sequência de agrupamentos progressivos (iniciais, intermediárias e finais) para verificar, conforme (Bardin, 1977), a pertinência, homogeneidade, objetividade e fidelidade na compreensão da clareza e produtividade.

Assim, formuladas inicialmente as categorias, o pesquisador configura suas primeiras impressões sobre a realização e investigação constituída a partir dos dados colhidos, e posteriormente as categorias intermediárias que resulta das categorias iniciais e são baseadas no referencial teórico, na narrativa das entrevistas e na análise. (SILVA; FOSSÁ, 2013)

Para tanto, no capítulo seguinte foi utilizada a técnica da análise de conteúdo com o fim de buscar as respostas que mais sugerem os caminhos apontados para a situação problema que refere-se em analisar as potencialidades do queijo purungo para a implementação da IGs na região de Palmeira, sendo assim as perguntas da entrevista visaram identificar as possíveis barreiras ou não.

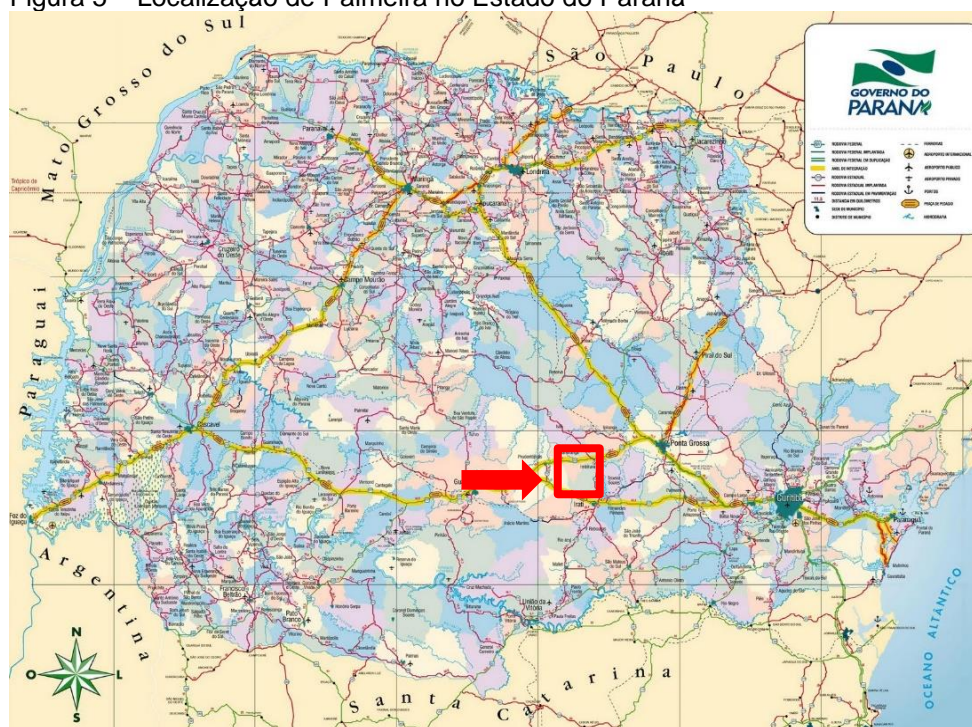
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES: ANÁLISE DE CASO

Para iniciarmos esta seção, primeiramente apresentaremos um breve histórico geral do surgimento do município de Palmeira/PR e como o queijo purungo passou a ser produzido na região e quais são as suas contribuições para o desenvolvimento local. Na sequência optou-se por apresentar os aspectos relevantes da notoriedade do queijo purungo, assim como a construção de um acervo reunido e compilado no quadro 5.

4.1 Caracterização geral da região e do produto

O clima da região de Palmeira é classificado como ameno no verão e frio no inverno, onde a temperatura oscila entre 32,4° C e 0,5° C, devido ao seu clima temperado e seco, situado nas coordenadas geográficas 25° 24' 10" S e 49° 56' 41" W, e que representa cerca de 0,5% da área total do município. (IBGE, 2021) A área territorial compreende 1.472,416 Km² com total de 33.757 habitantes (IBGE, 2021). O município de Palmeira fica em torno de 80km de distância de Curitiba, capital do estado do Paraná (Figura 4).

Figura 5 – Localização de Palmeira no Estado do Paraná



Fonte: IBGE, 2022 (grifo nosso).

Antes mesmo mesmo de se fundar o município de Palmeira, já existia um casarão contando com mais de 200 anos aproximadamente, conhecido como Chácara Palmeira. Esse casarão servia como ponto de referência para o caminho onde os tropeiros passavam, pelo fato de poder avistá-lo do município de São Luis do Purunã através da conhecida “Casa Branca” (ZUCCHERELLI, 2008).

Nos primórdios da colonização, o tropeirismo surgiu no século XVII a partir da mineração, em busca de ouro e prata que acreditava existir no estado de Minas Gerais. Com isso, se intensificou o comércio entre a região sul do país e demais regiões centrais, principalmente pelo número necessário de bois e cavalos para transportar o ouro extraído de Minas para o Rio de Janeiro, onde ficava localizado o porto. O tropeirismo possui papel relevânte na história, visto que, naquela época se passava uma crise no abastecimento interno de alimentos, no entanto, os animais conseguiam carregar grandes pesos em longas jornadas, e é nesse contexto que a figura do tropeiro começou a se destacar (GUTIÉRREZ, 2006).

Havia uma grande necessidade de abastecer a população que ficava concentrada em Minas Gerais e Rio de Janeiro, e isso fazia com que se estimulasse a economia de uma maneira mais abrangente, principalmente em função da agricultura e pecuária (BONADIO, 1984).

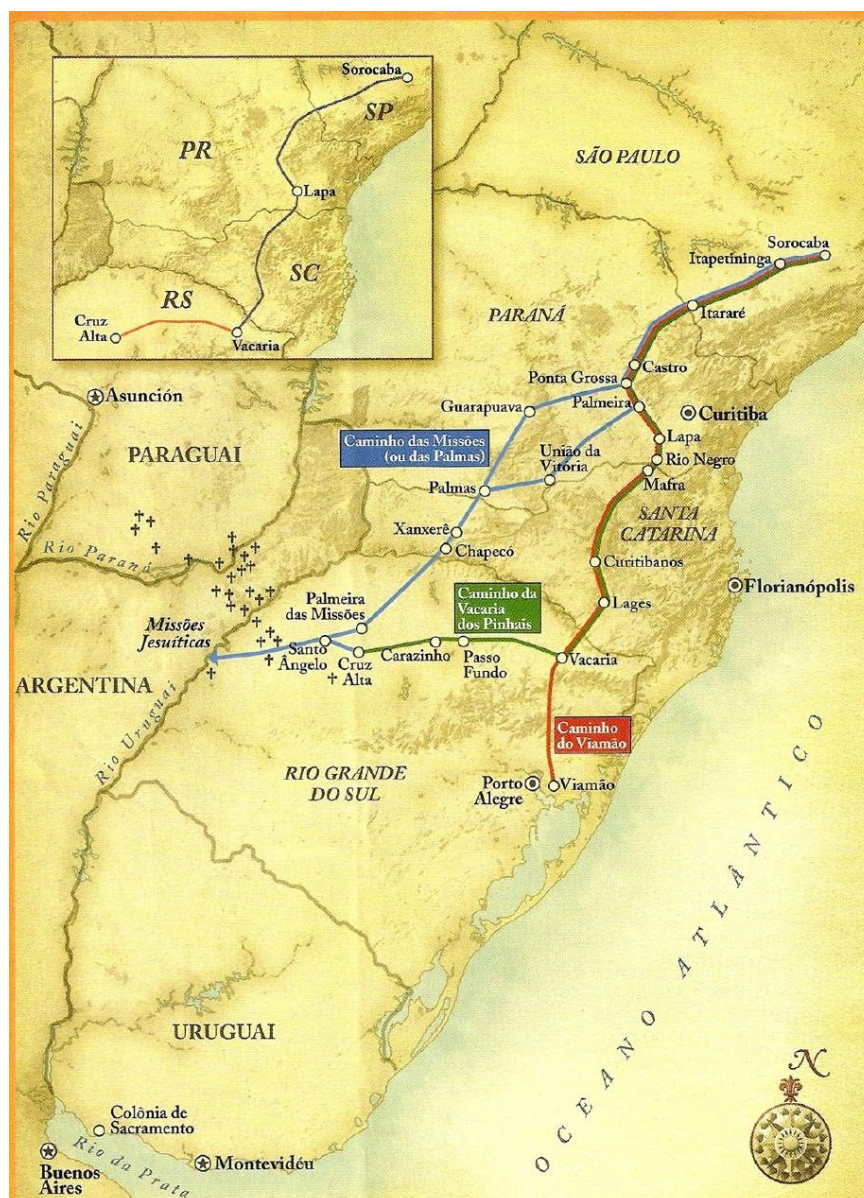
O período do tropeirismo teve papel fundamental no desenvolvimento econômico, inclusive no ciclo do ouro e depois do café, fazendo o transporte para vários destinos. Importante destacar que o tropeirismo atravessava os campos de domínios portugueses e espanhóis na época, onde atualmente se encontram os estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e São Paulo. Culturalmente, o tropeirismo trouxe consigo novos hábitos de alimentação, vestuário, musicalidade, religiosidade, práticas medicinais, organização social para a região por onde passavam (ALGATÃO, 2010).

Inclusive, o surgimento do município de Palmeira está atrelado ao caminho de passagem das tropas, que se iniciou entre o período de 1730 e 1732, principalmente para o desenvolvimento do comércio. Nesse período o estado do Paraná não possuía uma estrutura formada, até porque não era totalmente habitado, ocasionando problemas na estrutura de hospedagem e alimentação das tropas (SCHNELL, 2013). Em contrapartida, foi com os tropeiros que a cidade de Palmeira passou a se formar, até mesmo porque o clima e vegetação da região, serviram de pastos para os bois e cavalos usados pelas tropas, originando a Rota dos Tropeiros (Figura 05) (SCHNELL,

2013).

O município passou a se formar a partir dos vilarejos que foram crescendo, e aquela região era o caminho mais curto para os tropeiros passarem, onde a rota ficava em torno da igreja do pequeno povoado que mais tarde se denominou de Freguesia Nova de Nossa Senhora da Conceição localizada até os dias de hoje em Palmeira (FREITAS, 1984).

Figura 6 – Roteiro do tropeirismo – Palmeira/Paraná



Fonte: Citado por Zuccherelli (2008) e retirado da Revista Globo Rural, Edição Especial, fascículo 1:1.

Um dos personagens principais da história do município, foi o tenente Manoel

José de Araújo que fez a doação das terras para construção de uma igreja e foi neste momento que surgiu o nome da cidade de Palmeira, conhecida também como “Cidade Clima do Paraná” (IVANO, 2017).

A cidade de Palmeira/PR foi constituída oficialmente no dia 7 de abril de 1819, sendo que nas primeiras décadas do século XIX, iniciou a imigração européia, principalmente de Alemães, Poloneses, Italianos e mais tarde os japoneses e os Sírio-Libaneses, construindo uma população miscigenada, tanto na região de Palmeira como no estado do Paraná como um todo, completando 202 anos de existência.

Segundo resgate histórico, foi na fazenda Palmeira que a receita do queijo purungo surgiu e deixada de herança pelos imigrantes italianos. De início, se parecia com o queijo tipo “Caccio Cavallo”, feito com leite cru e massa cozida, assim como o clima e vegetação que dão ao queijo características diferentes (SECRETARIA DE TURISMO, 2021). Esse queijo possui origem italiana, na Itália ficou conhecido por ficar amarrado e pendurado para secar fazendo essa forma como é conhecida.

Segundo o Instituto Histórico de Palmeira, a receita do queijo purungo foi trazida pelo italiano Basílio Bernaldi há aproximadamente 100 anos, que na ocasião, estava de passagem pela cidade. Essa receita foi passando de geração em geração pelas famílias da cidade e que foram aperfeiçoando, vindo a surgir novos produtores de queijos e a construção das queijarias.

O nome “porungo, purungo ou cabacinhana região de Palmeira (Figura 7), advém de sua semelhança ao porungo “planta” (Figura 07), que é a matéria prima para produção de cuias de chimarrão, uma bebida tradicionalmente local (SOBRE QUEIJOS, 2020).

Figura 7 – Queijo purungo



Fonte: Acervo da Secretaria de Cultura, Patrimônio Histórico, Turismo e Relações Públicas do Município de Palmeira, 2021.

Figura 8 – Porongo



Fonte: Globo Rural, 2021.

Como é possível verificar, o queijo purungo da figura 7 se assemelha muito com o porongo da figura 8, utilizado na fabricação de cuias de chimarrão, que inclusive eram utilizados pelo tropeiros.

O queijo é produzido artesanalmente, utilizando leite pasteurizado e aquecido a uma temperatura de 35° celsius para desenvolver as bactérias fermentadoras. É preciso aguardar um dia, para que a levedura entre em ação. O leite é coalhado, retirado o soro e a massa descansa por um tempo. Essa massa fica separada durante 24 (vinte e quatro) horas em temperatura ambiente. Após o descanso da massa, ela passa a ser manuseada, de forma artesanal, através da água morna para produzir a massa filada que será moldada na forma do porongo e por último, colocada na salmoura para temperar (TRIBUNA, 2020).

