

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**

**GABRIELA CRISTINA COVALCHUK**

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS: O  
CASO DA IG DE SÃO MATHEUS**

**PONTA GROSSA  
2022**

**GABRIELA CRISTINA COVALCHUK**

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS: O  
CASO DA IG DE SÃO MATHEUS**

Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Mestra no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa, na área de concentração Cidadania e Políticas Públicas, linha de pesquisa: Estado, Direitos e Políticas Públicas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup>. Dra. Mirna de Lima Medeiros.

**PONTA GROSSA  
2022**

C873 Covalchuk, Gabriela Cristina  
Indicação geográfica e cesta de bens e serviços territoriais: o caso da IG de São Matheus / Gabriela Cristina Covalchuk. Ponta Grossa, 2022.  
129 f.

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

Orientadora: Profa. Dra. Mirna de Lima Medeiros.

1. Indicação geográfica. 2. Cesta de bens e Serviços Territoriais. 3. Pós-IG. 4. Erva-mate. 5. São Matheus. I. Medeiros, Mirna de Lima. II. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Cidadania e Políticas Públicas. III.T.

CDD: 330.9

## TERMO DE APROVAÇÃO

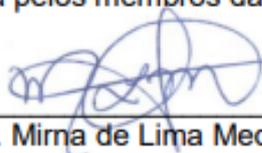
### **GABRIELA CRISTINA COVALCHUK**

#### **“Indicação Geográfica e cesta de bens e serviços territoriais: o caso da IG de São Matheus”.**

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, 15 de dezembro de 2022.

Assinatura pelos membros da Banca



Assina por todos

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Mira de Lima Medeiros - UEPG-PR - Presidente

---

Prof<sup>a</sup>. Cláudia Souza Passador - FEARP/USP-SP - Membro Externo

---

Prof<sup>a</sup>. Augusta Pelinski Raiher - UEPG-PR – Membro Interno

---

Prof. Dr. João Luiz Passador - FEARP/USP-SP – Suplente Externo

---

Prof. Dr. Robson Laverdi – UEPG-PR(PPGH) – Suplente Interno

*Aprendendo a acreditar que posso ser, de propósito, o máximo possível de mim mesma.*

## AGRADECIMENTOS

Tem momentos que a gente anseia que o tempo parasse tudo a nossa volta por uns minutos – e esse é um deles. Esse momento em que paro para contemplar um grande sonho na minha caminhada acadêmica é algo que ainda estou me acostumando. E, embora eu não seja meu estudo, meu trabalho, minha pesquisa, eu não estudaria, não trabalharia nem pesquisaria o que eu pesquiso se eu não fosse quem eu sou. A isso, escrevo com o capricho que posso para lembrar que as revoluções só juntas transformam.

Lembro que, paradoxalmente, a escrita é solitária e repleta de pessoas caminhando junto. Por isso, o apoio que recebi foi imprescindível nessa solidão acompanhada. Aos meus pais, Ana e Eugenio, minha filhotinha Quiara, e minha família, pela dedicação integral e companheirismo. Eternizo meu amor e gratidão.

Agradeço, em especial, à minha orientadora, Profa. Dra. Mirna de Lima Medeiros, por ter sido uma fortaleza próxima num período em que as esquinas eram distantes. Dentre as minhas disritmias e inquietações acadêmicas, você me possibilitou aprendizados que perpassaram orientações e questões geográficas. Sou muito grata por ter tido a sorte de ser sua orientada. Obrigada por tanto.

Aos professores do Programa de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa, bem como aos meus colegas, que contribuíram para que os estudos durante a pandemia tivessem leveza.

Reforço agradecimentos às professoras que aceitaram o convite para participar da minha banca examinadora: Profa. Dra. Augusta Pelinski Raiher e a Profa. Dra. Claudia Souza Passador. Suas contribuições foram de extrema valia para a concretização deste trabalho.

Ao Prof. Dr. Robson Laverdi, do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela atenção e pela conversa fluida. Suas contribuições foram muito valiosas para esta pesquisa.

Agradeço aos atores inseridos no território da Indicação Geográfica de São Matheus, que colaboraram com minha pesquisa, concedendo entrevistas e me recebendo com acolhimento.

Aos amigos que acompanharam minha vida acadêmica e torceram por mim. Agradeço, de forma destacada, ao Lincon Mioduski Ferreira, por toda parceria e amizade durante os créditos do mestrado.

Ao Prof. Dr. Cainã Domit Vieira, por confiar em mim e sempre distribuir contribuições valiosas para além dos bancos escolares. Além de meu primeiro orientador, você é, para mim, um grande amigo. Obrigada pela motivação ao ingresso do mestrado.

Agradeço, com todo meu coração, à Juliana Bianchini, pela sensibilidade, pelo caminhar, por me transformar. Por toda paciência em auxiliar a resolver meus problemas, até os que não existiam, os que tinham pouca probabilidade de existir, e os que a única solução era aceitar. Você me mostrou que escrever artigo é bom, mas tem coisas que não cabem noattes. Obrigada por me dar a mão, por dividir comigo trajeto e destino; e por nossas coisas, miúdas e grandes.

Por fim, agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para a concretização desta pesquisa.

*“Acho que uma das coisas mais sinistras da história da civilização ocidental é o famoso dito atribuído a Benjamim Franlin, “tempo é dinheiro”. Isso é uma monstruosidade. Tempo não é dinheiro. Tempo é o tecido da nossa vida, é esse minuto que está passando. Daqui a 10 minutos eu estou mais velho, daqui a 20 minutos eu estou mais próximo da morte. Portanto, eu tenho direito a esse tempo. Esse tempo pertence a meus afetos. É para amar a mulher que escolhi, para ser amado por ela. Para conviver com meus amigos, para ler Machado de Assis. Isso é o tempo. E justamente a luta pela instrução do trabalhador é a luta pela conquista do tempo como universo de realização própria. A luta pela justiça social começa por uma reivindicação do tempo: “eu quero aproveitar o meu tempo de forma que me humanize”. As bibliotecas, os livros, são uma grande necessidade de nossa vida humanizada”*  
(Antonio Candido)

## RESUMO

COVALCHUK, G. C. **Indicação Geográfica e Cesta de Bens e Serviços Territoriais: O Caso da IG de São Matheus.** 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2022.

A presente dissertação possui como objetivo analisar a existência de uma cesta de bens e serviços no contexto da indicação geográfica (IG) de São Matheus, localizada no Sul do Estado do Paraná. O dispositivo estratégico referente à cesta de bens e serviços territoriais é considerado uma das fontes indutoras de desenvolvimento territorial. Trata-se de uma pesquisa interdisciplinar, o que possibilita sua proposição de análise dentro do programa de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Assim, a pesquisa procede da seguinte forma: (a) compreender o conceito de indicação geográfica e sua relação com desenvolvimento; (b) verificar o percurso histórico traçado pela erva-mate, e sua relevância na região da IG de São Matheus; (c) verificar a existência e utilização das peculiaridades territoriais e a mobilização dos atores para uma cesta de bens e serviços territoriais. Foi utilizado o método de estudo de caso como estratégia de pesquisa. Ampara-se no materialismo histórico-dialético como aspecto epistemológico. Adota-se para a execução aspectos metodológicos de natureza qualitativa e explicativa. A coleta de dados foi realizada com variadas fontes de evidência, como documentação, observação e entrevistas semiestruturadas. Por fim, a análise dos dados foi realizada a partir do cruzamento das evidências selecionadas. Dentre os principais resultados evidencia-se a viabilidade para a composição de uma cesta de bens e serviços no território da IG de São Matheus, e uma desarticulação do produto líder, que pode associar-se para aumentar a otimização e ativar os demais recursos. As contribuições identificadas suscitam o aprimoramento de ações, que no rico cenário estudado, podem articular processos de desenvolvimento e renda de qualidade territorial.

**Palavras chave:** Indicação Geográfica. Cesta de Bens e Serviços Territoriais. Pós-IG. Erva-mate. São Matheus.

## ABSTRACT

COVALCHUK, G. C. **Indicação Geográfica e Cesta de Bens e Serviços Territoriais**: O Caso da IG de São Matheus. 2022. Dissertation (Master in Applied Social Sciences) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2022.

This dissertation aims to analyze the existence of a basket of goods and services in the context of the geographical indication (GI) of São Matheus, located in the South of Paraná State. The strategic device referring to the basket of territorial goods and services is considered one of the sources inducing territorial development. This is an interdisciplinary research, which enables its analysis proposition within the Applied Social Sciences program of the State University of Ponta Grossa. Thus, the research proceeds as follows: (a) to understand the concept of geographical indication and its relation with development; (b) to verify the historical path traced by yerba mate, and its relevance in the region of the GI of São Matheus; (c) to verify the existence and use of territorial peculiarities and the mobilization of actors for a basket of territorial goods and services. The case study method was used as a research strategy. It is supported by the historical-dialectical materialism as an epistemological aspect. For the execution, methodological aspects of a qualitative and explanatory nature were adopted. Data collection was carried out with several sources of evidence, such as documentation, observation, and semi-structured interviews. Finally, data analysis was carried out by cross-referencing the selected evidence. Among the main results it is evident the existence of a basket of goods and services in the territory of the GI of São Matheus, and a disarticulation of the leading product, which can be associated to increase optimization and activate the other resources. The contributions identified raise the improvement of actions, which in the rich scenario studied, can articulate territorial quality development and income processes.