Teoricamente, as articulações, principalmente do IDR-PR e Sebrae-PR acompanham os produtores do município, oferecendo assistência técnica e regularização das agroindústrias, porém na prática em entrevista com os produtores, a versão é outra.

Na sequência, passaremos a discorrer mais sobre as contribuições do queijo produzido em Palmeira para a região e para o país, com fundamentos em reportagens, revistas, entrevistas entre outros materiais elencados para servir de base para comprovação da notoriedade do purungo.

4.2 Notoriedade do Purungo

Como vimos no capítulo 2 deste trabalho, as IGs são um signo distintivo, e podem também contemplar uma representação figurativa (selo) que as diferencia. Para se ter esse signo deve existir qualidade ou notoriedade que se adquiriu ao longo do tempo, no seu local de origem. A identificação do produto/serviço produzido em determinada localidade depende da sua reputação e da existência de uma coletividade organizada no território.

A notoriedade passa pela análise de comprovação quando se fala em processo de indicação de procedência, inclusive, aborda a análise dos aspectos históricos do produto, documentos, publicações, entrevistas, e outros fatores (INPI, SEBRAE, 2011).

A norma técnica da ABNT NBR 16.479 estabelece os seguintes parâmetros para o reconhecimento de uma IG a serem: meio geográfico, reputação, notoriedade, regulamento de uso, expressão tradicional, regime de controle e estrutura de defesa (SEBRAE, 2018).

Portanto a IG está ligada a qualidade do produto originário de um território com características inerentes a sua origem geográfica. Representa uma qualidade relacionada ao meio natural ou aos fatores humanos, que lhes atribuem notoriedade e especificidade territorial (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015, MATOS; ROVERE, 2017; DORTZBACH *et al*, 2020).

Quando analisamos o quesito notoriedade, estamos falando sobre os fatores que estão relacionados com o local de produção, função do solo, do clima, da forma de produção e colheita, do clima, ou com outras características que lhe tragam um diferencial. Isso faz com que agregue valor aos produtos, gerando maior movimentação de renda aos produtores, com possíveis impactos no desenvolvimento territorial (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015, MATOS; ROVERE, 2017; DORTZBACH *et al.*, 2020).

A busca por informações e o reconhecimento da notoriedade do queijo purungo serão analisados em bibliografias históricas, anúncios, contexto histórico da região, fotografias e recortes de jornais de grande circulação, entrevistas com pessoas envolvidas na produção, vídeos produzidos e divulgados, dentre outros registros que passaremos a expor.

O levantamento histórico e cultural da região de Palmeira com o queijo

purungo, corresponde a aproximação da relação dos produtores com a comunidade local. E tudo isso é feito através de documentos, entrevistas, vídeos, concursos, fotos e relatos por parte dos mais antigos moradores da região para descrever a história.

As evidências são importantes para comprovar a notoriedade do queijo purungo durante o processo do diagnóstico e também a valorização, para fins de comprovação do potencial de IG. Sendo assim, parte da notoriedade pode ser percebida pela divulgação das mídias apresentadas no quadro 5:

Quadro 5: Reportagens publicadas sobre a notoriedade do queijo purungo

Nº	DATA	TÍTULO DA MATÉRIA	ORIGEM	RESUMO DO CONTEÚDO
1	20/04/2021	Paraná História e Sabores: Queijo Porungo (Palmeira)	TV Paraná Turismo	História do queijo, tradição e forma de produção
2	2017	Fabricação do Queijo Porungo – Família Bastos (vídeo 1980)	O homem e a Terra do Paraná (Emater)	Reportagem antiga que trata dos meios de produção do queijo
3	08/10/2019	Queijo de Palmeira é premiado	Negócios da Terra (Rede Massa)	Uma das queijarias do município recebeu medalhe de bronze no concurso
4	12/06/2021	Queijo Purungo em Palmeira	Programa Estúdio C da RPC/PR	História do queijo, tradição e forma de produção
5	14/04/2021	Queijo Purungo de Palmeira busca Indicação Geográfica IG	Boletim Agrometropolitana /PR	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
6	19/10/2020	Palmeira, terra do queijo Porungo	Revista Distinção Digital	Paraná lançou a rota do queijo e incluiu o porungo.
7	24/10/2019	Queijo do norte pioneiro é premiado no concurso Queijo Brasil	Folha de Londrina	Dentre 711 queijos, o purungo recebeu medalha de bronze no concurso.
8	02/06/2020	Queijo Porungo quer reconhecimento	Jornal Página Um	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
9	2020	Queijo Porungo de Palmeira busca reconhecimento	RCTV Rede Clima	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
10	11/10/2020	Queijo Porungo de Palmeira	Caminhos do Campo – RPC/PR	História do queijo, tradição e forma de produção
11	21/10/2020	Sebrae/PR identifica 15 novos produtos com potencial para IGs	Agência Sebrae de Notícias	dentre os produtos identificados está o queijo purungo que passou por um processo de diagnóstico de potencial IG
12	24/09/2019	Paranaenses ganham 12 prêmios no concurso Queijo Brasil	Agência de Notícias Paraná	Dentre 711 queijos, o purungo recebeu medalha de bronze no concurso.

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quadro 5: Reportagens publicadas sobre a notoriedade do queijo purungo

(continua)

13	02/2021	Produto diagnosticado como potencial de IP	Produtos Origens Paraná	dentre os produtos identificados está o queijo purungo que passou por um processo de diagnóstico de potencial IG
14	2019	Resultado V Prêmio Queijo Brasil	Prêmio Queijo Brasil	Dentre 711 queijos, o purungo recebeu medalha de bronze no concurso.
15	23/12/2020	Produtos das IGS do Paraná viram presentes de amigo secreto	Jornal Gazeta do Povo	Comércio local incentivando a comercialização do queijo
16	04/09/2020	Parque Vila Velha ganha filial de tradicional restaurante de chef	Jornal Gazeta do Povo	Existe uma receita do cardápio que inclui o queijo purungo
17	30/10/2013	Queijo Purunguinho	Blog Naco Zinha Brasil	Receita do queijo
18		Diagnósticos realizados pelo SEBRAE	Data Sebrae	dentre os produtos identificados está o queijo purungo que passou por um processo de diagnóstico de potencial IG
19	29/05/2020	Prefeitura de Palmeira busca certificação para o Queijo Purungo	Reveita D’Ponta	Incentivo do governo em políticas públicas de incentivo
20	07/03/2017	Queijos Artesanais Brasileiros	Ciência do Leite	Dentro os queijos, destaca-se o purungo
21	11/10/2020	Conheça produtos paranaenses que são referência local e buscam selo	G1 – Paraná RPC Caminhos do Campo	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
22	12/06/2017	Conheça o DNS do queijo brasileiro artesanal que se destaca pela qualidade	Jornal Gazeta do Povo	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
23	13/10/2020	No Paraná, turismo tem certificação	Revista Panorama	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
24	2021	Taste Palmeira: proposta de comunicação digital no instagram para o Pão no Bafo de Palmeira - PR	UFPR	Receita que vai queijo purungo
25	07/11/2021	Medalha de prata no Concurso para Queijo Purungo de Palmeira	EXPOQUEIJ O BRASIL	Queijaria recebe medalha de prata em concurso
26	23/12/2020	Produtos das Indicações Geográficas (IGs) do Paraná viram	Gazeta do Povo	Incentivo na comercialização
27		Queijo Purungo Kg	Supermercado Franco Ltda	Comercialização do queijo no site do supermercado local

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quadro 5: Reportagens publicadas sobre a notoriedade do queijo purungo

(conclusão)

28		Produtos e Regiões Diagnosticados com Estruturação em Andamento	Sebrae-Origens Paraná	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
29	21/09/2020	PR: 15 novos produtos podem conquistar IG	Agrolink	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
30	21/09/2020	Sebrae/PR identifica 15 novos produtos com potencial para se tornarem Indicações Geográficas	Rádio Difusora do Xisto	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
31	2021	Queijos Artesanais Brasileiros	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento	Destaque ao queijo porungo citado como artesanal
32	11/10/2020	Panaense que são referências locais e buscam reconhecimento nacional	G1 – Foz do Iguaçu	Produtores procuram uma forma de reconhecimento
33	26/07/2021	Chefe de Turismo do Município fala a respeito do Queijo Porungo	Ipiranga – FM 91.7	incentivo governamental para produção e comercialização do queijo
34	2021	Chamada Pública/Edital Para Seleção De Projetos	Ministério da Educação	Queijaria em São Paulo participou de um projeto de promoção para IGs (comprovando que existe outra queijaria no estado de São Paulo que possui o nome do queijo como “purungo”)
35	Junho-2022	Queijo paranaense é premiado em concurso internacional: entenda como é feita a produção da receita	G1	Queijaria participou do concurso em Minas Gerais e recebeu melhada de ouro (1º lugar)
36	27/06/2022	Queijo “porungo” produzido em Palmeira é premiado em concurso internacional de queijos artesanais	Portal Cultura Sul FM	Queijaria participou do concurso em Minas Gerais e recebeu melhada de ouro (1º lugar)

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Verifica-se do conjunto acima reunido que existe uma tradição ao produzir o queijo naquela região pela questão histórica que envolve a receita do queijo e deixada como herança passada de geração em geração. Essa cronologia envolve aspectos

relevantes narrados por àqueles que construíram toda a história relacionada ao queijo, como o surgimento do caminho dos tropeiros e ao italiano Basílio Beraldi que ensinou a receita para a Família Baptista.

Os aspectos históricos fortes vistos nas reportagens acima, se repetem em relação ao caminho dos tropeiros, assim como ao italiano que ensinou aos antepassados da família Baptista a receita do queijo conhecido na Itália como “*caccio cavallo*”.

A reportagem feita através de uma entrevista em programa de televisão do evento nº 01, 04, 06 citam os mesmos relatos históricos. Especificamente na reportagem 04 é feita com uma historiadora da região que passa ricos detalhes da casa antiga da família Baptista e das gerações que passaram por ali e o quão presente foi a produção de queijo purungo. Curiosamente, na reportagem vinculada no evento nº 05, 35 e 36 os responsáveis pela queijaria Vanny repetem alguns elementos históricos em relação ao italiano e o tropeirismo.

Outro ponto importante é a reportagem vinculada na década de 80, no evento nº 02 em que apresenta a tradição com raízes já antigas na produção, visivelmente com as mesmas técnicas manuais. Essa reportagem foi apresentada em um programa de televisão na cidade de Curitiba/PR. No vídeo é possível verificar a técnica empregada em uma propriedade rural e familiar no município de Palmeira, também se verifica a tradição no consumo do produto com demais familiares à mesa e nessa especificamente com café.

Os eventos nº 05, 08 e 09, são reportagens escritas vinculadas em jornais de circulação a nível nacional e estadual citando as evidências históricas de notoriedade assim como a busca pelo reconhecimento da IG por parte dos produtores, responsáveis pelo IDR, Sebrae e secretaria de cultura local.

No evento nº 18 é encontrado todos os diagnósticos realizados pelo Sebrae nacional de todas as regiões do Brasil em que foram constatados potenciais regiões e produtos que possam ter reconhecido o seu direito a IG. Dentre esses diagnósticos, temos o que foi realizado no município de Palmeira/PR que apresentou um documento com 21 páginas e concluindo pelo potencial para o queijo purungo.

As questões técnicas abordadas tais como o SIM (Selo de inspeção municipal), SUSAF – Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar (Paraná), selo Arte (queijo artesanal) e SIF – Serviço de Inspeção Federal estão no evento nº 06. Para cada comercialização existe uma autorização, sendo que duas

queijarias possuem o SIM (queijo Baptista e queijos Vanny), ou seja, com essa autorização somente podem comercializar dentro do município de Palmeira. Na mesma reportagem, o representante dos queijos Vanny afirmou que estão em processo com o SIF.

O que se percebeu dentre as reportagens é a articulação de dois produtores de queijo da região quanto aos demais. Na realidade, como já bem observado, tanto a queijaria Batista quanto a queijaria Vanny possuem licença para produção e comercialização (SIM), diferentemente dos demais produtores (não se sabe ao certo quantos são), talvez seja isso que faça com que não vincule outros produtores, além deles.

Do conjunto de reportagens citadas no quadro 5 que fazem referência à notoriedade do queijo purungo, destaca-se que a sua maioria foi divulgada em mídia de grande circulação, com destaque para o programa na Rede Globo, onde houve a gravação de uma reportagem em Palmeira, contando toda a história do surgimento do queijo até como é feita a produção.

Em relação ao queijo da família Baptista, a participação é ativa em reportagens mostrando os meios de produção, contando a história da queijaria, reforçando a tradição e os aspectos históricos.

Já em relação ao outro produtor de queijos Vanny, percebeu-se que possuem participação em concursos realizados no Brasil com dois prêmios, comprovando que levam o nome da região e do queijo purungo.

Um dos concursos acontecem em 2018 na cidade de Florianópolis/SC e contou com a medalha de bronze dentre aproximadamente 711 queijos do país que participaram do concurso. O outro concurso era a nível internacional que aconteceu em junho deste ano (2022) na cidade de Araxá no estado de Minas Gerais, que rendeu o 1º lugar dentre queijos artesanais do mundo todo relacionados a “queijo de leite de vaca com massa filada jovem”.

Além disso, em visita aos mercados e padarias da região de Palmeira é possível encontrar com facilidade os queijos somente de dois produtores. Em todas as ocasiões não foi percebido a existência de outros queijos.

Figura 9 – Queijo purungo no mercado de Palmeira/PR



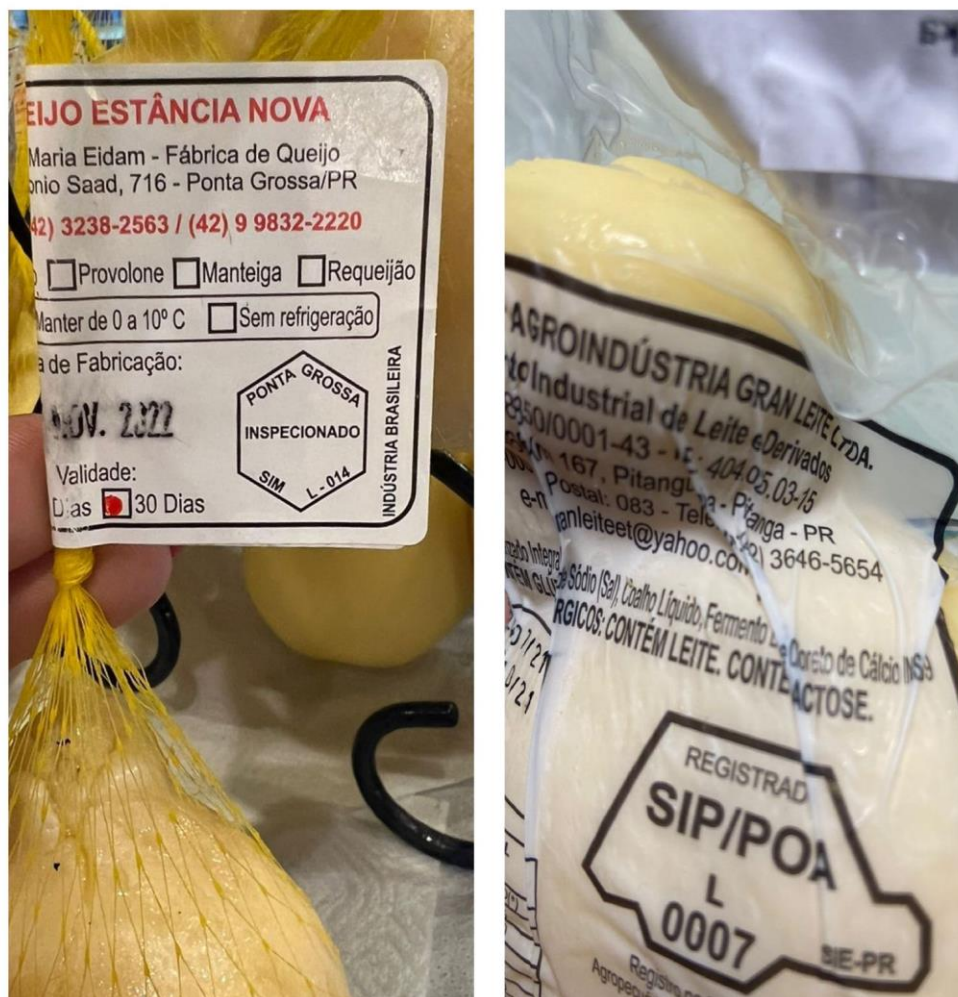
Fonte: Autora, 2022.

Através do compilado foi possível perceber o apoio do SEBRAE que fez os estudos da viabilidade do queijo purungo ser reconhecido como um potencial de IG. Outro ponto de destaque é que no ano de 2019, o queijo purungo produzido pelo produtor de queijo da queijaria Vanny, participou do concurso com maior evento deste gênero no Brasil e contou com a participação de 711 queijos.

Porém, em relação aos demais produtores existentes na região não se sabe muito, não existe presença forte nas buscas realizadas. Em conversa com a Sra. Flávia Leão, responsável pelo IDR/PR e acompanha os produtores, mencionou existirem outros produtores, mas não sabe ao certo precisar esse número. Sabe-se da existência de produtores inclusive fora do município de Palmeira, como nas cidades de Porto Amazonas, Pitanga, Ipiranga, Ponta Grossa, Prudentópolis e Catanduvas.

Em Porto Amazonas, o entrevistado afirmou ter conhecimento da existência de mais uma produtora de queijo purungo. Já em Catanduvas, conforme relatado acima, existe um café colonial rural localizado na região em que oferece o queijo purungo no buffet. Nos outros municípios, foram encontrados espalhados pelo comércio local os queijos, conforme fotografias abaixo retiradas:

Figura 10: Queijo purungo no comércio fora de Palmeira/PR



Fonte: Autora, 2022

Nessa seção, foi possível fazer a análise do conteúdo selecionado, assim como verificar a notoriedade do produto. Avançando mais na análise, passaremos a verificar a necessidade de proteção de uma IG, quais os atores foram selecionados para participar das entrevistas e por fim concluir a análise dos dados com base em cada categoria.

4.3 Necessidade de Proteção do Purungo por meio de uma IG

A IG é um instrumento jurídico de proteção, que proporciona ampla possibilidade de proteção dos direitos de propriedade intelectual e do conhecimento regional. O interesse pela proteção do queijo purungo é comum entre os atores principais: consumidores, poder público, aos produtores locais e para a região, pois

como já vimos, a IG está totalmente relacionada a fatores empresariais que impulsionam setores econômicos importantes para o município de Palmeira, como o turismo e a gastronomia, assim como aos produtores, agregando valor que aumenta a competitividade do produto no mercado.

A necessidade de proteção existente evitará a utilização indevida do nome e dos processos de produção fora da região de origem, protegendo e estabelecendo normas para punir os infratores que usurparem da notoriedade do purungo.

Além disso, a IG traz proteção que não se perde com o passar do tempo por se tratar de um reconhecimento de qualidade e notoriedade, além de promover o produto através da sua herança histórica e cultural construída ao longo dos anos.

4.4 Os atores locais envolvidos

A Norma Técnica 16.536 recomenda analisar dois fatores críticos para a implantação de um projeto de estruturação de uma IG, assim como o grau de sensibilização e esclarecimento dos produtores sobre os conceitos, responsabilidades, funcionamento, benefícios e principais desafios envolvidos neste processo (ABNT, 2016). Dessa forma, deve-se dar atenção na organização dos atores envolvidos no processo de estruturação da IG para criação uma rede colaborativa.

A organização (dos produtores) tem por base o acordo coletivo de qualidade do produto que requer um processo produtivo cujos métodos e técnicas, geralmente tradicionais, passam dos pais aos filhos ou parentes, outras vezes por sucessão empresarial. Esse processo vai desde o cuidado com a matéria-prima, passando pela boa conservação e armazenagem, industrialização, embalagem e distribuição, até chegar ao consumidor. O processo produtivo de uma IG de produtos está cada vez mais condicionado às exigências da rastreabilidade, sejam os produtos destinados para alimentação ou para qualquer outro uso. As características familiares e tradicionais da IG se relacionam com a satisfação do produtor, ao ver que o comércio valoriza o território e a técnica tradicional na elaboração do produto, elementos que compõem juntamente com uma qualidade ímpar a vantagem na concorrência com outros produtos de qualidade inferior ou que não desfrutam da mesma notoriedade. (PIMENTEL, 2013, p. 138)

Dessa forma, sabe-se que o processo de estruturação de uma IG é lento e que existem muitos requisitos. Dentre seus requisitos, destaque-se aqui os métodos e técnicas tradicionais que muitas vezes são herdados (de geração em geração).

Os produtores da região foram os atores convidados para participarem ativamente da pesquisa, tendo em vista que são os atores principais em razão da

análise sobre a produção e comercialização do queijo.

Todas essas questões foram aprofundadas por meio da análise documental e das entrevistas que foram desenvolvidas através de visita técnica na propriedade para observação dos meios e local de produção para o fechamento do trabalho.

4.5 A opinião dos produtores

Na presente seção, serão apresentados os dados e considerações analíticas ao conteúdo coletado e analisado neste estudo, a partir do resultado das entrevistas semiestruturadas. Os resultados aqui descritos são baseados na análise de conteúdo segundo (Bardin, 1977), que demonstra o entendimento dos entrevistados, com base nas informações dos resultados que inicialmente partiram na identificação das categorias analíticas.

4.6 Produção, comercialização e aspectos econômicos

O questionário foi formulado e adaptado com o intuito de compreender como a cadeia produtora se articula em meio a produção e comercialização do queijo purungo.

Iniciando com o valor social, uma das dimensões da proposta de Krucken (2009), visa justamente buscar analisar os aspectos sociais que permeiam o produto. Uma das principais intenções da proposta é avaliar a qualidade do produto perante o consumidor.

Se extrai das respostas dadas pelos entrevistados que o E1 e o E3 produzem todos os dias aproximadamente cada um de 200 a 300 litros conforme respostas dadas e o E2 produz cerca de 12 queijos por dia.

A comercialização dos entrevistados E1 e E3 é no comércio local (padarias, mercearias e supermercados), tendo em vista que possuem licença apenas dentro do município. O E2 faz a venda na porta da sua propriedade para os vizinhos e afirmou que geralmente faz sob encomenda também.

Na observação local, o E1 possui uma construção padronizada, com móveis de inox, freezers, tudo organizado, com telas de proteção nas janelas. Questionada acerca de quantas pessoas trabalham na produção, a mesma respondeu que ela e sua mãe produzem e seu pai leva os queijos até o comércio e como tudo é por

encomenda, não fica nenhuma peça na propriedade.

Já na queijaria do E3, houve a participação na produção e foi observado que trabalham todos em família e naquela ocasião, tinham 4 pessoas trabalhando em conjunto, cada um com uma função. Com equipamentos de proteção, tais como jaleco, luvas, botas, toucas e máscaras. Afirmaram que após a produção e devidamente embalados, levam até o comércio local e deixam algumas peças na queijaria porque também vendem direto na propriedade, geralmente para os vizinhos.

Em relação ao E2, foi observada uma construção em andamento, com móveis de inox, porém o proprietário afirmou que estava se adequando e interrompeu o avanço, tendo em vista que não conseguiu dar entrada na licença (SIM) para poder produzir e que isso lhe impedia inclusive de vender ao comércio local. Afirmou que tentou junto ao município mas lhe pareceu ser burocrático demais e desistiu.

Foi possível verificar diferenças significativas entre os três entrevistados, pois o E1 possui permissão para comercialização somente dentro do município de Palmeira, o E2 não possui permissão e por isso o mesmo comercializa apenas no portão da sua propriedade e o E3 possui a permissão para comercialização dentro do município (SIM) e está em processo para conseguir o SIF para comercializar fora do município. Além das dependências da queijaria existente, o E3 está com mais uma construção em andamento para se adequar as exigências do município no tocante a adaptação das instalações da queijaria para conseguir o SIF.

Todos afirmaram que possuem dificuldades em meio aos processos burocráticos e demorados para autorização de comercialização, inclusive todos confirmaram as dificuldades de apoio das autoridades locais e que não possuem apoio técnico efetivo.

Em relação as embalagens, foi possível verificar que os 3 (três) entrevistados possuem rótulos, porém um deles é mais simplificado, conforme abaixo apresentado (Figuras 11 a 13):

Figuras 11, 12 e 13: – Rótulos dos estabelecimentos respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa, 2022.

Nas embalagens é possível verificar a existência de informações como o nome, tabela nutricional, ingredientes, prazo de validade, licença e o nome do queijo purungo. Destaca-se o caso da queijaria Vanny que precisou incluir o nome “queijo caccio cavallo” para conseguir a liberação do SIM, segundo informações repassadas do proprietário. Por outro lado na embalagem da Queijos Talegnani as informações centralizaram no nome do queijo e na propriedade sem incluir purungo, assim como não há informações de quais ingredientes foram utilizados na sua produção. E por fim, as informações contidas na embalagem do Queijo Família Baptista frisa que o produto é artesanal, assim como traz as informações de ingredientes, validade e o selo de inspeção municipal.

Ao avançar no questionário, passamos pela 2ª dimensão que trata do valor

econômico, que faz uma análise da relação custo/benefício em termos de lucro. Obviamente tratamos com cuidado em relação a esse assunto para que o entrevistado não se sentisse intimidado com os questionamentos. Mas basicamente, a questão foi centralizada em saber se a renda principal girava em torno da produção.

No aspecto econômico para verificar sobre quais entrevistados dependem da comercialização do queijo, também há distinção. Enquanto o E1 afirmou que vive exclusivamente dos rendimentos das vendas dos queijos, o E3 afirmou que possui outros negócios e não depende apenas da produção do queijo e o E2 possui outros rendimentos e informou que inclusive pretende parar com a produção e comercialização do queijo purungo por falta de incentivo e dificuldades para conseguir permissão do município.

Nas observações gerais, se verifica que há um empenho muito grande entre as duas queijarias que possuem o SIM, porém ao serem questionados se possuem conhecimento de outros produtores, todos afirmaram ter conhecimento mas não passaram maiores informações de quem são e onde estão localizados. Inclusive, frisaram que não possuem contatos diretos ou outra espécie de relação com demais produtores de queijo.