**Key words:** Geographical Indication. Basket of Territorial Goods and Services. Post-IG. Yerba mate. São Matheus.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Selo da indicação geográfica de São Matheus .....	61
<b>Figura 2</b> – Início da Produção <i>versus</i> Produção por Ano .....	66
<b>Figura 3</b> – Nuvem de palavras: preocupação dos produtores .....	72
<b>Figura 4</b> – Nuvem de palavras: Benefícios apresentados pela IG .....	76
<b>Figura 5</b> – Nuvem de palavras: problemas encontrados pelos produtores .....	76
<b>Figura 6</b> – Nuvem de palavras - recursos pouco valorizados no território .....	86
<b>Figura 7</b> – Objetivos específicos e resultados .....	93

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Recursos e ativos genéricos e específicos .....	17
<b>Quadro 2</b> – Primeiros produtos com o que se compreende como IG .....	21
<b>Quadro 3</b> – Evolução da legislação e histórico da IG .....	27
<b>Quadro 4</b> – Diferença entre DO e IP .....	28
<b>Quadro 5</b> – Abordagens da Renda de Qualidade Territorial .....	36
<b>Quadro 6</b> – Elementos para constituição de uma CBST e RQT .....	42
<b>Quadro 7</b> – Diferenciação entre a CBST e a IG .....	48
<b>Quadro 8</b> – Quadro metodológico .....	52
<b>Quadro 9</b> – Dimensões, Indicadores e questões .....	53
<b>Quadro 10</b> – Lista de entrevistas realizadas .....	56

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Organograma dos capítulos .....	11
<b>Gráfico 2</b> – Síntese da estrutura .....	69
<b>Gráfico 3</b> – Expectativa dos produtores sobre a Indicação Geográfica .....	75
<b>Gráfico 4</b> – Síntese do contexto e interações sociais .....	80
<b>Gráfico 5</b> – Síntese da análise pela CBST .....	88

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

<b>AC</b>	Análise de Conteúdo
<b>ACIASAMAS</b>	Associação Comercial de São Mateus do Sul
<b>CBST</b>	Cesta de Bens e Serviços Territoriais
<b>CDL</b>	Câmara de Dirigentes e Lojistas
<b>CUP</b>	Convenção da União de Paris
<b>CODESAMAS</b>	Conselho de Desenvolvimento Econômico de São Mateus do Sul
<b>COGEMATE</b>	Conselho Gestor da Erva Mate do Vale do Iguaçu
<b>DO</b>	Denominação de Origem
<b>DOP</b>	Denominação de Origem Protegida
<b>IDR-PR</b>	Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná
<b>IG</b>	Indicação Geográfica
<b>IG-MATHE</b>	Indicação Geográfica de São Matheus
<b>IGP</b>	Indicação Geográfica Protegida
<b>INPI</b>	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
<b>EMBRAPA</b>	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
<b>IP</b>	Indicação de Procedência
<b>LPI</b>	Lei de Propriedade Industrial
<b>OMC</b>	Organização Mundial do Comércio
<b>PETROBRAS</b>	Petróleo Brasileiro S.A.
<b>RQT</b>	Renda de Qualidade Territorial
<b>SEBRAE</b>	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
<b>SINDIMATE</b>	Sindicato da Indústria do Mate no Estado do Paraná
<b>TRIPS</b>	Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio
<b>UFPR</b>	Universidade Federal do Paraná
<b>WIPO</b>	Organização Mundial para Propriedade Intelectual

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO ESTRATÉGIA TERRITORIAL</b> .....	21
1.1 TERRITÓRIO .....	21
1.2 ATIVAÇÃO DOS RECURSOS DE TERRITÓRIOS .....	25
1.3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA .....	28
1.3.1 Histórico da Indicação Geográfica.....	33
1.3.2 Conceito de Indicação Geográfica.....	36
<b>2 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS (CBST)</b> .....	41
2.1 A RENDA DE QUALIDADE TERRITORIAL COMO PILAR DO MODELO .....	43
2.2 A CESTA DE BENS E SERVIÇOS COMO ENGAJAMENTO TERRITORIAL ..	50
<b>3 TRILHA METODOLÓGICA DA PESQUISA</b> .....	59
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA .....	59
3.2 HORIZONTE EPISTEMOLÓGICO .....	60
3.3 FORMAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	61
3.4 CASO ESTUDADO.....	68
<b>4 O RECONHECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E NOVOS CAMINHOS TERRITORIAIS</b> .....	73
4.1 ESTRUTURA .....	75
4.2 CONTEXTO E INTERAÇÕES SOCIAIS.....	79
4.3 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS .....	89
4.4 DISCURSOS E PERSPECTIVAS.....	98
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	101
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	107
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS: ERVATEIROS</b> .....	117
<b>APÊNDICE B – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS: ORGANIZAÇÕES</b> .....	120
<b>APÊNDICE C – APRESENTAÇÃO AOS ENTREVISTADOS</b> .....	123
<b>APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO</b> .....	125
<b>ANEXO A – APROVAÇÃO PELO COMITÊ DE ÉTICA</b> .....	128

## INTRODUÇÃO

As indicações geográficas podem ser definidas como um signo utilizado para identificar produtos que tem uma origem geográfica concreta e possuem qualidades, ou uma reputação, derivada especificamente de seu lugar de origem. Ao buscar a identificação de atributos específicos dos territórios, esses produtos podem contribuir à formação de uma cesta de bens e serviços territoriais (CBST). Nessa cesta busca-se articular conjuntos de produtos e serviços reconhecidos por qualidades desejadas, que possuem ligação histórica e cultural com o local em questão, articulando os atores, a fim de favorecer o acesso aos mercados, criando novas oportunidades para agregar novos produtos e ampliar seu reconhecimento (PECQUEUR, 2006).

A CBST enfatiza a identificação e oferta de produtos e serviços derivados dos territórios, coordenando iniciativas sob a atenção dos atores públicos, privados e associativos, a fim de promover o desenvolvimento territorial (PECQUEUR, 2001). Na elaboração da cesta, baseia-se na especificação dos bens e do cenário (patrimônio natural, arquitetônico, cultural e histórico), gerando representatividade do território de origem (PECQUEUR, 2004).

Quando, da aquisição de um produto com qualidade territorial, o consumidor descobre “a especificidade de outros produtos procedentes da produção local e determina sua utilidade a partir do conjunto de produtos oferecidos” (PECQUEUR, 2001), estamos tratando da cesta de bens e serviços territoriais, que pode constituir um desenvolvimento da economia local através dos produtos localizados e serviços de qualidade.

Por essa razão, a oferta articulada dos produtos e serviços que valorizam os recursos e ativos específicos do território da IG de São Matheus e a renda de qualidade territorial (RQT) pode visibilizar não somente os produtores que se utilizam do selo distintivo (IG), mas identificar os não participantes no processo, e abrangê-los em ações de enraizamento e pertencimento<sup>1</sup>, a fim de obter resultados positivos à dinâmica territorial.

Localizada no sul do país, a indicação geográfica de São Matheus (IG-Mathe), foi reconhecida na modalidade de indicação de procedência, exigindo apenas a

---

<sup>1</sup> Apontada por diversos autores (razão de sua citação), a concepção de pertencimento dos produtores, contudo, ainda não está consolidada sobre os efeitos das IGs, havendo variadas divergências entre a literatura consultada, referencial do presente trabalho.

notoriedade do local de origem dos produtos ou serviços. A produção sustentável da erva-mate, o respeito à história, a tradição da atividade ervateira local e a valorização dos recursos naturais da região de São Mateus, em que os produtos são elaborados a partir de partes vegetais de erva-mate, tendo como principal centralização da atividade na região, o porto à beira do rio Iguaçu, são princípios norteadores do Regulamento de Uso da IG de São Matheus.

No caso, a cadeia produtiva da erva-mate foi fator de referência na harmonização de políticas e mecanismos governamentais por sua competitividade nos mercados, que através dessa verificação, levou a reorganização das atividades no setor ervateiro paranaense (RUCKER et al, 1997). Ao serem introduzidas atividades econômicas sobre a erva-mate, consolidou-se o chamado Ciclo do Mate, que deu azo às relações capitalistas de produção (OLIVEIRA, 2001), introduzindo uma divisão de trabalho sofisticada, permitindo o avanço do setor no Estado do Paraná.

A qualidade e notoriedade proporcionada pelo cultivo da erva-mate se deu em razão do sombreamento fornecido pela mata nativa, como Araucária, Imbuia e Cedro. A genética é natural da região, e diante da procedência nativa proporcionam sabor específico, anatomia e cor, ensejando na qualidade originária do local do produto (IG-MATHE, 2017).

A representatividade e a importância da erva-mate nos municípios do território de São Matheus, são evidentes, conforme se aponta dos dados levantados pela Secretaria de Agricultura e do Abastecimento e do Departamento de Economia Rural (SEAB/DERAL, 2021), em que, o município representativo São Mateus do Sul (sede da IG) teve, em termos de produção, potencial produtivo na safra 2021/2022 de 100.000,00 toneladas de erva-mate (em folha), cujo valor bruto da produção (VBP) corresponde à R\$152.791.000,00. Além disso, as mudas de erva-mate geraram no valor bruto da produção, R\$ 4.290.000,00, correspondente a 3.000.000,00 unidades no referido município.

Logo, a experiência da indicação geográfica de São Matheus, no Estado do Paraná, se apresenta como um interessante campo de investigação empírica para esta análise, diante da erva-mate daquela localidade ser a primeira produção a receber o reconhecimento da IG no território nacional, em 27 de junho de 2017.

Assim, a pergunta que impulsiona a pesquisa é: Existe uma cesta de bens e serviços territoriais dentro do território da IG de São Matheus?

A partir desta problemática, é colocada uma hipótese em evidência: o território da IG pode ser um produto a ser ofertado nos mercados. Considerar esse postulado significa dizer que a cesta é uma abordagem do desenvolvimento territorial, e que através dos atores articulados e da especificação dos recursos, permitirão diferenciá-lo dos demais.

A existência da IG (signo distintivo) que atesta a procedência e a qualidade diferenciada dos produtos, pode indicar a IG de São Matheus como produto líder, capaz de através de uma ação simbiótica, levar a percepção aumentada de qualidade dos produtos territoriais e do próprio território (HIRCZAK et al, 2008). Por ser considerada a cesta como modelo de análise e estratégia para ação, a renda criada pode ser representada pela diferença entre o valor do produto antigo e novo, sem restringir o consumo da ampla maioria da população, com aumentos elevados de preços. Mollard (2001) reforça a necessidade de concepções metodológicas para avaliar e quantificar as diferentes formas de renda de qualidade territorial, especialmente considerando a realidade socioeconômica brasileira, e em observância às zonas desfavorecidas (CAMPAGNE et al, 2014), capazes de também gerarem valor adicional aos produtos de qualidade.

Considerando essas multidimensionalidades, os territórios bem servidos de recursos e ativos territoriais específicos, não raro, desperdiçam esse potencial pela carência ou pela fragilidade da atuação coordenada de seus atores. Nesse sentido, das dinâmicas de inventário e elaboração de recursos, a cesta forma uma “combinação complexa de diversos elementos que revelam a existência de “ecossistemas societários”, nos quais se coordenam inicialmente elementos de proximidade geográfica e, em seguida, de proximidade organizacional” (Pecqueur, 2009), estabelecendo a erva-mate como potencialidade para auxiliar no desenvolvimento do território e da IG de São Matheus.

Sendo assim, embora não seja a pretensão forjar uma consolidação positiva da questão desta dissertação, as proposições do arcabouço teórico utilizado na pesquisa contribuem para interpretar a dinâmica relacional dos atores no contexto da IG e a complexidade referente ao território favoravelmente a existência de uma cesta. Esquematisando os limites e possibilidades da cesta de bens e serviços territoriais dentro do território, se pode organizar não só o conhecimento cultural do território advindo da indicação geográfica, mas também pelos modos de aprendizagem de

novos vínculos e instituições. Isso porque, do processo de construção da IG podem surgir desconexões, ampliar as já existentes, ao mesmo tempo em que podem contribuir para um enraizamento fortalecido do território.

Para atender a problematização norteadora desta dissertação, estabeleceu-se os seguintes objetivos:

**Objetivo Geral:** Analisar a existência de uma cesta de bens e serviços a partir da IG de São Matheus.

**Objetivos Específicos:**

- a) Compreender o conceito de indicação geográfica e sua relação com desenvolvimento;
- b) Verificar o percurso histórico traçado pela erva-mate, e sua relevância na região da IG de São Matheus;
- c) Verificar a existência e utilização das peculiaridades territoriais e a mobilização dos atores para uma cesta de bens e serviços territoriais.

Identificada a indicação geográfica de São Matheus como objeto de análise, trata-se de investigação de fenômeno (social, econômico, político e cultural), com características multidimensionais. O reconhecimento das indicações geográficas pode ser uma forma ou o início de uma estratégia territorial, contudo, não devem ser consideradas o fim. Nesse sentido, estudos pós-reconhecimento são pertinentes e relevantes e podem trazer lições (positivas e negativas) para futuros processos e gestores públicos e privados.

A análise da erva mate ganha relevância por ter auxiliado na colonização do Paraná, sua emancipação e na formação do território e povo paranaense. Apesar da produção acontecer em vários municípios, desde a colonização, da região da IG de São Matheus apresentou grande destaque. Historicamente, a produção da erva-mate nesta região envolve várias propriedades rurais. Foi e ainda é uma atividade econômica de grande importância (SEAB, 2017).

O trabalho será realizado na região onde se localiza a indicação geográfica de São Matheus, levando-se em conta os agentes territoriais com maior relevância e

atuação dentro da área abrangida pelo signo distintivo, delimitado pela identificação dos sujeitos, enfocando-se nos produtores associados ou não, e agentes primordialmente envolvidos na construção e manutenção da indicação geográfica. Nesse aspecto, cabe destacar a relevância do tema, uma vez que, embora a Indicação Geográfica de São Matheus seja recente, atestada em 2017, é capaz de apresentar efeitos, diante do lapso de praticamente cinco anos desde seu reconhecimento<sup>2</sup>.

Trata-se de uma pesquisa interdisciplinar, o que possibilita sua proposição de análise dentro do programa de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Há uma necessidade em intensificar debates acadêmicos e políticos quanto a estratégias de desenvolvimento territorial. Conforme leciona Bourdieu (1977), a arena política corresponde ao campo onde desenvolvem-se as relações, disputas e regras de poder, além das práticas sociais. É através do engajamento social e político dos principais atores que as transformações de um campo socioeconômico obtêm melhores resultados (FLIGSTEIN, 2014).

Diante da globalização, o desenvolvimento territorial surge como hipótese de aprofundamento não apenas aos países industrializados, mas também às economias em desenvolvimento (PECQUEUR, 2005). Assim, a pesquisa adere-se à área de concentração Cidadania e Políticas Públicas, e à linha de pesquisa: Estado, Direito e Políticas Públicas, ao passo que analisa a valorização de especificidades geográficas, voltando-se à compreensão da Indicação Geográfica, que qualifica recursos e territórios, sendo fonte de indução e legitimidade à projetos públicos ou privados de desenvolvimento.

A relevância ao meio acadêmico justifica a escolha na definição como unidade de análise do território compreendido pela indicação geográfica de São Matheus por ter sido a primeira IG de erva-mate do país<sup>3</sup>. Além disso, a produção ervateira pode ser considerada uma atividade econômica ainda em expansão (MARONI, 2019), com grande margem para direcionar a valorização do produto ao mercado internacional e nacional. A experiência singular da tradição, cultura e conhecimento de plantio herdado são fatores que influenciam na execução de ações socioeconômicas e

---

<sup>2</sup> A análise dos dados considerará a pandemia de COVID-19, e suas implicações no ano de 2021 e 2022.

<sup>3</sup> Recentemente foi reconhecido o selo de denominação de origem ao produto relativo a erva-mate no estado de Santa Catarina.

permitem conciliar o desenvolvimento territorial, muito embora possam, também, ser instrumento de exclusão ou inclusão de relações territoriais.

A seguir, apresenta-se a organização da dissertação, que além desta parte introdutória, com o objeto do trabalho, problema de pesquisa, justificativa, objetivos e pressupostos que norteiam a dissertação, desenvolve-se em mais quatro capítulos e a conclusão, conforme se demonstra no gráfico 1.

No Capítulo 1, apresenta-se o corpo textual sobre o território, que será pilar para a formação e discussão dos fenômenos territoriais da fase de institucionalização da IG, o período pós obtenção do signo distintivo e mecanismos de territorialização propostos pela cesta de bens. Ainda, resgata-se teoricamente a proposta das Indicações Geográficas, onde surgiu o conceito, sua regulamentação jurídica, as circunstâncias históricas, políticas e econômicas, aspectos internacionais e nacionais, etc.

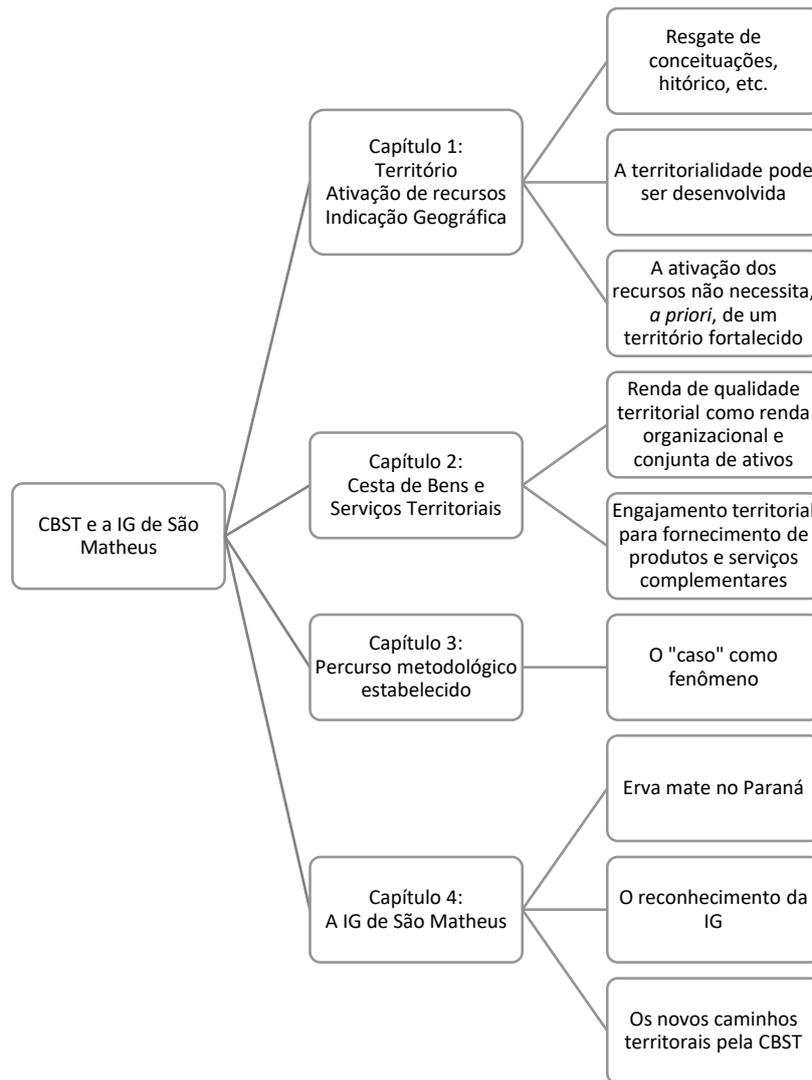
No Capítulo 2 é apresentada a abordagem da cesta de bens e serviços territoriais (CBST) para sua verificação dentro do território de São Matheus. Esta abordagem analisa a oferta articulada dos produtos e serviços que valorizam os recursos e ativos específicos, representado por atores públicos, associativos e privados, que resultam na geração da renda de qualidade territorial que pode ser aproveitada por diversos segmentos e prestadores de serviços.

No Capítulo 3, tendo o estudo de caso como estratégia de pesquisa, consta a explicação metodológica utilizada para exprimir as principais técnicas, recortes e fontes escolhidas a partir do referencial teórico apresentado nos capítulos retro.

No Capítulo 4, é destacada a relevância da erva-mate no Paraná, voltando-se especificamente ao território reconhecido pelo instrumento de indicação geográfica. Por consequência, é apresentada a Indicação Geográfica de São Matheus, seu procedimento, área abarcada e características próprias e os resultados obtidos da pesquisa, sobre a existência, ou não, da cesta de bens e serviços territoriais da IG de São Matheus.

Por fim, são tecidas algumas considerações a respeito do estudo.

Gráfico 1 – Organograma dos capítulos



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

## 1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA COMO ESTRATÉGIA TERRITORIAL

As potencialidades locais significam uma valorização das especificidades geográficas, econômicas, culturais e políticas de um território, para torná-lo essencial na elaboração de projetos públicos e/ou privados. É uma tarefa de grande pertinência às IGs e no modelo da CBST, a presença de redes indutoras capazes de agregar valor aos produtos e serviços locais pela qualificação dos recursos tangíveis e intangíveis no território, instrumentalizando a valorização de ativos territoriais através de uma interpretação das Indicações Geográficas. Nesse capítulo são abordados os seguintes conteúdos: 1.1) a temática do território, apresentando a simbiose (JEZIORNY, 2009) com os demais temas das seções, pois não existe IG nem ativos e recursos sem o território. 1.2) discorre sobre a ativação de ativos e recursos territoriais, que se desenvolve por meio do núcleo que estrutura e confere legitimidade ao assunto; e 1.3) apresenta aspectos históricos, sociais e institucionais do dispositivo da Indicação Geográfica.