As impressões deixadas pelos entrevistados é que todos mantêm seus negócios sem nenhum incentivo do poder público, assim como não há políticas públicas efetivamente visíveis aos produtores.

E com a apresentação desses dados, passaremos então a análise das demais dimensões: valor emocional, ambiental e cultural e impressões que se mostraram fortes.

4.7 Consumidor, cultura e sustentabilidade

Avançando nas entrevistas, foi possível verificar aspectos gerais sobre as informações que o consumidor passaram aos entrevistados sobre o produto, valores culturais em torno do consumo e a preocupação com o meio ambiente.

Para avaliação do valor emocional, buscou-se apresentar questionamentos ligados ao subjetivo de cada entrevistado sobre as percepções sensoriais que o consumidor tem do queijo, formas de consumo e quais lembranças positivas ou negativas o consumidor relata.

Os entrevistados responderam da seguinte forma ao questionamento sobre o

que o seu consumidor diz sobre o seu produto:

E1: Principalmente por ser um **produto fresco**. O **sabor é bem suave**, né? O pessoal gosta que tem aquele gostinho do soro ainda, então é bem molhadinho e bastante umidade. Nosso queijo é bem úmido. Eu acho que isso é o que mais chama a atenção. A maioria das pessoas que eu recebo é a nossa nossa alegria escutar que a pessoa come o queijo e **lembra da casa da vó, lembra da tradição da família**. Então bastante gente comenta isso. E é por isso que a gente está aqui até hoje.

Além desses detalhes, o entrevistado E1 justificou que a maneira artesanal de se fazer o queijo chama a atenção dos consumidores e entende que o consumo do produto é totalmente ligado à memórias afetivas assim como o sabor.

E2: Ele **muda de sabor** até na própria da casa do consumidor. Se você compra um queijo no mercado e esse queijo, você tira ele da embalagem, põe na geladeira, ele vai adquirindo, vai mudando. Cada dia que passa ele vai mudando o sabor dele. Aí ele vai adquirindo um sabor já mais natural do próprio queijo. Uma peça de queijo. Uma não é igual a outro, nunca vai ser, nunca você vai produzir mesmo aqui na própria propriedade. Se a gente produz na semana 200 queijos, isso como você produziu na semana, você foi tirando durante os sete dias o leite pegando para fazer esse queijo. Pode ser das mesmas vacas, comendo os mesmos alimentos, vai dar um queijo um pouquinho diferente um do outro. Nunca vai ser igual, mas o sabor e a textura ele adquire uma formato, essas coisas. Ele **é um queijo artesanal feito com a mão**. Não tem forma, não tem nada, mas em termos de sabor. E cada propriedade tem o seu, o seu sabor específico. Mas o que também denomina um sabor mais acentuado no queijo. **A principal coisa é a higiene no fazer, o queijo é você ter e eu é a matéria prima que é o leite**. Tem que ser de primeira qualidade. O leite tem que ser um leite de primeira. Você não pode a vaca que tomar qualquer tipo de medicamento. Esse leite não é destinado para o queijo pelo mínimo aqui na minha propriedade.

O entrevistado E2 explicou que cada queijo possui um sabor característico, assim como em cada propriedade produzida. O mesmo relatou que depende do leite da vaca, que o animal possui fases de humor que altera no leite do dia. Enfatiza que pelo queijo ser feito artesanalmente, chama a atenção do consumidor assim como o sabor.

E3: Eu acho que ele tem um **sabor suave**, então as crianças gostam muito. Então a gente já pelo paladar da criança, que já é um sabor mais novo, não tão acentuado assim. Nós temos inúmeras pessoas que já não residem mais em Palmeira e que quando voltam para cá para visitar ou para passear, ou mesmo quando os parentes vão até eles fora do município, **pede que levem o queijo**.

O E3 afirmou que o sabor é muito característico do queijo e não é encontrado em outros, a textura úmida, o modo de produção artesanal faz com que o consumidor

procure seu produto. Enfatizou que pessoas de outras localidades adquirem o queijo e ligam a memória afetiva com a família e com a infância. Foi possível concluir que o queijo apresenta características diferenciadas quando se comparado com outros queijos. Possui sabor, textura e visualmente aspectos relativamente fortes e especiais, ligados a memória afetiva e familiar.

A outra dimensão trata do valor simbólico e cultural, relaciona-se as tradições assim como a história que envolve o produto, seu sistema de produção e consumo.

Para tanto, percebeu que o consumo está ligado a tradição e cultura do consumidor local, as impressões que o consumidor repassa aos entrevistados é que o modo de produção totalmente artesanal é uma vantagem para todos. O consumidor adquire o produto por ter um valor histórico da região, por ser fato notório que é produzido há muitos anos, ser feito manualmente peça por peça e que produz valores sensoriais da infância.

Por fim, a última dimensão analisada se refere ao valor ambiental que é vinculada aos meios de uso sustentável dos recursos naturais. As questões direcionadas aos entrevistados foram a respeito da preocupação ambiental em relação à sua propriedade e a produção do queijo.

De maneira geral, os entrevistados responderam sobre a preocupação com o meio ambiente e sobre o descarte dos resíduos da produção de maneira consciente. Analisados os pontos indicados, foi possível extrair através das conclusões das visitas *in loco* em conjunto com as respostas quando da aplicação do questionário as seguintes sínteses:

O E1 afirmou que possui um rio que passa ao final da sua propriedade e que há a preocupação em não poluir ou descartar de maneira errada os seus resíduos. O E2 afirmou que possui cuidado, inclusive por ter na propriedade plantações, rebanhos e outros animais e que se preocupa com o meio ambiente e o E2 afirmou que faz o descarte correto dos resíduos para não causar poluição ambiental.

Em síntese, a partir da compilação das três entrevistas e das observações realizadas nas propriedades, pode-se caracterizar o purungo conforme os valores verificados a partir da proposta de (Krucken, 2009) (Quadro 6):

Quadro 6 – Dimensões para avaliação de produtos e serviços baseados na Estrela de Valor

DIMENSÕES DE VALOR	AVALIAÇÃO COM BASE NAS ENTREVISTAS E OBSERVAÇÕES
<p>1º Valor funcional ou utilitário - mensurado por atributos objetivos: caracteriza-se pela “adequação ao uso”. Refere-se às qualidades intrínsecas do produto, a sua composição, origem e propriedades, à segurança de consumo (controle sanitário da natureza das matérias-primas, do modo de produção e comercialização, dos ingredientes e aditivos, da segurança da embalagem etc.) e a aspectos ergonômicos.</p>	<p>Frescor Sabor suave Evolução de sabor e textura ao longo do tempo Presença de selo de inspeção (em 2 dos 3 sujeitos) Higiene e qualidade do Leite presente entre os 3 sujeitos Produção totalmente artesanal, comercialização local, embalagem à vácuo (em 2 dos 3 sujeitos)</p>
<p>2º - Valor emocional – de caráter subjetivo: incorpora motivações afetivas ligadas às percepções sensoriais que compreendem componentes táteis, visíveis, olfativos e gustativos e o sentimento relacionado à compra e ao consumo/utilização do produto</p>	<p>Sabor suave com a presença sutil do sal, úmidez, sentimento de infância, característico e diferenciado.</p>
<p>3º - Valor ambiental: vinculado principalmente à prestação de serviços ambientais por meio do uso sustentável dos recursos naturais como as florestas.</p>	<p>Cuidados com o meio ambiente, descarte consciente dos resíduos inutilizados</p>
<p>4º - Valor simbólico e cultural: relacionado às outras dimensões da qualidade –, relaciona-se à importância do produto nos sistemas de produção e de consumo, das tradições e dos rituais relacionados, dos mitos e dos significados espirituais, da origem histórica.</p>	<p>Ritual seguido de geração em geração, História da produção contando com mais de 100 anos, formas de consumo na mesa das famílias, Procura dos moradores e turista da região no consumo do queijo,</p>
<p>5º - Valor social: relaciona-se aos aspectos sociais que permeiam os processos de produção, comercialização e consumo dos produtos (ex.: repartição equitativa dos benefícios, inclusão, qualidade das relações, bem-estar, reconhecimento).</p>	<p>Reconhecimento pela forma do produto como queijo purungo; forma característica do queijo da região, Produto encontrados no comércio local e adquiridos todos os dias, tendo em vista que a produção é diária; Formato menor para concentrar a qualidade do sabor do produto e o consumo imediato;</p>
<p>6º - Valor econômico – de caráter objetivo: baseia-se na relação custo/ benefício em termos monetários.</p>	<p>Verificou-se que apenas 1 dos 3 sujeitos vive exclusivamente da comercialização do queijo. O produto é vendido por kilo no comércio local</p>

Fonte: Elaborado com base nos dados da pesquisa (2022).

De maneira geral, as visitas se mostraram muito enriquecedoras ao ser possível fazer a observação dos meios de produção assim como a dinâmica da propriedade. Embora, dois dos entrevistados sejam os mesmos que participaram do diagnóstico, entende-se que a presente pesquisa complementou de maneira positiva o diagnóstico anteriormente realizado, ao passo que aprofundou mais sobre os estudos em torno do valor produto.

Ainda sobre o número de entrevistados, também é de se acrescentar que a presente pesquisa foi suficiente para esclarecer que há um motivo para que o mesmo

seja reduzido. Fica evidente que não existe coesão entre os produtores da região e fica também aparente que a intenção dos seus pequenos produtores é incipiente.

Além do que, o foco principal era buscar, ao aplicar as dimensões de (Krucken, 2009) os estudos sobre a qualidade do produto que só poderia ser percebida e avaliada por meio da análise documental e de entrevistas. Diferentemente do diagnóstico, foi possível vivenciar a maneira como a dinâmica funciona nas propriedades. Foi possível verificar ainda, que todas as propriedades são rurais, de difícil acesso, longe da área urbana. Participar da produção manual foi importante ao passo que se verifica a importância dada a história do queijo e a cultura no consumo e o empenho em que esses produtores vivem.

Quadro 7 – Dimensões da Estrela de Valor x Notoriedade (reportagens publicadas)

DIMENSÕES DE VALOR	NOTORIEDADE
1º Valor funcional ou utilitário	As informações gerais das reportagens fazem menção direta aos atributos do sabor característico do queijo
2º - Valor emocional	Novamente o sabor é ligado as questões emocionais e também de memória afetiva (familiar)
3º - Valor ambiental	<u>Não há menção</u> relacionadas as questões ambientais ou de sustentabilidade
4º - Valor simbólico e cultural	A cultura se mostra muito presente assim como a história do queijo e inclusive os produtores evidenciam esse ponto de maneira muito relevante nas entrevistas
5º - Valor social	As evidências dentre as reportagens demonstram um valor social grande em torno da história, do consumo pelos moradores locais
6º - Valor econômico	Acomercialização do queijo é local

Fonte: Elaborado com base nos dados da pesquisa (2023).

Percebeu-se que a aplicação do método da Estrela de Valor em forma de entrevistas com a visita *in loco* complementa a análise documental que visou a análise da notoriedade. As visitas *in loco* foram importantes para analisar o local onde o queijo é produzido, dentre os 3 (três) entrevistados, foi possível verificar que a Queijaria Vanny e a Queijaria Batista possuem uma estrutura organizada, adequada, conforme legislação, tendo em vista que possuem o SIM. Por outro lado, foi possível constatar que a Queijaria Vanny está em processo de conseguir o SIF e está com uma estrutura maior para se adequar as exigências do órgão de fiscalização. O terceiro entrevistado possui uma estrutura bem menor e não adequada, inclusive afirmou que não estava mais produzindo devido não possuir o SIM.

Os aspectos relevantes se mostram presentes na articulação que os produtores realizam através de entrevistas em jornais e programas de televisão com

o intuito de levar o conhecimento sobre a história, cultura e meios de produção artesanal do queijo. Por outro lado, foi possível verificar da análise da aplicação do método da Estrela de Valor que não há uma articulação entre os produtores, falta de uma associação/cooperativa para agir em prol dos interesses em conjunto, assim como o desinteresse na participação ativa na pesquisa.

Por fim, inclusive constatou-se que existem produtores em regiões fora do município de Palmeira, como por exemplo em Porto Amazonas, Ipiranga e Prudentópolis. Isso também dificulta o reconhecimento de uma IG quando se verificar que não há uma delimitação geográfica definida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando o objetivo proposto nesse trabalho, foi possível verificar que não há potencialidade para a implementação de uma indicação de procedência do queijo purungo da região de Palmeira/PR. Em relação ao potencial, foi possível concluir divergências na delimitação da área geográfica, principalmente porque existem produtores fora da região de Palmeira/PR.

Por outro lado, em relação aos estudos da notoriedade, a partir das entrevistas concluiu-se que existe uma história cultural de muitas gerações e que é contada para as novas, assim como a receita é seguida desde quando ela surgiu na região. A partir do método da estrela de valor, foi possível entrevistar 3 produtores de queijos, apesar das limitações e do receio de outras pessoas se recusarem a participar. Além da análise dos reportagens publicadas sobre o Queijo Purungo e a região de Palmeira/PR que faz com que existe a notoriedade da região.

Verifica-se, a partir dos referencial teórico, que o reconhecimento de IG pode trazer benefícios para a cadeia produtora, principalmente na melhoria da qualidade de vida e renda dos produtores, trazendo benefícios aos consumidores e consequentemente ampliaria o turismo na região contribuindo para o desenvolvimento sócioeconômico da região.