### 1.1 TERRITÓRIO

As concepções dinâmicas de um território, atreladas à ideia de desenvolvimento, podem ser vislumbradas de maneira mais efetiva ao acessar teorias, relações e conhecimentos. Raffestin (1993) desenvolve a conceituação de território, explicando que ele se forma a partir do espaço, resultante de ações, concretas ou abstratas, realizadas por atores. Sendo, portanto, anterior ao território (RAFFESTIN, 1993). Com isso, revela as relações que se marcam pelo poder, definidor de processos e sustentação de todo âmbito de apoio de um território.

Considerando a porção de espaço apropriado e delimitado, resultante de uma produção coletiva que envolve relações de poder (DALLABRIDA et al., 2021), fundamenta-se a materialidade da economia e identificação cultural de um grupo (SOUZA, 2001), porque a territorialidade está conectada ao modo de utilização da terra, organização do espaço e como as pessoas revelam significado ao lugar (SACK, 1986).

Conceitua-se o espaço como totalidade, elo entre a configuração territorial, a paisagem e a sociedade. Ainda que por muito tempo mantenham-se iguais, assim não permanece a sociedade, que os oferece diferente, no transcurso histórico (SANTOS,

1996). Assim, o território incorpora-se como interconexão humana, e para viabilizá-lo como bem comum (MAGNAGHI, 2015), torna-se expressão do resultado histórico de construção, herança cultural e socioeconômica, reconstruída constantemente (DALLABRIDA, 2020; ZAMBRANO, 2001).

A formação do território concede às pessoas participação, sentido à territorialidade, criadora de consciência de confraternização e subjetividades (ANDRADE, 1995). É a sua materialização e manifestações das pessoas através de produções de determinados produtos que institui a territorialidade (HAESBAERT, 2004; ANDRADE, 1995).

Dentro do território, ao compreendê-lo como uma construção histórica, social e relacional (SAQUET, 2015), insere-se a estrutura que representa a apropriação e dominação do espaço. Para Saquet (2015) significa possuir traços comuns, com apropriação e dominação historicamente condicionadas, pois “é produto e condição histórica com múltiplas variáveis, determinações, relações e unidade. O território é processual e relacional, (i)material, com diversidade e unidade”. A sua apropriação é econômica, política, cultural, formadora de territórios heterogêneos e sobrepostos nas contradições (SAQUET, 2003), sendo essas forças, “reciprocamente relacionadas, [...], um processo social, no (e com o) espaço geográfico”, tendo nesse cotidiano, centralidades e territorialidades (SAQUET, 2003). Ademais, pode distinguir-se pelas técnicas desenvolvidas e suas intensidades, bem como por suas diferenças, considerando a heterogeneidade dos espaços. Ou seja, configura-se um território pelo conjunto territorial e pela dialética do próprio espaço (SANTOS, 2002).

Logo, essa relação do espaço físico com a organização histórico cultural da sociedade pode ser compreendida como territorialidades. Advinda da expressão *terroir*, constitui-se pela interação do meio ambiente e o saber-fazer do homem<sup>4</sup>. *Terroir* é uma palavra francesa sem tradução específica para a língua portuguesa, mas que significa, de acordo com Tonietto (2007), a interação entre o meio natural e fatores humanos, abrangendo aspectos como solo, clima, relevo, fatores agrônômicos, variedades, elaboração dos produtos. É revelado “no vinho, pelo homem, pelo saber-fazer local”, podendo esse, abranger vários “terroir”.

---

<sup>4</sup> A designação homem nesta dissertação refere-se igualmente à mulheres e homens, não possuindo a pretensão de subjugar os direitos de um em detrimento do outro.

O *terroir* é um espaço “caracterizado pela unidade de situações ecopedológicas<sup>5</sup> ou climáticas particulares e fatores técnico-econômicos de origem antrópica” (MOLLARD, 2001). É um elemento central de construção territorial (DELFOSSÉ, 2013), sendo compreendido como uma externalidade ao invés de uma construção social, uma vez que o território pode combinar mais de um *terroir*, e potencializarem-se, porque, embora geograficamente próximos, nunca serão idênticos (COLLETIS; PECQUEUR, 1993).

Nessa dinâmica, desentranham-se os processos de desterritorialização, (HAESBAERT, 2002). A partir das dimensões políticas e culturais simbólicas ou concretas, ocorre a destruição de marcos, identidades, laços políticos e econômicos em prol da integração. Os indivíduos, portanto, acabam incorporados de forma desterritorializada que permeia esse processo (HAESBAERT, 2002).

Haesbaert (2002) classifica o território através de vertentes, a iniciar pela jurídico-política, sendo considerado como espaço delimitado e controlado de poder, que tende a ser de envergadura estatal. Trabalha com a análise cultural(ista), vislumbra-o como um produto prioritário de simbologias e subjetividades, apropriado através da identidade social, e, verifica o enfoque econômico, que destaca a desterritorialização como produto espacial na relação trabalho-capital e classes sociais (HAESBAERT, 2002).

Havendo conotações materiais e simbólicas, atribui-se a ele o valor de troca pelas relações políticas e econômicas, públicas ou privadas, ao passo que o produto simbólico trabalha a valorização de um grupo em seu espaço vivido. A última concepção se estabelece através da “identificação positiva” pelo uso, pela subjetividade, em que o local adquire força de realidade, ainda que através de relações de poder abstratas (HAESBAERT, 2004). É na formação desses campos de poder que se compreende o território (RAFFESTIN, 1993). A função da territorialidade origina-se na tríade sociedade-espaço-tempo (RAFFESTIN, 1993), em que abstrato, político ou cultural, necessita de uma forma e conteúdo, conectando-os com forças exteriores (KLEIN, 2009).

Pecqueur (1992), pensando sobre o pertencimento como compreensão ontológica exercida pela transmissão de saberes e tradições, fundadas no território

---

<sup>5</sup> Conceito que exprime a noção de meio ambiente e ecologia conjugada com informações relacionadas à cartografia temática de solos, como mapas, arquivos vetoriais e documentos (IBGE, 2022).

através de redes locais, articula os atributos históricos, econômicos e políticos, aproximando-os da abordagem cultural e geográfica.

O território forma-se pela vivência das pessoas, expressando-se nas relações simbólicas, estabelecidas de um vínculo com o mesmo, pelas territorialidades específicas (RAFFESTIN, 1993; HAESBAERT, 2004). Ganhar visibilidade com relações sociais reflete na adequação dos espaços de origem, inovando bases simbólicas para torna-lo coeso (BONNEMAISON, 2002), com redes de proximidade (GLON; PECQUEUR, 2016; ZAMBRANO, 2001).

Assim, Raffestin (1993) leciona que relações de poder são definidas por desejos de pertencimento e pensamentos em conflito de forças econômicas, sociais e psicológicas. As populações e os recursos, materiais e simbólicos (HAESBAERT, 2002) observam-se pelas características, ou seja, terão sempre dentro de uma dimensão simbólica a referência ao espaço material (THRIFT, 1996).

A partir da identificação coletiva, tenciona-se o externo em torno de uma estratégia produtiva, com ponto fulcral em sistemas produtivos e culturas, que se enraízam no espaço geográfico e na organização social (REIS, 2007). A capacidade de colaboração coletiva em situações territoriais gera interações e inteligências para enfrentar desafios e mudanças territoriais (JANIN; LENDEL, 2021).

Conforme leciona Colletis et al (1993), a sua existência pressupõe uma construção histórica, criada pelos atores locais como externalidades territoriais não mercantilizadas, uma vez que as potencialidades têm caráter oculto, que embora conectadas, podem gerar a distinção e produzir a especificidade, cujas dinâmicas manifestam sua identidade (CAZELLA et al, 2022).

O território dado representa a delimitação geográfica do espaço, tendo como parâmetro as divisões físicas, assumindo caráter estático; ao contrário do construído, que assume configurações distintas das fronteiras (PECQUEUR, 2005). O construído é dinâmico, resultado entre articulações e interações, podendo sobrepô-los. Ou seja, é social, embora construa-se através de uma base física e influencie-se por ela (CAPELLESSO et al, 2022).

Pecqueur (2005) explica a área demarcada pela IG como território construído, resultado de um processo que se inicia mediante ações pelos atores. É constatado posteriormente, significando que não é existente em qualquer lugar podendo “encontrar espaços dominados pelas leis exógenas da localização e que não são territórios” (PECQUEUR, 2005, p.13). Ao contrário do território dado ou institucional,

que se designa como espaço pré-existente, embora os produtores estejam no mesmo ambiente geográfico, não estão e nem produzem dentro da IG.

O processo de especificação representa a concentração do espaço comum e abstrato construído, em que esse é processo de delimitação geográfica e social. As indicações geográficas ilustram a dinamicidade territorial (PECQUEUR, 2004), porque um grupo de produtores, em coordenação, pretende vantagem competitiva pela especificidade e qualidade da produção, limitando os contornos geográficos (CAZELLA, 2022), contribuindo à construção dos recursos culturais e naturais associados.

Os aspectos estimulados tendem por patrimônio territorial, e traduzem os processos de análise relativos ao território: territorialidade, identidade e desenvolvimento territorial<sup>6</sup> (SANTOS, 1997). O patrimônio territorial, ao contrário do capital territorial e recurso territorial, é compreendido como “um estoque de oportunidades resultantes do processo social e base real de aprimoramento social” (MAGNAGHI, 2010). Capital territorial, por sua vez, concentra-se nas especificidades, que de forma prática, pretendem alcançar a competitividade econômica, enquanto o recurso territorial qualifica-se como ferramenta para o desenvolvimento (MAGNAGHI, 2010).

As indicações geográficas são um recurso territorial inicialmente limitado aos produtores, integrando-os aos demais usuários locais que se beneficiam da estrutura econômica e social atribuída pelo signo distintivo (TOUZARD, 2015). Dessa forma, o enfoque da cesta de bens e serviços territoriais resulta de uma evolução dos conceitos de território e suas correlações com o espaço-lugar (CAPELLESSO, 2022), enfatizando a identificação e oferta de produtos e serviços derivados de recursos e ativos específicos (PECQUEUR, 2001).

## 1.2 ATIVAÇÃO DOS RECURSOS DE TERRITÓRIOS

Um recurso existe através do valor que as pessoas lhe reconhecem (JANIN et al, 2020), porque “os territórios oferecem recursos específicos, intransferíveis e

---

<sup>6</sup> A definição contemporânea de desenvolvimento leva em consideração diversas dimensões, não devendo ser restrita à seara econômica. Hachen (2013) explica que o desenvolvimento é um “trevo de muitas folhas”. Por essa razão, ao cuidarmos de desenvolvimento, será compreendido como desenvolvimento territorial, compreendido por Pequeur (2005) como “estratégia de adaptação aos limites externos, na base de uma identificação coletiva como uma cultura e um território”.

incomparáveis no mercado” (BENKO et al, 2001). A coordenação das escalas territoriais e setoriais, pela área de indicações geográficas concede clareza ao acesso de bens e serviços do território, significa a capacidade de representatividade de origem (MILANO et al, 2022)

A cesta de bens propõe potencializar o processo de ativação interligada dos recursos territoriais (CAZELLA et al, 2021), que “diversificam os espaços e estabilizam as localizações das atividades econômicas” (PECQUEUR, 2001). Benko et al (2001) propõem uma tipologia consistente na distinção de ativo e recursos e na requalificação dos ativos ou os recursos “segundo sua natureza: genéricas ou específicas”.

Recursos são aqueles bens e conhecimentos que se apresentam latentes em um território e podem ser reconhecidos, valorizados e organizados (JANIN et al, 2020). Constituem uma reserva, um potencial a ser transformado em ativo, caso as condições sociais, econômicas, políticas e culturais sejam propícias, ao passo que os ativos territoriais são elementos em atividade (BENKO et al, 2001).

Tudo pode ser um recurso, mas “nem todo se torna mecanicamente em ativo, pois o mesmo é um objeto material ou imaterial (saber-fazer, patrimônio cultural), e exprime seu valor no local, podendo ser objeto de valorização individual ou coletiva” (BENKO et al, 2001). Ao serem mobilizados por atores, tornam-se ativos territoriais. (JANIN et al, 2020).

No Quadro 1 está a representação dos ativos e recursos genéricos e específicos, para favorecer a compressão sobre o que será tratado neste tópico.

Quadro 1 – Recursos e ativos genéricos e específicos

	Genérico	Específico
Recursos	Fatores de localização não utilizados, discriminados pelos preços e o custo do transporte (cálculo, otimização)	Fatores incomensuráveis e intransferíveis nos quais o valor depende da organização que os criou
Ativos	Fatores de localização não utilizados, discriminados pelos preços e custo do transporte (cálculo, otimização) – alocação ótima dos ativos	Fator comparável onde o valor é ligado a um uso particular: a) custos de irreversibilidade b) custos de reatribuição

Fonte: BENKO et al, 2001, p. 44

Diferente dos ativos que são fatores em atividade, os recursos representam um potencial a ser ativado (HIRCZAK et al, 2008). São fontes ainda não exploradas, mas podem ser, para valorizar a inserção nos mercados a partir da ação coletiva dos atores interessados (BENKO et al, 2001).

Dentro do território, por meio de recursos materiais e culturais, com processos de organização dos atores e do poder público, podem-se apresentar recursos e ativos como genéricos ou específicos. Enquanto os genéricos possuem reprodução desvinculada do local, território e dos atores envolvidos, tendo como local de troca o mercado, o específico não se reproduz fora do espaço-território, o que gera uma particularidade no desenvolvimento, caso mobilizados para construção estratégica (BENKO et al, 2001; HIRCZAK et al, 2008).

Há inegável relevância dos atores e da política local, porque ao organizarem e elaborarem essa “economia de serviços”, atuam de forma a valorizar as especificidades dos espaços, dos grupos humanos e dos recursos presentes no território (PECQUEUR, 2001). Leciona Pecqueur (2005), que o maior desafio reside na articulação, mobilização e configuração dos ativos e recursos, através da diferenciação (REIS, 2007).

O ativo específico retira de sua definição o valor como função das condições de uso, ao passo que perde uma parte de seu valor produtivo, caso seja reempregado em utilização alternativa. A diferença entre ativos genéricos e específicos pode ser compreendida como diferenciação de intensidade, ao invés de natureza. O que determina a especificidade do ativo é o grau do potencial de transferência. Altamente específico, permanece transferível (BENKO et al, 2001; HIRCZAK et al, 2008).

Recursos ou ativos específicos resultam de um processo de negociação entre atores locais, justificando sua transferência dificultada, pois dispõem de competências funcionais diversas, além de diferentes percepções sobre os problemas (PECQUEUR, 2005). Recursos específicos diversificam os espaços e estabilizam as localizações das atividades econômicas; não podem ser transferidos, pois são expressão do processo cognitivo engajado entre atores, e por esse motivo, não podem ser precificados (BENKO et al, 2001).

A natureza fora do mercado não é incompatível mas complementar, resultado de uma história, acumulação de memória e aprendizagem coletiva, ancorados em um território (BENKO et al, 2001; HIRCZAK et al, 2008). A partir da proximidade geográfica e cultural enseja-se a reciprocidade do mercado, que, de acordo com Benko et al, (2001), “é limitante (obrigação social), diferenciada no tempo (o prazo do retorno pode ser muito variável), e o retorno não é necessariamente monetário, pode ser confiança, consideração, reconhecimento ou saber”.

Para Mollard (2001) e Pecqueur (2002), o território representa os lócus de construção de recursos e ativos específicos e a condição para a criação de bens diferenciados. Um recurso específico representa um atributo territorial de difícil transferência para outro local, ele é intrínseco ao território e não pode ser encontrado, de maneira idêntica, fora de origem.

A metamorfose de recursos em ativos específicos é indissociável da história e um processo de aquisição de conhecimento coletivo e cognitivo de um dado espaço geográfico (PECQUEUR et al, 2020). Os territórios são entidades construídas socialmente, resultantes de processos particulares de coordenação, disputas e alianças entre diferentes categorias de atores sociais, “os quais assumem a identificação, a criação e a valorização de recursos latentes, que podem resultar em ativos territoriais específicos” (CAZELLA et al, 2020).

Assim, o recurso específico de um território, tomado globalmente, aparecem como o resultado de processo longo de aprendizados coletivos, que determina um estabelecimento de regras tácitas. Com funções de triar, selecionar e hierarquizar a informação, oferecendo, a cada ator do território, um espaço de inteligibilidade (BENKO et al, 2001) – o sentimento de pertencer faz parte dos recursos específicos (VEBLEN, 1899).

Nesse sentido, o recurso e ativo territorial apresentam-se como importante papel no desenvolvimento, expandido forças aos âmbitos políticos e econômicos por sua influência estratégica. Aproximando ao debate sobre as IGs, compreendem, de maneira efetiva, mecanismos incorporadores, capazes de institucionalizar e proporcionar benefícios para determinado território.

### 1.3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

A propriedade intelectual, prioritariamente, tem como objetivo reconhecer formas legais de apropriação do conhecimento humano (VANIN, 2017). O direito da propriedade imaterial, ou intelectual, se subdivide em três ramos: os direitos da propriedade industrial, os direitos autorais e conexos e sui generis. Dessa forma, a propriedade intelectual é o termo correspondente às áreas do Direito que englobam a proteção aos sinais distintivos, ou seja, marcas, nomes empresariais, indicações geográficas, e, as criações intelectuais, quais sejam, patentes de invenção, modelo

de utilidade registro de desenho industrial. É toda proteção jurídica conferida às criações oriundas do intelecto (BARBOSA, 2009).

As indicações geográficas (IG) ocupam, dentro do gênero propriedade intelectual<sup>7</sup>, um ramo autônomo dentro das espécies de sinais distintivos, sendo compreendido como o mais social dos direitos (CERDAN et al, 2010; VELLOSO, 2008), porque tem como finalidade favorecer à coletividade, ao contrário do que seria caso um proprietário utilizasse em seu único proveito um signo, sem favorecimento dos demais produtores (BRUCH, et al, 2010; DIAS, 2005).

As IGs se referem a um nome geográfico de algum produto ou serviço que se torna distintivo dentre seus semelhantes ou afins, a partir de sua fama e/ou características que podem ser atribuídas a sua origem geográfica, configurando o reflexo de fatores naturais e humanos (ENAGRO, 2021).

Compreende-se o destaque atribuído às IGs, sem descuidar que sua essência foi fortalecida e amparada pelo Estado, através dos Ministérios e Instituições, com a intenção de superar o modelo de monopólio e o condão econômico de retorno financeiro (SILVA, 2020). É retomada a história da criação do instituto, motivo pelo qual torna-se relevante o estudo do contexto jurídico, econômico e social, que desde a complexificação do conceito de território (SCHNEIDER, 2004), torna evidente a possibilidade de sua compreensão a partir do “saber-fazer”, palco e ator nas relações ali produzidas (SANTOS et al, 2001).

Pode-se afirmar, inclusive, que seu surgimento está conectado a história da humanidade (BRUCH, 2008). As indicações geográficas remontam do século 4a.C., porque os povos mediterrâneos antigos (gregos e romanos) costumavam pedir produtos, como vinhos, azeites, pelos nomes das terras de onde provinham, pela percepção de que determinados locais possuíam qualidades particulares influenciadoras aos produtos (MEDEIROS, 2015). Há, inclusive, referências em textos

---

<sup>7</sup> Compreende-se que a terminologia da “propriedade industrial” possui interpretação restritiva, opondo-se ao comércio e à agricultura. Na Convenção de Paris de 1883 (Protocolo 3º, art. 1º) estabeleceu que a propriedade industrial deve ser compreendida em acepção ampla, não sendo aplicada à indústria e ao comércio, mas também indústrias agrícolas e extrativas e a todos produtos fabricados ou naturais. Por essa razão, os direitos da propriedade industrial são compreendidos como contidos no gênero direito da propriedade intelectual (ALMEIDA, 1999).

da Bíblia sobre indicações de origem, como o cedro do Líbano<sup>8</sup>, os vinhos em En-Gidi<sup>9</sup> e o serviço prestado pelos Sidônios<sup>10</sup> (BRUCH, 2008; BÍBLIA SAGRADA, 2006).

Relata-se que tanto na Grécia antiga quanto no Império Romano, os produtos eram rotulados e distinguidos, pois os vinhos que recebiam em ânforas (vasos antigos) continham a indicação da região de proveniência e produção controlada (SEBRAE, 2006). Na Idade Média, a proteção a origem geográfica compreendia as corporações de artesãos (guildas) (JAY; TAYLOR, 2013), exercendo controle de preços, punindo descumprimento das normas estabelecidas, e impedindo a concorrência entre os participantes (MACEDO, 1999).