As dimensões do método da estrela de valor contribuíram para compreender quais os atributos foram conferidos ao queijo purungo. De certa forma, percebeu-se que existe articulação de dois produtores na região, porém são independentes ao passo em que, um deles está vinculado com uma associação de Curitiba. Por outro lado, o aspecto histórico e cultural é bastante forte e evidente, tanto nas entrevistas quanto na análise documental. Não há controversa em relação ao caminho dos tropeiros e quanto a receita passada por um viajante. Outro ponto relevante, é que no aspecto ambiental, não há entre os entrevistados um cuidado diferente daquele em que as pessoas estão cientes de que devem seguir.

Percebeu-se das visitas que as dificuldades enfrentadas fazem parte do cotidiano em relação principalmente a comercialização. A falta de incentivo local e a burocracia para se requerer a licença é a maior reclamação. Por meio da análise da notoriedade, percebeu-se a preocupação dos produtores no reconhecimento do produto e as formas mais vistas foram nas divulgações por meio de entrevistas e publicações de informações nos meios de comunicação tanto por jornal online quanto

através dos canais de televisão. Denota-se o esforço em conjunto para propagação das informações sobre o queijo e a região, com o intuito de requerer atenção dos responsáveis que estão nas direções dos órgãos públicos para que percebam o quão importante é o reconhecimento da IG para o queijo purungo.

Outra dificuldade percebida é que não há um engajamento entre os produtores, o que verificou é que existem duas queijarias aparentemente consolidadas e autônomas uma da outra que conseguiram o SIM, porém não existe qualquer articulação entre si. A falta do conhecimento de quem são os outros produtores foi um obstáculo para saber quais são suas principais dificuldades e anseios, tendo em vista que essa informação não foi encontrada até o presente momento. Outro problema evidenciado, além da falta de uma associação/cooperativa de produtores locais é que, existem produtores de queijos fora da delimitação geográfica do município de Palmeira. Como já exposto, existem produtores em outros municípios, assim como o entrevistado localizado em Porto Amazonas.

Ainda que o diagnóstico de partida tenha apontado o queijo como sendo de Palmeira tem-se a produção em outros municípios adjacentes. Contudo, não foi possível averiguar o interesse e semelhanças desses já que não houve retorno positivo à pesquisa. Fato é que intitulam o seu queijo porungo ou porunginho e, aparentemente, produzem queijo por processo semelhante. Entende-se que, caso almejem continuar em busca da IG, a articulação/mobilização pode contemplar os produtores desses locais. Mesmo que optem pelo nome geográfico Palmeira para a IG a região delimitada pode contemplar outros municípios.

Percebe, contudo, grande movimentação de apenas dois produtores, mas não há articulações mais contundentes em relação aos outros. Através das entrevistas foi possível perceber que a principal reclamação é a falta de interesse do setor público, assim como a demora nos processos de se conseguir a licença. O entrevistado 3, afirmou que fazem 3 (três) anos que aguarda o SIF para conseguir comercializar fora do município de Palmeira. Quando questionados sobre auxílio técnico, percebeu-se que não há incentivo ou atenção voltada na parte prática de auxílio. Inclusive, foi possível extrair a informação de que o E1 está com planos de mudar o foco da produção para incluir o turismo em sua propriedade com o objetivo de chamar a atenção dos consumidores e aumentar as vendas para fora do município. Dessa forma, entende que atraindo turistas de fora faz com que consiga comercializar mais queijos.

O ponto de partida para o início dessa pesquisa foi a partir do diagnóstico que concluiu que a região de Palmeira possui um potencial para o reconhecimento de indicação de procedência para o queijo purungo. Foram 9 (nove) os critérios utilizados no diagnóstico para analisar as evidências históricas: produto, territorialidade, produção/cadeia produtiva, governança, identidade e senso de pertencimento, desempenho econômico, necessidade de proteção, pesquisa envolvida e visão de futuro. Embora o diagnóstico tenha abrangido todos os critérios, o estudo ficou carecendo de aprofundamento, tais como notoriedade e entrevistas com observação in loco abrangidas nessa pesquisa.

O diagnóstico viabilizou compreender que existe potencial para indicação de procedência, porém somente com o estudo foi possível entender as dificuldades enfrentadas nesse processo. A utilização da averiguação da notoriedade e das entrevistas semiestruturadas foram fundamentais, pois proporcionou a compreensão sobre a região, assim como a interação dos produtores acerca das vantagens da indicação geográfica.

Foi possível apresentar as características relevantes do queijo purungo, porém a delimitação da área produtora não foi possível por dois fatores: o primeiro deles é não ter uma precisão de quantos produtores a região possui e o outro é o conhecimento da existência de produtores fora da região de Palmeira/PR, inviabilizando a delimitação geográfica como já dito anteriormente.

Em relação a notoriedade, as reportagens apontam que é evidente a existência e reconhecimento do queijo purungo, assim como as nuances ao entorno, como os fatores históricos e culturais. Assim como foi possível verificar o empenho em divulgar o produto com o intuito do conhecimento para um maior número de pessoas. O último objetivo específico traçado foi analisar a cadeia produtiva existente na região, e nesse quesito restou prejudicado, tendo em vista que o número de participação foi mínimo e não foi possível analisar afundo quais são os participantes ativos na promoção e divulgação do queijo purungo.

Os resultados apresentados neste trabalho, apontam para questões de suma importância não apenas para o reconhecimento de IG, mas para a melhoria na articulação da cadeia produtora de queijos na região. A pesquisa de campo permitiu concluir que os produtores de queijo não possuem articulação ativa entre si, inclusive 2 (dois) produtores não deram retorno positivo para participar das entrevistas.

Foi possível observar em conversa com os que participaram que a maior parte

do produtores não possuem interesse em participar por receio ou medo de serem proibidos de produzir queijos. A falta também de uma associação faz com que não exista uma união para auxílio um dos outros, inclusive o E1 está associado a uma entidade em Curitiba/PR. As relações entre os atores precisam ser fortalecidas de forma eficaz, com a ideia de permitir o desenvolvimento local em conjunto com as articulações políticas do município.

A inclusão dos responsáveis governamentais, principalmente estadual e municipal é fundamental para o reconhecimento da IG e a criação de políticas públicas voltadas para a melhoria da cadeia produtiva. Na esfera federal é preciso que sejam criadas ou ainda, fortalecidas as políticas públicas para a região e que se tornem mais céleres os processos para conseguir o SIF/SUSAF.

Além disso, percebeu-se que os produtores precisam unir suas relações de confiança e proximidade com o objetivo de fortalecer a criação e o desenvolvimento de associações/cooperativas. Fazendo com que compreendam as vantagens competitivas da região, favorecendo os consumidores, o desenvolvimento local e abrangência na comercialização. Obviamente que entende ser uma ação complexa, ao passo que o produto já existe há longos anos e até o presente momento ainda não há uma situação concreta sobre os rumos do futuro do queijo purungo.

A relevância acadêmica da presente pesquisa fica caracterizada ao passo que a dissertação cumpre com o preenchimento de uma lacuna acerca da temática. O estudo da potencialidade da implementação da IG aqui estudada é uma inovação e pode servir de base para estudos futuros e políticas públicas voltadas para a região do município de Palmeira.

A relevância para o Programa de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa também cumpre-se com o trabalho. Palmeira é um município que faz parte da região dos Campos Gerais e que está inserido na área de abrangência direta da UEPG.

A relevância social com a pesquisa aqui depositada também revela-se. O estudo do desenvolvimento, enquanto forma de liberdade, foi utilizado como verdadeiro pano de fundo no trabalho. Demonstrou-se que a dificuldade de articulação para a comercialização do produto da região é fator impeditivo do desenvolvimento, da organização e do progresso social.

A relevância pessoal para a pesquisadora também resta cumprida. A proposta discutida com a Professora Orientadora permitiu uma pesquisa que flui com potencial

inclusive para novos estudos. A pesquisa indica para potencial sequência dos estudos sobre a temática das IGs e para a necessidade de maior exploração científica da região e do produto.

As contribuições teóricas e práticas do trabalho realizado foram de suma importância, porque apontou que não há na pesquisa científica e pesquisadores com a preocupação em analisar as potencialidades da região relacionadas ao queijo purungo. Tanto o diagnóstico realizado como a análise documental e entrevista se complementam para voltar os olhos na preocupação com esse tema importante. Sugere-se para estudos futuros realizar uma pesquisa completa com a cadeia produtora com a participação dos consumidores, poder público, membros do Sebrae e IDR em uma força tarefa conjunta para localizar demais produtores de queijo e conscientizar sobre a importância de se unirem com o interesse coletivo para que exista a possibilidade futura do reconhecimento de uma IG para a região.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Agricultura e desenvolvimento rural. *Jornal Econômico*, São Paulo. 220 p. Jun, 2007. Disponível em: <<https://ricardoabramovay.com/2007/06/agricultura-e-desenvolvimento-rural/>>. Acesso em: 10 jul 2021.

ACORDO TRIPS – Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio (Acordo Trips ou Acordo Adpic 1994). Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/02/ac_trips.pdf>. Acesso em: 04 ago 2020.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO PARANÁ. **Paranaenses ganham 12 prêmios no concurso do Queijo Brasil**. Disponível em: <<https://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=103858>> Acesso em 12 fev 2023.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Sebrae/PR identifica 15 novos produtos com potencial para IGS**. Disponível em: <<http://www.pr.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/PR/sebraepr-identifica-15-novos-produtos-com-potencial-para-se-tornarem-indicacoes-geograficas,0fff09b8bd0b4710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 12 fev 2023.

AGROLINK. **PR: 15 novos produtos podem conquista IG**. Disponível em: <https://www.agrolink.com.br/noticias/pr--15-novos-produtos-podem-conquistar-ig_439865.html> Acesso em 12 fev 2023.

ALGATÃO, F.C.S. **O tropeiro como propagador cultural e mola mestra da cultura cafeeira no século XIX**. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao41/materia06/> Acesso em: 23 ago 2022.

ALMEIDA, A. P. O. **Feira do produtor rural de Parauapebas, PA: aspectos econômicos e sociais**. 2010. 57 f. Monografia (Curso de Agronomia) – Universidade Federal do Pará, Marabá, 2010.

ASCENSÃO, J.O. **Concorrência desleal**. Coimbra: Almedina, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Com 25% da produção nacional, MG aposta no queijo como saída para crise e geração de renda**. Disponível em: <<https://www.abras.com.br/clipping/geral/67836/com-25-da-producao-nacional-mg-aposta-no-queijo-como-saida-para-crise-e-geracao-de-renda>>. Acesso em: 08 jul. 2021.

BARBOSA, D.B. **Uma introdução à propriedade intelectual**. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/2380/epp_2020_1tri.pdf> Acesso em: 10 ago. 2020.

BARBOSA, Denis Borges. **Domínio Público e Patrimônio Cultural**. In: ADOLFO,

Luiz Gonzaga e WACHOWICZ, Marcos (coord.), **Direito da Propriedade Intelectual: estudos em homenagem ao Pe. Bruno Jorge Hammes**. Curitiba: Juruá, 2006. Texto de 2005, disponível em: <http://denisbarbosa.addr.com/bruno.pdf>

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70. ed., 1977.

BAUER, M. **Análise de conteúdo clássica: uma revisão**. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BLOG NACO ZINHA BRASIL. **Queijo Porunginho**. Disponível em: <https://www.nacozinhabrasil.com/o-blog-e-a-autora> Acesso em 12 fev 2023.

BONADIO, G. **Tropeirismo e a formação do Brasil**. Sorocaba: academia: Sorocaba de Letras; fundação Ubaldino do Amaral; Skol/Momesso/ Caracu, 1984.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. 496 p. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em: 09 dez 2022.

BRASIL. **Lista de IGS Nacionais e Internacionais Registradas**. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/listaigs>. Acesso em: 13 jul. 2021.

BELAS, C. A. **Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. 2012. 266 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2012.

BOLETIM AGROREGIONAL/PR. **Queijo Porungo de Palmeira busca Indicação Geográfica IG**. Disponível em: <https://boletimagroregional.com/noticias/queijo-purungo-de-palmeira-busca-indicacao-geografica-ig/> Acesso em: 12 fev 2023

CABRAL, D.H.Q. **Análise comparativa dos sistemas de proteção dos nomes de origem no Brasil e na França**. Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5708/570864650009/html/>. Acesso em: 08 jul. 2021.

CALLIARI, L.J., HOLLAND, K.T., PEREIRA, P.S., GUEDES, R.M.C., SANTO, R.E.. **The influence of mud on the inner shelf, shoreface, beach and surf zone morphodynamics – Cassino, Southern Brazil**. Coastal Sediments'07, New Orleans, MS, 1–11.

CAMINHOS DO CAMPO RPC/PR. **Queijo Purungo de Palmeira**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8926622/> Acesso em: 12 fev 2023.

CANAL RURAL. Selo Arte: **A lei que define regras para queijos artesanais começa a valer**. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/noticias/pecuaria/leite/selo-arte-bolsonaro-assina-lei->

que-define-regras-para-queijos-artesanais/>. Acesso em: 13 ago. 2021.