Dinâmica similar ocorria, ainda, durante o medievo (LINDGARD, 2009), em que carpinteiros, ceramistas, construtores de barcos, para distinguir seus produtos, marcavam-os com placas. Assim, durante séculos, há um papel significativo em dar nome aos lugares dos produtos para posicionar a competição e reconhecimento, como se demonstra no Quadro 2.

Quadro 2 – Histórico dos primeiros produtos com o que se compreende como IG

Origem	Produto	Indicação
Século 4 <sup>a</sup> .C	Vinhos e azeites.	Nome das terras de onde provinham
Bíblia	Cedro	Do Líbano
Bíblia	Vinhos	En-Gidi
Bíblia	Madeira	Serviço prestado por sidônios
Império Romano	Vinhos	Nome da região nas ânforas
Idade Média	Artesanato	Guildas (corporações de artesãos)
Idade Média	Carpintaria, Construtores, Ceramistas	Marcações com placas

Fonte: Elaborado com base em Medeiros (2015), Bruch (2008), Bíblia Sagrada (2006), Jay; Taylor (2013), Sebrae (2006) e Lindgard (2009), 2022.

Com o movimento da globalização, especialmente a partir dos anos 1990, as indicações geográficas trazem uma nova face da transformação dos mercados alimentares (ANJOS et al, 2014), fortalecendo e revalorizando a diversidade e singularidade enraizados nos territórios (CASABIANCA et al, 2013; CERDAN, 2013), o que, em paralelo, era marcado pela produção e consumo de massas e suas homogeneizações (SOUZA, 2004; PECQUEUR, 2001; MAILLAT, 2002). Dentro da

<sup>8</sup> Cânticos, III, 9 – “O rei Salomão fez para si um palaquim de madeira do Líbano” (BÍBLIA SAGRADA, 2006).

<sup>9</sup> Cânticos, I, 14 – “Como um cacho de Chipre nas vinhas de En-Gedí é para mim o meu amado” (BÍBLIA SAGRADA, 2006).

<sup>10</sup> Reis, V, 6 – “Dá ordem, pois, agora, que do Líbano me cortem cedros, e os meus servos estarão com os teus servos, e eu te darei o salário dos teus servos, conforme tudo o que disseres; porque bem sabes tu que entre nós ninguém há que saiba cortar a madeira como os sidônios” (BÍBLIA SAGRADA, 2006).

propriedade industrial, envolvem um processo de padronização, que, de acordo com Evans (2003), tem produzido uma “monocultura institucional em escala global”.

Parasecoli (2017) compreende a indicação geográfica como um marco interseccional da padronização da produção e diferenciação do produto, intrinsecamente conectados aos desejos e pretensões do sistema capitalista, qual seja, formas desejadas de produção com custos reduzidos e qualidade adequada (SAMUELSON et al, 2009). Tal fundamento é corroborado por Alessandro Bonanno (2020), que explica que a IG é objetivada como tentativa de “simultaneamente promover e regular a competição”.

Ao passo que as inovações e a expansão do mercado representavam o crescimento capitalista, não existia competição para motivar a criação de produtos novos e diferenciados (BONANNO, 2020). Também não havia proteção, abrindo brecha às falsificações.

Embora alguns países dispusessem de legislações para regulação do uso indevido, a falta de um sistema internacional de proteção aos direitos de propriedade industrial (ENAGRO, 2021) gerou a simultaneidade de pedidos de patentes em vários países. Por esse motivo, a Conferência Internacional em Paris (CUP), no ano de 1878, foi criada, com objetivo de inibir tais condutas. Retificada em 1883 por um número significativo de países, inclusive o Brasil, tornou-se a fonte mais antiga da IG contemporânea (ENAGRO, 2021).

Signatário de acordos internacionais relacionados a indicação de origem (BRUCH, 2013; LOCATELLI, 2007), territorialidades e qualidade dos produtos, as IGs são incorporadas neste período no Brasil, demonstrando quão recente é o instituto, embora as discussões sobre o assunto estejam presentes há alguns séculos.

Países desenvolvidos<sup>11</sup> da Europa aproximaram a proteção dessas indicações, copilando-a ao “incremento do capital social e humano, como forma de divulgar a peculiaridade local e a preservação da identidade cultural da comunidade” (SEBRAE, 2005). O comércio e as relações econômicas internacionais se alteram devido a primeira (1914-1918) e segunda guerras mundiais (1939-1945), intercaladas pela quebra da bolsa de valores de Nova York (a grande depressão), em 1929.

---

<sup>11</sup> Utiliza-se o conceito de “países desenvolvidos” tendo como ponto crítico o autor Boaventura Souza Santos, que explica que países colonizadores da Europa são compreendidos como matriz hegemônica própria da modernidade, portadores da “civilização” e das “luzes” (SANTOS, 2006).

Em que pese as tentativas de coibir falsas indicações de procedência, não houve avanços suficientes para proteção das IGs. Com o aumento de esforços para utilização da denominação de origem como forma de proteção, o Acordo de Lisboa foi firmado em 1958. Em 2015, sofreu uma emenda, para incluir formalmente a proteção da IG e autorizar a participação das organizações intergovernamentais (BONANNO, 2020).

Com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1994, além de tratados relacionados às tarifas e comércio, é aprovado o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS<sup>12</sup>), que estabelece a proteção obrigatória das indicações geográficas, além de procedimentos de transparência, prestação de contas e medidas contra a concorrência desleal. Todavia, não foi estabelecido registro internacional para reconhecimento de IG, cabendo a cada Estado-nação liberdade para regular a forma de proteção que lhe convém (SEBRAE, 2005).

Isso evidencia o efeito multifacetado das implicações políticas dentro da regulação e funcionamento do livre mercado, que, respondendo aos desdobramentos da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1994, e ao TRIPS, a assinatura do Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Industrial (Decisão CMC n. 8/1995), incentiva a criação da Lei de Propriedade Industrial (LPI n. 9.279/1996).

Salienta-se que, para a adoção de um instituto, deve-se se ter conhecimento de que não se pode apenas transplantar de um país ou região, mas sim, fazer um processo de tradução (LANGER, 2017), partindo-se da ideia de que os sistemas serão compreendidos como produção de sentido. Existe, portanto, a necessidade de um processo de tradução de um para o outro.

Conforme elucida Cazella et. al. (2020, p.201), a transposição para nossa realidade, “da tradição das IGs de países ibéricos da Europa Ocidental se deu sem grandes mediações junto aos consumidores e às distintas organizações sociais que atuam nos territórios rurais, em especial daquelas ligadas à agricultura familiar”.

Cada território possui diferenças e características, próprias de sua identidade (PAULA, 2004), em que cada realidade deve ter estratégias traçadas de forma específica para seu desenvolvimento, considerando os atores locais, a infraestrutura, os recursos naturais, o capital social e humano, as vocações e oportunidades do

---

<sup>12</sup> Sigla pela qual se conhece o acordo, significa Trade Related Aspects of Intellectual Property Right (SEBRAE, 2005).

território, pois é a combinação de todas essas características confere caráter único e inimitável (VELLOSO, 2008).

Ademais, cada Estado-nação atribui diferentes proteções atendendo à diversas realidades. Na França e Portugal, são protegidas por legislação *sui generis* ou decretos (MEDEIROS, 2015). Ainda na Europa, o signo de diferenciação é conhecido como Denominação de Origem Protegida (DOP) ou Indicação Geográfica Protegida (IGP), que, de acordo com Silva et. al. (2012), podem ser oriundos de transformação agroindustrial ou produtos in natura, contemplando, especialmente, produtos agroalimentares.

Nierderle et al. (2018), explicam que a forma de internalização do instituto no Brasil foi significativa “na construção de um referencial, que exacerba o uso das IGS como ferramentas de propriedade para melhorar a competitividade nos mercados globais”. Por esta razão, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) tornou-se o principal agente na estruturação do sistema. Pelo reduzido número de artigos dentro da legislação específica (LPI, art. 176-182), o INPI edita resoluções e instruções normativas orientadas pelas finalidades e princípios do instituto (NIERDERLE et al, 2018).

Rememore-se que, com os mercados globalizados fomentando e estimulando a competitividade regional, exige-se por parte dos consumidores mais clareza com relação aos produtos adquiridos, especialmente os agroalimentares (SOUZA, 2004; PECQUEUR, 2001; MAILLAT, 2002). Isso porque, embora a globalização contribua aos processos de descaracterização cultural, ela também fortalece as características específicas da região de produção, para onde se voltam às discussões dos produtos tradicionais (SEBRAE, 2002).

### 1.3.1 Histórico da Indicação Geográfica

As indicações geográficas têm origem na Europa, no decorrer do século XX (SEBRAE, 2002), com os vinhos, através da observação dos comerciantes, consumidores e produtores, de que “determinados produtos apresentavam qualidades e características atribuíveis à sua origem geográfica, e conseqüentemente, passaram a denominá-los com nome geográfico de sua procedência” (KAKUTA, 2006; AVENI, 2019).

Os poderes públicos europeus passam, então, a implementar a primeira intervenção estatal para proteção de uma indicação geográfica (CERDAN et al, 2014), com menções ou logomarcas específicas como instrumento voluntário de identificação, diferenciação e valorização, intencionado a garantir uma qualidade durável e sustentável, e conseqüentemente, a “preservação do potencial de produção, que não se restringia apenas à economia global, mas também à comercialização dos produtos, a fim de evitar concorrência ilegal ou desigual” (SEBRAE, 2002).

O primeiro tratado internacional sobre propriedade industrial é a Convenção da União de Paris (CUP), que ocorreu em 1883, tendo, em 1967, em Estocolmo, sua última revisão, que institui a Organização Mundial para Propriedade Intelectual (WIPO<sup>13</sup>). A WIPO define indicação geográfica como “um signo utilizado para produtos que têm uma origem geográfica concreta e possuem qualidades ou uma reputação derivada, especificadamente, de seu local de origem” (tradução livre). Na Convenção da União de Paris, contudo, apenas combate-se a falsa indicação geográfica (6, art. 2º e 10, art. 4º, ‘b’ e B) e foi promulgada no direito brasileiro pelo Decreto nº 75.572, em 1975, já contendo a revisão de Estocolmo de 1967 (SEBRAE, 2005).

Essa repressão pelo uso indevido do nome se deu, porque, no final do século XIX, com a queda de produção dos vinhedos europeus tradicionais, “comerciantes passaram a importar vinhos de outras regiões e a comercializá-los com a indicação nominativa das regiões mais renomadas” (BRUCH, 2008), o que se compreende como falsificação no uso da IG.

Na sequência, foi celebrado em 14 de abril de 1891 o Acordo de Madri, que versa sobre a repressão de indicações geográficas falsas, ratificado pelo Brasil em 3 de outubro de 1896. Em 1 de agosto de 1905, é publicada na França uma lei sobre a repressão das fraudes na venda de mercadorias e, de alimentos e produtos agrícolas. A partir de então, prolifera-se na Europa o instituto que protege produtos provenientes de uma determinada região (FRANJUS-GUIGUES, 2012).

No ano de 1958, foi realizado o Acordo de Lisboa, que trata sobre o sistema de proteção da indicação geográfica, o qual, permitiria o registro internacional das particularidades brasileiras, garantindo proteção e divulgação, mas não foi aderido pelo governo nacional.

---

<sup>13</sup> Sigla com maior notoriedade, que significa *World Intellectual Property Organization*. Cuida-se de agência especializada da ONU para promoção da proteção da propriedade intelectual internacionalmente.

Quanto ao TRIPS, por estar no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) esse tratado possibilita a aplicação de sanções aos associados que o descumprirem e é obrigatório para todos os membros da OMC, ou seja, para 164 países responsáveis por 98% do comércio mundial (OMC, 2022). Entretanto, não foi estabelecido registro internacional para reconhecimento de IG, garantindo a cada Estado-nação liberdade para regular a forma de proteção que lhe convém.

A TRIPS, em seu artigo 22, abre margem para a proteção de dois institutos, a denominação de origem e a indicação de procedência “que identificam produtos com origem no território, região ou localidade deste, onde a qualidade, reputação ou outras características do artigo devam-se essencialmente à origem geográfica”.

A descrição no acordo TRIPS sobre as indicações geográficas revela que são identificadas como “um bem originário do território, de uma região ou de uma localidade”, e não como nome geográfico, disposto na Lei de Propriedade Intelectual. Barbosa (2013) percebe que o Brasil é mais restritivo ao condicionar seus registros a nomes geográficos.

Tratados são fontes normativas primárias do direito internacional, de cunho contratual, gerando, portanto, obrigações e deveres aos signatários, que para sua internalização dentro do ordenamento jurídico, conta com a participação do Executivo Federal e do Congresso Nacional (FERNANDES, 2020). O Brasil é signatário da Convenção da União de Paris (CUP) e do Acordo de Madri. Contudo, mesmo antes de assinada a primeira convenção internacional, já adequou a legislação pátria às decisões do Congresso Internacional de Propriedade Industrial, ocorrido no ano de 1878, em Paris, com a Lei nº 3.129 de 1882, que dispõe sobre a regulamentação da concessão de patentes aos autores de invenção ou descoberta industrial (SEBRAE, 2005).

Esse encontro aconteceu com a intenção de discutir mecanismos de cooperação sobre a instrumentalização internacional da Propriedade Intelectual. A comissão formada por países participantes do Congresso se reuniu posteriormente para a propositura de um novo texto, que resultou na CUP (GALVEZ-BEHAR, 2020).

No período imperial, por meio do Decreto nº 3.346 de 1887, a repressão à falsa IG aparece pela primeira vez no Brasil. Em seu artigo 8º, §3º, dispõe sobre a proibição do registro de marca que consista ou contenha em “indicação de localidade determinada ou estabelecimento que não seja o da proveniência do objecto, quer a esta indicação esteja junto um nome supposto ou alheio, quer não” (BRASIL, 1887).

Em 1971, foi sancionado o primeiro Código de Propriedade Intelectual, mas que não utilizava, ainda, a expressão Indicação Geográfica. Com a Lei 9.279/1995, há o estabelecimento, no Título IV, de uma sessão especial a este signo distintivo. Além disso, a legislação brasileira também se fundamenta nas Instruções Normativas e Portarias do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI, 2022). Para melhor visualização da evolução legislativa e o histórico da IG no Brasil, tem-se o Quadro 3.

Quadro 3 – Evolução da legislação e histórico da IG no Brasil.

Ano	Documento	Motivação
1878	Convenção da União da Paris (CUP)	Combate a falsa indicação geográfica
1891	Acordo de Madri	Repressão de indicações geográficas falsas
1958	Acordo de Lisboa	Registro internacional para proteção das indicações geográficas
1967	Revisão da CUP que institui a Organização Mundial para Propriedade Intelectual (WIPO)	Agência especializada da ONU para promoção da proteção da propriedade intelectual internacionalmente
1994	Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS) no âmbito da Organização Mundial do Comércio	Proteção obrigatória das IGs, além de procedimentos de transparência, prestação de contas e medidas contra concorrência desleal
2015	Emenda ao Acordo de Lisboa	Incluir formalmente a proteção da IG e autorizar participação de organizações intergovernamentais
<b>Brasil</b>		
1887	Decreto n. 3.346	Repressão à falsa IG aparece pela primeira vez
1995	Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Industrial	Incentivava a criação de legislação específica em âmbito interno
1996	Lei de Propriedade Industrial	Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial

Fonte: Elaborado com base em ENAGRO (2021), SEBRAE (2005), BRASIL (1887), BRASIL (1995), 2022.

Comparado ao histórico do dispositivo na Europa, a internalização da IG no Brasil é um fenômeno recente, resultado de adesões a acordos internacionais e mobilizações internas. Essa evolução é inerente a importantes fatores, que geraram alterações de funcionamento mercantil pelo impacto na produção em larga escala (CERDAN et al, 2014), cuja necessidade de novas facetas às relações internacionais se fizeram necessárias.

### 1.3.2 Conceito de Indicação Geográfica

Quanto às indicações geográficas, a Lei 9.279/1995, que dispõe sobre direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, não define o que é, mas estabelece suas espécies, que devem ser compreendidas sem hierarquia legal, e com

“possibilidades paralelas à escolha dos produtores ou prestadores de serviços que planejam buscar esta modalidade de proteção, atendidos os requisitos da lei e de sua regulamentação” (VIEIRA et al, 2015). Pode-se defini-las, então, como um signo utilizado para identificar produtos que têm uma origem geográfica concreta e possuem qualidades, ou uma reputação, derivada especificamente de seu lugar de origem.

Há duas modalidades de indicações geográficas no Brasil, a Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), ilustrado no Quadro 4. A indicação de procedência, prevista no art. 177 da Lei nº 9.279/96, exige somente a notoriedade do local de origem dos produtos ou serviços, ao passo que a denominação de origem, disposta no art. 187 da referida legislação, exige elementos que comprovem que o produto/serviço possui uma qualidade ou característica que se deve essencialmente ao local (meio geográfico) de origem, considerando os fatores naturais e humanos (BRASIL, 1997).

Quadro 4 – Diferença entre DO e IP

	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Conceito legal	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.	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.
Aplicabilidade	Produto e serviço.	Produtos e serviço.
Vinculação	Necessário elementos que comprovem que o produto/serviço possui qualidade ou característica, incluindo fatores naturais e humanos.	Exige somente a notoriedade do local de origem sobre os produtos e serviços.
Semelhanças	Compreendidos como de titularidade coletiva, exigem identificação do local ou região (nome geográfico) e notoriedade.	

Fonte: Brasil (1996), Barbosa (2009), Velloso et al (2014).

Apesar de inicialmente terem sido cunhadas para proteção comercial, atualmente entende-se que uma indicação geográfica pode atribuir valor à região, construindo territorialidades econômicas, diferenciando de outras regiões e usando-a para o desenvolvimento econômico, ambiental, social e cultural (PELLIN, 2018). Nesse aspecto, é necessário compreender as características que são mencionadas dentro do diploma legal, pois o território, qualidade, notoriedade são conceitos relevantes que não podem ser negligenciados dentro do estudo.

As indicações geográficas, portanto, são “instrumento de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à

identidade territorial” (NIEDERLE, 2009; DULLIUS, 2009). São utilizadas como instrumento de agregação de valor e acesso a mercados, além de serem compreendidas pelos consumidores como garantidor de qualidade, construindo uma vantagem competitiva, pela urgência na diferenciação de produtos (NIERDERLE, 2009; DULLIUS, 2009).

Produtos genéricos estão relacionados a concorrências de economias com baixo custo de produção e domínio da tecnologia, que corresponde a produção de commodities que são impossíveis de serem acompanhadas pelos agricultores familiares<sup>14</sup>, cujos recursos econômicos para disputar tal tipo de mercado são restritos (CAZELLA et al, 2022).

A busca por especificar e diferenciar o produto da concorrência, orientam modelos de desenvolvimento territorial com dinâmicas positivas, em que, quanto mais específica a vinculação desse produto com o território, maior seu reconhecimento e capacidade de diferenciação (MOLLARD et al, 2007; CAZELLA et al, 2022). Esses agricultores vendem os produtos a preços não mais superiores que os similares e genéricos.

Assim, caso sejam os produtos genéricos, é o mercado que fixa o preço, o que é superado quando se trata da valorização de recursos territoriais específicos, em que se pode vender serviços e produtos que não se vendia, ou que eram vendidos de forma precária (MOLLARD et al, 2007). Ou seja, a IG traz ao agricultor características referentes a estrutura de mercado de concorrência perfeita, para monopolística, diferenciando seu produto (NUNES, 2009; BONANNO, 2020; PISTORELLO, 2006).

Isso concede utilidade diferenciada, trazendo em si ou referindo-se a identidade e especificidades do local que aportam, evidenciando a qualidade à maior número de consumidores (CAZELLA et al, 2022; HIRCZAK et al., 2008; HIRCZAK et al., 2004). Dessa maneira, o aumento das quantidades vendidas gera vantagens, especialmente se combinados, o que espelha não no produto principal (IG), mas ao conjunto dos bens e serviços oferecidos (a cesta) (HIRCZAK et al., 2008; PRADO et al., 2022), que se ligam entre si e reforçam-se mutuamente.