CANAL RURAL: **Selo Arte está presente em 160 produtos artesanais do país.** Disponível em: <<https://www.canalrural.com.br/noticias/selo-arte-presente-160-produtos/>> Acesso em: 17 ago. 2021.

CAPELLA, A. C. N.; BRASIL, F. G. “Subsistemas, comunidades e redes: articulando ideias e interesses na formulação de políticas públicas”. **Revista do Serviço Público**. Brasília, v. 66, n. 3, p. 449-474, jul/set 2015^a.

CASTRO, J. A. de; OLIVEIRA, M. G. de. **Políticas públicas e desenvolvimento**. In: MADEIRA, L. M. (org.). Avaliação de Políticas Públicas. Porto Alegre: UFRGS/CEGOV, 2014.

CERDAN, C. **Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais do sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável.** Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2009v8n14p277/10961>>. Acesso em: 23 ago 2022.

CERDAN, C.M.T.; BRUCH, K.L. ; SILVA; A.L. ; PIMENTEL, Luiz Otávio. **Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio**. 2. ed. Brasília: MAPA, 2010.

CERDAN, C.M.T.; BRUCH, K.L.; SILVA, A.L.; COPETI, M.; FÁVERO, K.C.; LOCATELLI, L. **Indicação Geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual.** In: **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento;** organização Luiz Otávio Pimentel – 4. ed. – Florianópolis: MAPA, Florianópolis: FUNJAB, 2014.

CIÊNCIA DO LEITE. **Queijos Artesanais Brasileiros.** Disponível em: <<https://cienciadoleite.com.br/noticia/3835/queijos-artesanais-brasileiros>> Acesso em 12 fev 2023.

CHALITA, M.A.N, VARELA, C.A., SATO, G.S., SATUDT, N.P. **Processo de certificação de qualidade para produtos agroalimentares: o selo produto São Paulo.** Informações Econômica, SP, 2009. Disponível em: <http://www.iea.sp.gov.br/ftp/iea/publicacoes/IE/2009/tec7-0309.pdf>. Acesso em 09 dez 2022.

COELHO, F.U. . **Curso de Direito Comercial**, Vol. 1: direito de empresa. 16^a edição. São Paulo: Saraiva, 2012.

COSTA, V.B. **A indicação geográfica como ferramenta de valorização de território e proteção de comunidades locais com reputação de cultivo de plantas medicinais: o caso da região do Maciço da Pedra Branca no Estado do Rio de Janeiro.** Vanise Baptista da Costa- - 2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/COSTAVaniseBaptista2014.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2021.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed Bookman, 2007.

DAGNINO, R. **Gestão estratégica da inovação: metodologias para análise e implementação**. Taubaté: Cabral Editora e livraria universitária, 2002.

DATASEBRAE. Censo Agropecuário, 2017 – IG Canastra. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/ig-canastra/>> Acesso em 07 set 2020.

DAL BOSCO, M. G. **Discricionariedade em políticas públicas: um olhar garantista da aplicação da lei de improbidade administrativa**. Curitiba: Juruá Editora, 2007

DALLABRIDA, V. R.. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no Estado de Santa Catarina** / Valdir Roque Dallabrida (org.) - São Paulo: LiberArs, 2015.

DATA SEBRAE. **Diagnósticos realizados pelo SEBRAE**. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/diagnosticos-realizados-pelo-sebrae/>> Acesso em 12 fev 2023.

DEMO, P. **Cidadania tutelada e cidadania assistida**. Campinas: Autores Associados, 1995.

DI BLASI, G. **A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes e desenhos industriais analisados a partir da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

DONALDSON, K. M.; ISHII, K.; SHEPPARD, S.D. Customer value chain analysis. **Research in Engineering Design**, London, v. 16, 2006.

DORES, M.T.; FERREIRA, C.L.L.F. Queijo minas artesanal, tradição centenária: ameaças e desafios. **Rev. Brasileira Agropecuária Sustentável**, 2012.

DORTZBACH, D.; NEPPEL, G.; TRABAQUINI, K.; VIEIRA, V.F. **Indicação da Erva-Mate do Planalto Norte Catarinense: produto**. Florianópolis, SC: Epagri, 101p. 2018.

DUPIM, L.C.O. **Indicações Geográficas e o Desenvolvimento Local: Estudo Exploratório e Comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty**. Tese de Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Instituto de Economia, UFRJ. Rio de Janeiro 2015.

DYE, T. **Understanding Public Policy**. NJ: Englewood Cliffs, Prentice-Hall. 1975.

EMATER. **Fabricação do Queijo Porongo – Família Bastos (vídeo 1980)**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=z6SsDOKWkaU>> Acesso em: 12 fev 2023.

FARAH, M.F.S. Análise de políticas públicas no Brasil: de uma prática não nomeada à institucionalização do “campo de públicas”. **Revista da Administração Pública**,

São Paulo, 2016. Disponível em: <scielo.br/j/rap/a/tYDC3xqzZK33gpY3vfZ7jpG/?lang=pt>. Acesso em: 17 ago 2021.

EXPOQUEIJO BRASIL. **Medalha de prata no concurso para Queijo Porungo de Palmeira**. Disponível em:< <https://www.expoqueijobrasil.com.br/concursopremiacao>> Acesso em 12 fev 2023.

FERREIRA, C. **Produção de queijo: artesanal e industrial**. Disponível em <<https://cwww.cpt.com.br/artigos/producao-de-queijo-artesanal-e-industrial>>. Acesso em 03 ago 2020.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 2.ed. Bookman/Artmed: Porto Alegre, 2004.

FREITAS, A. De. **Palmeira Reminiscências e tradições**. V. II, Editora Lítero – técnica. Curitiba, 1984.

FREITAS, A.L.C. **Design e Artesanato: uma experiência de inserção de metodologia de projeto de produto**. 140 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) Escola de Engenharia, Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2006. Disponível em: Acesso em: 07 dez 2022.

FOLHA DE LONDRINA. **Queijo do norte pioneiro é premiado no concurso Queijo Brasil**. Disponível em: <<https://www.folhadelondrina.com.br/fohla-rural/queijo-do-norte-pioneiro-e-premiado-no-concurso-queijo-brasil-2964484e.html>> Acesso em: 12 fev 2023.

FORTES, M. **A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento – uma visão do estado da arte**. Universidade Estadual de Santa Maria, SC, 2006.

FURTADO, C. **Trabalhei como um condenado. Celso Furtado 80 anos: homenagem da Paraíba**. Queiroz, R. (org.) .João Pessoa, Sebrae/PB, 2001.

GAZETA DO POVO. **Produtos das Indicação Geográficas (IGs) do Paraná viram presentes de amigo-secreto**. Acesso em 12 fev 2023. Disponível em:< <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/produtos-ingredientes/produtos-das-indicacoes-geograficas-igs-do-parana-viram-presentes-de-amigo-secreto/>>

G1 PARANÁ RPC. **Conheça produtos paranaenses que são referência local e buscam selo de reconhecimento**. Acesso em 12 fev 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2020/10/11/conheca-produtos-paranaenses-que-sao-referencias-locais-e-buscam-selo-de-reconhecimento.ghtml>>

G1- FOZ DO IGUAÇU. **Paranaense que são referências locais e buscam reconhecimento nacional**. Acesso em 12 fev 2023. Disponível em:< <https://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2020/10/11/conheca-produtos-paranaenses-que-sao-referencias-locais-e-buscam-selo-de-reconhecimento.ghtml>>G1. **Queijo Paranaense é premiado em concurso**

internacional: entenda como é feita a produção da receita. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2022/06/26/queijo-paranaense-e-premiado-em-concurso-internacional-entenda-como-e-feita-a-producao-da-receita.ghtml>> Acesso em 12 fev 2023.

GEBRIM, S. **Indicação Geográfica valoriza produtos agropecuários.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/internetMAPA/paginainicial/comunicacao/noticias/noticia-aberta?noticiaid=31408>> Acesso em: 06 ago 2020.

GODOY, A. S. Introdução a pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas.** São Paulo, v. 35, n. 2, Mar./Abr. 1995B, p. 57-63.

GUSMÃO, L. A. S. C. 2001. Constant e Berlin : **a liberdade negativa como a liberdade dos modernos.** In : SOUZA, J. (org.). Democracia hoje. Novos desafios para a teoria democrática contemporânea. Brasília : UNB.

GONTIJO, C. **As transformações do sistema de patentes, da Convenção de Paris ao Acordo Trips:** a posição brasileira. Berlin: FDCL/Gneisenaustr.2ª, 2005.

GUTIÉRREZ, H. **Donos de terras e escravos no Paraná: padrões e hierarquias nas primeiras décadas do século XIX,** São Paulo, v.25, n.1, p. 100-122, 2006.

Disponível

em: <<https://www.scielo.br/j/his/a/6SJbMYX6CfbGDXwmpybjZPD/?format=pdf&lang=pt.>> Acesso em: 04 out 2021.

HOCHMAN, G.. **Políticas públicas no Brasil.** Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007.

INPI (instituto Nacional da Propriedade Industrial). **Guia Básico de indicação geográfica.** Disponível em: <<http://antigo.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica>>. Acesso em: 03. Ago. 2020.

INPI – INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Guia básico: indicação geográfica.** [2019]. Disponível em: <<https://bit.ly/32HeiNj>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI (Brasil). **Guia Básico -Indicação Geográfica.** Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/guia_basico_indicacao_geografica>. Acesso em: 21 mai. 2017.

IPAM AMAZÔNIA. **Indicação Geográfica e Produtos Agropecuários.** Disponível em: <https://ipam.org.br/wpcontent/uploads/2020/07/Apresenta%C3%A7%C3%A3o_Indica%C3%A7%C3%A3o-Geogr%C3%A1fica-de-Produtos-Agropecu%C3%A1rios_Patricia-Saraiva.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2021.

IPIRANGA – FM 91.7. **Chefe de turismo do município fala a respeito do Queijo Porungo.** Disponível em: < <https://radioipiranga.com.br/editoriais/chefe-de-turismo-do-municipio-fala-a-respeito-do-queijo-purungo/>> IVANO. **Parabéns Palmeira – 198 anos.** Disponível em: <https://www.palmeira.pr.leg.br/institucional/noticias/parabens->

palmeira-2013-198-anos-1 Acesso em: 23 ago 2022.

LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. (Org.). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade : indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. 2. ed. Brasília, DF : SEBRAE, 2006.

LOPES, B. R; AMARAL, J.N. . **Políticas Públicas: conceitos e práticas**; coordenação de Ricardo Wahrendorff Caldas – Belo Horizonte : Sebrae/MG, 2008. 48 p. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/E0008A0F54CD3D43832575A80057019E/\\$File/NT00040D52.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/E0008A0F54CD3D43832575A80057019E/$File/NT00040D52.pdf)>. Acesso em: 06 mai. 2021.

JOLY, L. **Quais são os principais tipos de queijo produzidos no Brasil?** Revista Super Interessante, 2009.

JORNAL GAZETA DO POVO. **Produtos IGs do paraná viram presentes de amigo secreto**. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/ingredientes/produtos-das-indicacoes-geograficas-igs-do-parana-vm-presentes-de-amigo-secreto/>> Acesso em 12 fev 2023.

JORNAL GAZETA DO POVO. **Conheça o DNS do Queijo brasileiro artesanal que se destaca pela qualidade**. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/>> Acesso em 12 fev 2023.

JORNAL PÁGINA UM. **Queijo Porungo quer reconhecimento**, 2020, Disponível em: <http://www.paginaum.com/e107_files/downloads/PAGINAUM3354.pdf> Acesso em: 12 fev 2023.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. I. L.; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

KERSTENETZKY, C.L. (2012), **O Estado do Bem-estar Social na Idade da Razão: A Reinvenção do Estado Social no Mundo Contempor neo**. Rio de Janeiro, Campus/Elsevier.

KRUCKEN, L. **Design e Território**. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEMOS, R. **Propriedade intelectual**. 2. Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

LOPES, B.; AMARAL, J. N.; WAHRENDORFF, R. **Políticas Públicas: conceitos e práticas**. Belo Horizonte: Sebrae, 2008.

MAIORKI, G.J & DALLARIDA, V.R. **A indica o geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribui o econômica no desenvolvimento territorial: Integra es**, 2015.

MARTINS FILHO, I. G. **Direitos fundamentais**. In: MARTINS, I. G. S.; MENDES, G. F. N.; NASCIMENTO, C. V. Tratado de direito constitucional 1. São Paulo: Saraiva, 2010.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J.. **Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das IG no Brasil**. In: NIEDERLE, Paulo André (org.). Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações**, Campo Grande, v. 16, n. 1, p. 13-25, jan.-jun. 2015.

MAPA. **Portaria nº 146, de 07 de março de 1996**. Brasília, 1996. Disponível em: <http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/servlet/VisualizarAnexo?id=4344>. Acesso em: 12 set. 2020.

MARQUES, G. R. G. **Analisando o desenvolvimento: a perspectiva de Amartya Sen**. *Revista Urutaguá*. N. 22, UEM: 2010.

MASULI K.;YAMADA, T. **Queijos franceses**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2010.

MATOS, L. I.; ROVERE, R. L. As diferentes interpretações dos conceitos e aplicações em campo de Indicação Geográfica dadas pelas instituições brasileiras. **DRd- Desenvolvimento Regional em Debate**, 7, 4-20. 2017.

MEDEIROS, M. L.. **Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo minas artesanal do Serro**. 2015. Tese (Doutorado em Administração de Organizações) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2015. Doi:10.11606/T.96.2016.tde-04012016-135644. Acesso em: 19 jun 2021.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Lista de IGs nacionais e internacionais registradas**. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/listaigs>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

MINITÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Chamada pública/edital para seleção de projetos**. Acesso em 12 fev 2023. Disponível em: < https://www.gov.br/mec/pt-br/media/aceso_informacao/pdf/Resultadoanalisedocumentaledital63.pdf>

MINAYO, M. C. S; SOUZA, E. R. S.; CONSTANTINO, P.; SANTOS, N. C. **Métodos, técnicas e relações em triangulação**. In. MINAYO, Maria Cecília de Souza; ASSIS, Simone Gonçalves de; SOUZA, Edinilsa Ramos de. Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais. Rio de Janeiro; Editora Fiocruz, 2005.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Queijos artesanais brasileiros**. Disponível em: < <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1135036/1/Guia-de-Negocio-Queijos-Artesanais.pdf>> Acesso em 12 fev 2023.

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA. **Propriedade intelectual**. Disponível em: < <<https://www.gov.br/mcti/pt-br>> Acesso em: 18 abr. 2020.

MORAES, D. **Metaprojeto: O design do Design**. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

MORRIS, C. (org.). **Os grandes filósofos do direito: leituras escolhidas em direito**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

MORAES D., KRUCKEN L, REYES P. **Cadernos de Estudos Avançados em Design: Identidade- Vol. 4**. Editora UEMG, MG, 2010.

NASCIMENTO, C. V. **Tratado de direito constitucional 1**. São Paulo: Saraiva, 2010.

NOGUEIRA, H. **Gestão de Marketing I v. Único** / Heloisa Nogueira, Marco Souza. – 1.ed. – Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2009.

ONO, M.M. **Design e cultura: sintonia essencial**. Curitiba: Edição da autora, 2006.

PAULA, J.C.J. de; CARVALHO, A.F. de; FURTADO, MANSUR M.. **Princípios básicos de fabricação de queijo: do histórico à salga..** Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes, [S.l.], v. 64, n. 367, p. 19-25, dez. 2013. ISSN 2238-6416. Disponível em: <<https://www.revistadoilct.com.br/rilct/article/view/76>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

NÚCLEO DE INOVAÇÃO E TRANSFERÊNCIA TECNOLÓGICA DA UFRA.

Indicação Geográfica. Disponível

em:<https://nit.ufra.edu.br/index.php?option=com_content&view=article&id=96&Itemid=299> Acesso em: 23 jun 2021.

PELLIN, V. **Indicação geográfica, políticas públicas e desenvolvimento territorial sustentável: uma análise a partir do processo de reconhecimento da IG para chope e cerveja artesanal da região de Blumenau (SC), em sua arena pré-decisional**. 2016. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau (FURB), Blumenau, SC, 2016.

PEREIRA, C.M.S. **Instituições de Direito Civil: posse, propriedade, direitos reais de fruição, garantia e aquisição**. 19. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005.

PEREIRA, L. C.; VIEIRA, A.C.P. O desenvolvimento regional a partir do enoturismo na região delimitada pela Indicação de procedência dos Vales da Uva Goethe – sul de Santa Catarina. *In: Anais IV Seminário de Ciências Sociais Aplicadas*, 2014, Criciúma. IV Seminário de Ciências Sociais Aplicadas. Criciúma: Editora Unesc, 2014.

PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II, indicação geográfica**. 4. Ed. Brasília, DF: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

PINTO, Jefferson Campos; PAIXÃO Ana Eleonora Almeida. **Indicação geográfica como estratégia para o desenvolvimento regional**. Proceeding of ISTI –

ISSN:2318-3403. Aracaju/SE – 20 a 22/09/ 2017. Vol. 8/n.1/ p.259-266 259 D.O.I.: 10.7198/S2318- 3403201700080027. Disponível em: <http://www.api.org.br/conferences/index.php/ISTI2017/ISTI2017/paper/viewFile/226/162>. Acesso em Jan. 2023.

PORTAL CULTURA SUL FM. **Queijo “porungo” produzido em Palmeira é premiado em concurso internacional de queijos artesanais.** Disponível em:< <https://portalculturasulfm.com.br/2022/06/queijo-porungo-produzido-em-palmeira-e-premiado-em-concurso-internacional-de-queijos-artesanais/>> Acesso em 12 fev 2023.

PORTO, P.C.R.. **Indicações Geográficas**, modelo Brasil. Aracaju: Evocati Revista, n. 29, maio 2008 Disponível em:< <https://www.gov.br/inpi/ptbr/servicos/academia/arquivo/arquivos-biblioteca/porto-patricia-carvalho-da-rocha.pdf>> . Acesso em: 23 jun. 2021.

PRÊMIO QUEIJO BRASIL. **Resultado V Prêmio Queijo Brasil.** Disponível em: <<http://www.premioqueijobrasil.com.br/index.php/evento/edicoes-antiores/v-premio>> Acesso em 12 fev 2023.

PRODUTOS FINOS. **Sabia que o Brasil produz 70 tipos de queijo? Escolha seu favorito!** Disponível em: <<https://www.produtosfinos.com.br/queijos/sabia-que-o-brasil-produz-70-tipos-de-queijo-escolha-seu-favorito/>>. Acesso em: 24 out 2021.

PRODUTOS ORIGENS PARANÁ. **Produto diagnosticado como potencial de IP.** Disponível em: <<https://www.sebraepr.com.br/wp-content/uploads/Cat%C3%A1logo-Online-de-Produtos-Origens-Paran%C3%A1-SEBRAE-Fev-2021.pdf>> Acesso em 12 fev 2023.

PROGRAMA ESTÚDIO C DA RPC/PR. **Queijo Porungo em Palmeira.** Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/9598820/>>
RCTV REDE CLIMA. **Queijo Porungo de Palmeira busca reconhecimento.** Acesso em: 12 fev 2023. Disponível em: <<https://redeclima.tv.br/queijo-porungo-de-palmeira-busca-reconhecimento-nacional/>> Acesso em: 12 fev 2023.

RÁDIO DIFUSORA DO XISTO. **Sebrae/PR identifica 15 novos produtos com potencial para se tornarem Indicações Geográficas.** Disponível em:< <https://www.facebook.com/1646128585626596/posts/2649278341978277/>> Acesso em 12 fev 2023.

REDAÇÃO BONDE. **Brasil produz 70 tipos de queijos; Conheça os preferidos.** Disponível em: <<https://www.bonde.com.br/gastronomia/noticias/brasil-prduz-70-tipos-de-queijos-conheca-os-preferidos-179159.html>>. Acesso em: 25 jul. 2021.

REDAÇÃO SOBRE QUEIJOS. **Queijo cabacinha curiosidades e fabricação.** Disponível em: <<https://sobrequeijos.com/queijo-cabacinha/#:~:text=O%20queijo%20recebe%20esse%20nome,como%20%C3%A9%20deixado%20para%20secar.>>>. Acesso em: 31 mai de 2021.

REDE MASSA. **Queijo de Palmeira é premiado.** Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=OW9cDSMoQDo>> Acesso em: 12 fev 2023.

REVISTA D'PONTA. **Prefeitura de Palmeira busca certificação para o Queijo Porungo.** Disponível em: <<https://dpontanews.com.br/campos-gerais/prefeitura-de-palmeira-busca-certificacao-para-o-queijo-porungo/>> Acesso em 12 fev 2023.

REVISTA DISTINÇÃO DIGITAL. **Palmeira, terra do Queijo Porungo.** Disponível em: <<https://www.tribunasc.com/distincao/2020/04/29/palmeira-terra-do-queijo-porungo/>> Acesso em: 12 fev 2023.

REVISTA PANORAMA. **No Paraná, turismo tem certificação.** Disponível em:<<http://www.panoramadoturismo.com.br/tag/gastronomia>> Acesso em 12 fev 2023.

REYES, P. Construção de cenários no design: o papel da imagem e do tempo. **9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.

RODEGHERO, C.; MULLER, I. F. & BRUCH, K. L. **Políticas Públicas de incentivo às indicações geográficas como forma de promoção de desenvolvimento como liberdade.** In: VIEIRA, A. C. P. ; BRUCH, K. L. Indicação Geográfica, Signos Coletivos e o Desenvolvimento. Editora IBPI Europa, 2015.

MATOS, L. I. ; ROVERE, R. L. As diferentes interpretações dos conceitos e aplicações em campo de Indicação Geográfica dadas pelas instituições brasileiras. **DRd- Desenvolvimento Regional em Debate**, 2017.

TREVISAN, A. P.; BELLEN, H. M. V. Avaliação de políticas públicas: uma revisão teórica de um campo em construção. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 3, p. 529-550, 2008.

TRENTINI F., SAES M. **Sustentabilidade: o desafio dos biocombustíveis.** Vol. 1, 190 p., São Paulo: Annablume, 2010.

SACCO A., F. et al. **Sobre 'efígies e esfinges': indicação geográfica, capital social e desenvolvimento territorial.** In: DALLABRIDA, V. R. (Org.). Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial. São Paulo: LiberArs.

SANTIAGO D., XIOMARA B.; RIVERA, D. "An Examination of the Use of Pesticides in Puerto Rican Agriculture," RURALS: Review of Undergraduate Research in Agricultural and Life Sciences: Vol. 10: Iss. 1, Artigo 1, 2016 Disponível em: <https://digitalcommons.unl.edu/rurals/vol10/iss1/1> Acesso em 10 dez 2022.

SEBRAE-ORIGENS/PR. **Produtos e regiões diagnosticados com estruturação em andamento.** Disponível em:< <https://www.sebraepr.com.br/origens-parana/>> Acesso em 12 fev 2023.

SEBRAE. **Indicações Geográficas: oriente-se pelas Normas Técnicas.** Disponível

em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/indicacoes-geograficas-oriente-se-pelas-normastecnicas,310d975cfef17510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso: 18 out. 2021.

SCHNELL, D.T. **O projeto regional rota dos tropeiros: uma análise de Palmeira-Paraná**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Território). Universidade Estadual de Ponta Grossa, Paraná, p. 35. 2013.

SEN, A.K. . **A ideia de justiça**. Tradução Denise Bottmann e Ricardo Doninelli Mendes. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SEN, A.K.. **Desenvolvimento como liberdade**. Tradução Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SCHMIDT, C. M., SAES, M. S. M.; MONTEIRO, G. F. de Á. Value creation and value appropriation in networks: an empirical analysis of the role of geographical indication in the wine industry in Vale dos Vinhedos, RS, Brazil. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 16, n. 3, p. 343-362, 2014.

SHUKLA, V. Historical development of geographical indication law under international arena. **International Journal of Law**. V.2, 2016.

SIEDENBERG, D. R. Indicadores de Desenvolvimento Socioeconômico – uma Síntese. **Desenvolvimento em Questão**, n. 1, jan./jun. 2003.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. **Análise de Conteúdo: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos. IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade – ENEPO**. Brasília – DF, 03 a 05 de 2013. Disponível em <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEPQ/enepq_2013/2013_EnEPQ129.pdf>, acesso em 03-10-2022.

SILVEIRA, V.C.P.; VARGAS, I.C.S. **Indicações Geográficas no Brasil: possibilidades para os produtores da área de produção ambiental do Ibirapuitã**, Rio Grande do Sul. In: Congresso da SOBER. 2007

SOARES, J.C.T. **Direito de Marcas**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 1968. SOUZA, Celina. “**Políticas Públicas: Questões Temáticas e de Pesquisa**”, Caderno CRH 39: 11-24. 2003

SOARES, L. E RODRIGUES, F. Artesanal x industrial: **entenda as diferenças na produção de queijos do Sul de MG**. Disponível em <<https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/minas-dos-queijos/noticia/2019/05/27/artesanal-x-industrial-entenda-as-diferencas-na-producao-de-queijos-do-sul-de-mg.ghtml>>. Acesso em 07 set 2020.

SOUZA, M.T.C.. **Direito e desenvolvimento: uma abordagem a partir das perspectivas de liberdade e capacitação**. Curitiba: Juruá, 2011.

SOUZA, C. **Estado da arte da pesquisa em políticas públicas**. P. 65-86. In:

HOCHMAN, Gilberto; ARRETCHE, Marta; MARQUES, Eduardo (Orgs.). *Políticas públicas no Brasil*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

SOUZA, C. **Políticas Públicas: Uma revisão da literatura**. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p.20-44. Jul./dez. 2006.

SOUZA, A.M. **O acordo sobre os aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio (TRIPS): implicações e possibilidades para saúde pública no Brasil**. Imprensa Brasília, IPEA, 2011.

SUPERMERCADO FRANCO LTDA. **Venda queijo Porungo kg**. Disponível em: <<https://www.sitemercado.com.br/supermercadofranco/palmeira-loja-centro-centro-r-padre-camargo/produto/queijo-purungo-kg>> Acesso em 12 fev 2023.

SYLVANDER, B. Et al. **Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux. Symposium Territoires et enjeux du développement régional**, Lyon, 2005.

TRIVIÑOS, A.N. **Complexidade e pesquisa interdisciplinar: epistemologia e metodologia operativa**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TONIETTO, J.O. **Conceito de denominação de origem: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro**. Bento Gonçalves: EMBRAPACNPUV, 1993.

TRIBUNA/SC. **Palmeira, terra do queijo porungo**. Disponível em: <<http://www.tribunasc.com/distincao/2020/04/29/palmeira-terra-do-queijo-porungo>>/. Acesso em 31 mai 2021.

TV PARANÁ TURISMO. **Paraná História e Sabores: Queijo Porungo (Palmeira)**.. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Jq6MzTK3cU4>> Acesso em: 09 dez 2022. Acesso em: 12 fev 2023

UFPR. **Taste Palmeira: proposta de comunicação digital no instagram para o pão no bafo de Palmeira/PR**. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/71697>> Acesso em 12 fev 2023.

VALENTE M.E.R; PEREZ R.; RAMOS A.M., CHAVES J.B.P, **Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil na União Europeia**. Universidade Federal de Santa Maria, RS, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cr/a/G4h5QWDs78hSpTqvmqFCcNQ/abstract/?lang=pt>>. Acesso em: 09 dez. 2022.

VIEIRA, A.C.P.; PELLIN, V. **O uso do instituto das indicações geográficas como instrumento de promoção do desenvolvimento territorial rural – o caso dos Vales da Uva Goethe, Brasil – SC**. In: Anais 20th APDR Congress – Renaissance of the regions of southern europe, Évora: Universidade de Évora, 2014. Disponível em: <http://apdr.pt/data/documents/Proceedings_20_congresso_APDR.pdf>. Acesso em: 21 jul 2021.

VIEIRA A.C.P., ZILLI J.C., BRUCH K.L. **Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação [recurso eletrônico] : ambiente institucional e organizações – Criciúma**, SC: UNESCO, 2017. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/5939/1/EBOOK.pdf>>. Acesso em: 22 jun 2021.

VILAS BOAS, A. A., ANDRADE, R. O., 2009. **Gestão estratégica de pessoas**. 1 ed., Rio de Janeiro, Elsevier.

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)**. 2008. 166f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, SC.

WILENA, M. (Coordenadora) **Inventário da oferta Turística**.: Secretaria de Turismo, Prefeitura Municipal. Disponível em: <<http://www.palmeira.pr.gov.br/wp-content/uploads/2021/06/INVENT%C3%81RIO.pdf>> Acesso em: 23 ago. 2021.

ZUCCHERELLI M. **A ‘rota do tropeiros’ – Projeto Turístico na região dos Campos Gerais: Um olhar antropológico**. Universidade Estadual do Paraná, Curitiba/PR, 2008. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/15962/ROTA?sequence=1>. Acesso em: 09 dez 2022.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



Universidade Estadual de Ponta Grossa
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

COMISSÃO DE ÉTICA EM PESQUISA EM SERES HUMANOS
Av.: Gen. Carlos Cavalcanti, 4748 CEP: 84030-900 Bloco M, Sala 100
Campus Uvaranas Ponta Grossa Fone: (42) 3220.3108 e-mail: seccoep@uegp.br

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você _____, está sendo convidado a participar da pesquisa **“Um Estudo sobre as potencialidades do Queijo Purungo de Palmeira/PR para implantação de uma Indicação Geográfica de Procedência”** tendo como pesquisadora responsável a Aluna Mestranda Geovanna Gomes da Silva e como Professora Orientadora a Prof^a Dr^a Mirna de Lima Medeiros. O objetivo da pesquisa é verificar a possibilidade de implementação de uma Indicação Geográfica, inicialmente no município de Palmeira. A sua participação no estudo será no fornecimento de informações sobre as formas de produção e comercialização do Queijo Purungo e seus aspectos históricos por meio de resposta a uma entrevista orientada por roteiro semiestruturado. Garantimos que suas informações só serão utilizadas após o seu consentimento, ou seja, a assinatura deste documento, mediante o sigilo de sua identidade. Também informamos que as análises e resultados desta pesquisa serão utilizados na elaboração do projeto de dissertação que deverá ser publicada posteriormente como forma de artigo científico.

Após as análises você será informado dos resultados desta pesquisa da qual participa. Sua participação é voluntária, portanto, não receberá recompensa ou gratificação nem pagará para participar. Será garantido o livre acesso a todas as informações e retirada de dúvidas sobre o estudo, enfim, tudo o que você queira saber antes, durante e depois da participação na pesquisa. Você poderá deixar de participar do estudo a qualquer momento, sem apresentar justificativas e, também, sem prejuízo ou perda de qualquer benefício. Em caso de dúvidas, você poderá entrar em contato com qualquer um dos membros da pesquisa ou com a Comissão de Ética em Pesquisa da UEPG:

Aluna Mestranda Geovanna Gomes da Silva

Rua: Theodoro Rosas, 1126, conjunto 2, centro - Ponta Grossa/PR Telefone: (42) 99823-3999

Prof^a Orientadora Dr^a Mirna de Lima Medeiros

Rua : Santos Dumont nº1465, Centro - Ponta Grossa /PR Telefone: (42)999198534

Comitê de Ética em Pesquisa

UEPG campus Uvaranas, Bloco M, sala 100 Telefone: (42) 3220-3108.

Assinatura do convidado para a pesquisa

Assinatura pesquisador participante

Ponta Grossa, ____ de _____ de 2022.

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA PRODUTORES DE QUEIJO

UM ESTUDO SOBRE AS POTENCIALIDADES DO QUEIJO PURUNGO DE PALMEIRA/PR PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA IG DE PROCEDÊNCIA

Objetivo: Conhecer o trabalho desenvolvido pelos produtores de queijo Porungo (Porungo), sua produção e comercialização, bem como os principais pontos críticos e dificuldades atuais.

Dados do entrevistado(a):

Nome:

Data de Nascimento:

Endereço:

E-mail e telefone:

Profissão:

Questões da Pesquisa

PRODUÇÃO

1. Há quanto tempo você produz queijo? Como costuma chamá-lo?
2. A "receita" que você utiliza em sua produção foi adquirida como?
3. Qual é a composição principal do queijo?
4. Qual sua média diária de produção de queijo?
5. Possui uma marca comercial?
6. Você recebe algum tipo de assistência técnica? Para que finalidade(s)?
7. Como funciona o armazenamento dos queijos?
8. Quantos kg/peças são produzidos em média por dia?
9. Existe algum tipo de controle da qualidade ou padrão/boas práticas do queijo produzido?
10. As embalagens possuem o nome da queijaria, ingredientes que foram utilizados e validade?

COMERCIALIZAÇÃO

1. Como é a forma de comercialização do queijo? Onde ele é vendido?
2. Existem estabelecimento de alimentação em que se encontra receitas com o uso do queijo na região?

CONSUMIDOR

1. Quais os principais fatores que levam o consumidor a adquirir seu produto?
2. Quais as características de sabor que são destacadas pelos clientes?
3. Você acredita que o produto desperta algum tipo de memória ao ser consumido? Se sim de que tipo seriam? Pode exemplificar?
4. Na sua percepção, qual é a importância da forma de produção do queijo purungo para o consumidor?
5. Gostaria de saber a sua opinião com relação ao que percebe do seu consumidor. Listarei algumas questões e gostaria que você me dissesse qual o grau de importância que o seu cliente dá para cada questão:
0: Sem importância; 1: Pouco Importante; 2: Moderadamente Importante; 3: Importante; 4: Muito Importante

Grau de importância	0	1	2	3	4
Marca					
Tradição na produção					
Pontos de Venda (localização)					
Sabor					
Cuidados com Higiene					
Cuidados com o Meio Ambiente					
Selos de Inspeção					
Memória afetiva					
Atividades Realizadas na propriedade (anotar que tipo se houver)					

NEGÓCIOS

1. Quais são suas principais dificuldades em seu negócio atualmente?
2. Como você vê o futuro da sua queijaria?
3. Você conhece outros produtores de queijo porungo da região? Possui algum tipo de relação com eles?
4. Você participa de alguma entidade coletiva (cooperativa, associação, sindicato etc)? Em caso positivo, qual?
5. Já ouviu falar sobre Indicação Geográfica (IG)?
6. Explicar o que é IG caso a resposta anterior seja não ou seguir caso seja sim]. Você teria interesse em ter esse selo de origem para o queijo porungo? Quais são as questões positivas e negativas que você vê nesse selo?

SUSTENTABILIDADE

1. Atualmente a sua propriedade tem uma visão em relação ao meio do uso sustentável dos recursos naturais?
2. Questão de captação de água ou outro meio de uso pensando na preservação e sustentabilidade?

CULTURAL

1. O queijo purungo possui quantos anos aproximadamente de história aqui na região?
2. Tem conhecimento através de seus clientes se eles possuem uma forma de consumo do queijo?
3. Existe visitação aberta na sua propriedade em relação ao Turismo?

ECONÔMICO

1. A sua renda familiar gira em torno da produção do queijo ou tem outra fonte de renda além dessa?

ANEXO A – APROVAÇÃO DO PROJETO NO COMITÊ DE ÉTICA

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PARA O QUEIJO PORUNGO

Pesquisador: GEOVANNA GOMES DA SILVA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 47417021.0.0000.0105

Instituição Proponente: Universidade Estadual de Ponta Grossa

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.746.247

Apresentação do Projeto:

Projeto de Pesquisa:

UM ESTUDO SOBRE A VIABILIDADE DE IMPLEMENTAÇÃO DE UMA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PARA O QUEIJO PORUNGO.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

O objetivo desse estudo é analisar a viabilidade de implementação de uma indicação de procedência do Queijo Porungo, do município de Palmeira/PR.

Objetivo Secundário:

- a) Discutir indicações geográficas como política pública de fomento ao desenvolvimento territorial.
- b) Apresentar como é a estruturação das IGs no Brasil, destacando as instituições e os atores envolvidos;
- c) Caracterizar o queijo porungo e sua área produtora;
- d) Analisar o interesse e a articulação com relação à potencial indicação de procedência do queijo porungo entre os atores locais;
- e) Listar ações e custos necessários para o reconhecimento de uma indicação de procedência e verificar possibilidades para a IP Porungo.

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvararanas, Bloco da Reitoria, sala 22

Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900

UF: PR **Município:** PONTA GROSSA

Telefone: (42)3220-3282

E-mail: propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 4.746.247

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Tempo em que precisarão reservar para a entrevista e também as expectativas que podem ser criadas tendo em vista o interesse na concessão da

Indicação Geográfica do queijo para a região.

Benefícios:

Participação na contribuição positiva para a pesquisa, a compreensão do funcionamento de uma IG, expectativa de desenvolvimento

socioeconômico a partir da concessão da IG para a região.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

As Indicações Geográficas (IGs) tem como marco legal a Lei de Propriedade Intelectual, que possui duas espécies: a Indicação de Procedência e a

Denominação de Origem. As IGs contam com diversas vantagens, dentre elas, a proteção legal, preservação histórica, valorização do produto e o

desenvolvimento sócioeconômico da região. O marco teórico principal adotado nessa proposta de pesquisa é o de Políticas Públicas e

Desenvolvimento Territorial. O objetivo desse estudo é analisar a viabilidade de implementação de uma indicação de procedência do Queijo

Porungo, do município de Palmeira/PR. Para tanto optou-se por realizar uma pesquisa exploratório-descritiva de viés quanti-qualitativo. A coleta de

dados se dará por meio da análise documental, para o levantamento histórico da região de Palmeira/PR, seu desenvolvimento, cultura e aspectos

sociais; e também por meio da aplicação de entrevistas guiadas por roteiro semiestruturado junto a atores locais. Para análise das mesmas optou-se

por utilizar os procedimentos da metodologia de análise de conteúdo e por fim, a triangulação dos dados. Espera-se com os resultados que a

presente pesquisa confirme a viabilidade da IG do Queijo Porungo.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Em anexo e de acordo com as resoluções 466/2012 e 510/2016

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22

Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900

UF: PR **Município:** PONTA GROSSA

Telefone: (42)3220-3282

E-mail: propespsecretaria@uepg.br

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 4.746.247

Recomendações:

Enviar o relatório final ao término do projeto de pesquisa por Notificação via Plataforma Brasil para evitar pendências.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Projeto foi aprovado sem restrições, após avaliação documental. O projeto se encontra dentro dos princípios éticos e metodológicos, de acordo com o Conselho Nacional de Saúde, Resolução 466/2012 e 510/2016.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1760978.pdf	24/05/2021 16:21:28		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto.pdf	24/05/2021 16:14:24	GEOVANNA GOMES DA SILVA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	24/05/2021 16:13:03	GEOVANNA GOMES DA SILVA	Aceito
Folha de Rosto	folha_e_rosto.pdf	24/05/2021 16:12:49	GEOVANNA GOMES DA SILVA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

PONTA GROSSA, 31 de Maio de 2021

Assinado por:
ULISSES COELHO
(Coordenador(a))

Endereço: Av. Gen. Carlos Cavalcanti, nº 4748. UEPG, Campus Uvaranas, Bloco da Reitoria, sala 22
Bairro: Uvaranas **CEP:** 84.030-900
UF: PR **Município:** PONTA GROSSA
Telefone: (42)3220-3282 **E-mail:** propespsecretaria@uepg.br

**ANEXO B – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS
FORAM ARQUIVADAS EM PENDRIVE**