---

<sup>14</sup> De acordo com Gazolla (2013) são os que: i) a produção, trabalho e gerenciamento são realizados pela sociedade familiar; ii) possui autocontrole da base de recursos material; iii) trabalha com pequena ou média produção com qualidade ou especificidade; iv) usa da matéria-prima própria; v) agrega valor transformando e associando o trabalho familiar com as qualidades e especificidades; vi) canaliza a produção para mercados territoriais ou de proximidade.

Uma IG, embora possa ser compreendida como facilitadora de interesses financeiros e mercadológicos, não pode ser criada. Ela é reconhecida como resultado diário e temporal da ação do homem em um território, e advém de situação outrora existente e relacionada com o vínculo e pertencimento gerador da identidade (PEREIRA, 2011).

Um dos fatores exigidos para o reconhecimento é a notoriedade, que é a qualidade reconhecida pelos consumidores, que concernem à fama a um produto ou serviço de uma região. Portanto, deve estar relacionada ao “reconhecimento pelo público e ter uma história com o território” (VELLOSO et al., 2014).

De acordo com Cerdan et. al. (2010), a sua notoriedade pode contribuir benéficamente à cultura e à sociedade, por inserir produtores ou regiões não conhecidas dentro do mercado. Há, também, o favorecimento da biodiversidade, recursos e modos de produção local (CERDAN et. al. 2010), bem como de atividades complementares, que embora não possuam ligações diretas, estabelecem relações com as indicações geográficas.

Niederle (2013) leciona que essa relação compõe uma estratégia de reputação e qualificação, “seja pela valorização de tradições, costumes e práticas, ou pelo estímulo aos atores em mobilizar os mais diversos recursos para dar forma a processos de qualificação, com forte apelo à origem específica do produto”. Ao influenciar a comunidade local em seu conjunto, com aproveitamento dos recursos que o território proporciona, a indicação geográfica torna-se um instrumento para o desenvolvimento da propriedade coletiva (MEDEIROS et. al., 2021). Ademais, a observação pelos produtores, prestadores de serviço e regiões certificadas abrange a exploração de outras categorias da propriedade intelectual, como o desenho industrial de embalagens para venda de seus produtos (MEDEIROS, 2016).

A revalorização das tradições, costumes, saberes, além de outros bens intangíveis associados à identidade territorial, gera, à origem geográfica específica, um enraizamento sociocultural. Podendo assim ser compreendida como uma ferramenta coletiva de promoção comercial dos produtos, que ao divulgar a herança histórico-cultural intransferível, garante, em seu reconhecimento, a responsabilização dos produtores pela garantia da qualidade (autocontrole), pelo nome e notoriedade da definição da área de produção (TOUZARD, 2010), o que contribui, conforme aponta Vieira e Buainain (2011), para a relevância do instituto em diversos setores da economia.

Sua incontestável importância para os arranjos de desenvolvimento local não atinge apenas a diferenciação do produto em comparativo com os outros, através de sua autenticidade (VARELLA; BARROS, 2005), mas também por sua mobilização e sensibilização dos produtores envolvidos. A ação coletiva e voluntária é o motor de uma indicação geográfica e sua potencialidade beneficia variados setores através da captura de saberes e tradições.

## 2 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS (CBST)

Neste capítulo é abordada a temática da cesta de bens e serviços territoriais. O contexto territorial, a história e a cultura local, o conhecimento acumulado e a paisagem constituem-se em totalidade, modificando o saber-fazer e o valor das produções, que, dentro de uma estratégia de desenvolvimento, identificam o local e seus recursos territoriais. As condições de produção do território não são facilitadas apenas pelas externalidades locais, mas também pela criação coletiva e a construção social em escala territorial (PECQUEUR, 2014).

A remodelação dos sistemas produtivos, que se seguiu à crise do Fordismo, resultou na transformação e desestruturação das áreas econômicas (MOLLARD et al, 2001) e os Estados, através da regionalização da gestão dos bens coletivos locais, descobriram que a densidade das relações entre os atores locais poderia “desempenhar um papel determinante na competitividade de certas atividades e de serviços” (BENKO et al, 2001). Através desse importante papel exercido pelas autoridades locais, surgem as iniciativas associativas, na procura de reconectar a economia e o cidadão (PECQUEUR, 2014).

A questão relativa à qualidade e procedimentos de rotulagem baseia-se na capacidade de buscar recursos com características específicas, uma mudança aos territórios em crise, criando condições para mobilizar um retorno crescente (PECQUEUR, 2001). De acordo com Benko et al (2001), a partir da ampliação da economia global em meados de 1980, a macroeconomia se abriu cada vez mais ao espaço e ao território. Com a formação das áreas de livre comércio, a articulação entre o global e o local na década de 1990 estruturam o sistema agroalimentar em uma cadeia de alimentos (BENKO et al, 2001; CAPELLESO, 2021).

A harmonia entre os produtos e o interesse em desencadear e alcançar uma oferta coletiva e construída, favoreceu o desempenho de atividades cujos papéis conjugam produtos e serviços: uma cesta de bens (BENKO et al, 2001). É dizer, estabelecer uma estratégia de produção que seja composta de vários bens e serviços que, situada, liga a cultura e história, e que, combinada a qualidade intrínseca do produto e sua ancoragem, constroem uma imagem particular de valorização de serviços implícitos (PECQUEUR, 2001).

A abordagem da cesta de bens e serviços territoriais analisa a “oferta articulada de produtos e serviços que valorize recursos e ativos específicos de

territórios rurais a partir de um sistema de governança<sup>15</sup> construído por atores públicos, associativos e privados” (CAZELLA et al, 2020). Portanto, apresenta-se como um aporte teórico-metodológico para construção de uma renda de qualidade territorial (CAZELLA et al, 2019).

Ao ofertar conjuntamente grupos de produtos e serviços, conseqüentemente, pode-se otimizar recursos mal aproveitados, ativar outros, sequer descobertos, e promover uma dinâmica favorável, motivo pelo qual a caracterização dos produtos típicos, recursos turísticos e paisagísticos carregam a territorialidade e o vínculo local (PECQUEUR, 2006). O sentimento de coletividade e pertencimento constrói-se no território, e torna-se combustível à ação coletiva dos diversos atores.

Verifica-se a hipótese da cesta quando, da aquisição de um produto com qualidade territorial, o consumidor descobre “a especificidade de outros produtos procedentes da produção local e determina sua utilidade a partir do conjunto de produtos oferecidos” (PEQUEUR, 2001). Os valores adicionais provem da constatação que o consumidor adquire o produto em seu contexto, implicando na vontade de pagar a mais (MOALLA et al, 2011; LACROIX et al, 1998).

O efeito cesta pode ser ampliado ao “consumo dos produtos ou serviços em mercados diferentes, contudo, na mesma zona e constitutivos do mesmo ambiente que o produto líder” (HIRCZAK et al, 2008; CAZELLA et al, 2020). Esse, atrai consumidores que apreciam, de mesma forma, os demais produtos da cesta, reforçando a qualidade territorial do território, embora seu consumo não seja simultâneo. As exterioridades positivas territoriais são internalizadas pelos produtores, e o consumidor busca características que não são encontradas isoladamente, mas sim, através de uma combinação específica do território (DALLABRIDA, 2020). Dessa forma, consumidores com alta preferência por produtos locais constroem gradualmente a própria cesta (MOLLARD et al, 2001).

Esse efeito simbiótico da cesta parte da atração do produto inicial, a partir de um determinado território que leva à descoberta da especificidade de produtos e serviços complementares do mesmo, reforçando a qualidade percebida dos outros produtos locais e de onde pertencem (POLI, 2015; MAGNAGHI, 2010).

---

<sup>15</sup> A valorização de produtos, fortalecimento e criação de mercados tendo como ponto de partida a IG só é possível, de acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2014) caso seja observada pelo sistema de governança desde o processo de articulação. Por essa razão, essa dissertação não tem como objetivo realizar aprofundamentos acerca das discussões sobre governança, uma vez não ser o cerne do trabalho, ainda que apontada sua relevância em alguns tópicos.

O modelo de renda de qualidade territorial aborda critérios essenciais de qualidade, com uma origem localizada conhecida, associada a um saber fazer, com autenticidade, reputação e uma imagem. Esse produto de qualidade territorial pertence a uma gama de produtos e serviços territoriais que se completam, reforçando a ligação do produto com o território de origem, enraizado pelos recursos turísticos, paisagísticos e ambientais específicos (PECQUEUR, 2005; CAZELLA et al, 2019).

Dessa forma, a renda possibilita a melhoria no valor das características intrínsecas de um determinado território e a qualidade dos produtos e serviços, podendo ser utilizada como ferramenta para possibilitar a internalização dessas externalidades positivas, pelos atores privados ou públicos, em uma estratégia de desenvolvimento territorial (MOLLARD et al, 2001).

O desenvolvimento territorial compreende, nesse ponto, a abordagem relacionada à valorização de recursos específicos e a análise da qualidade, que destaca o processo de especificação de bens e serviços e avalia a intensidade do consumo pelas preferências por essas características (PECQUEUR, 2001; ROUX et al, 2006).

## 2.1 A RENDA DE QUALIDADE TERRITORIAL COMO PILAR DO MODELO

O vínculo entre condições concretas torna possível a transformação de uma perspectiva potencial para a real implementação (HICZAK et al, 2008). Ao combinar a qualidade dos produtos com a dimensão territorial, valorizam-se os recursos específicos, dados ou construídos, dependentes de espaços e para a qualidade dos bens e serviços que lhes estão ligados. Além disso, diante de sua ancoragem territorial, reunidos, esses produtos e serviços têm potencial para interação (MOLLARD et al, 2001), desencadeando o que Mollard (2001) denomina de “círculo virtuoso do desenvolvimento”.

A RQT é uma renda organizacional, de acordo com Pecqueur (2001), porque reflete a capacidade dos atores locais e das instituições de captarem o interesse dos consumidores para efetuarem o pagamento, a mais, por aspectos relacionados ao território do produto. Ela se desenvolve pela estratégia territorial à longo prazo, envolvendo sindicatos, prefeituras, cooperativas, agentes e atores, apoiando a análise não somente nas condições de emergência da oferta, mas também no produto, “pois

a oferta é resultado da demanda desses produtos” (PECQUEUR, 2001; WEISS et al, 2004; HIRCZAK et al, 2008).

Ao adquirir um produto, “o consumidor descobre as especificidades dos demais, e passa a utilizar os produtos da cesta” (MOLLARD et al, 2001; ROUX et al, 2006). A isso, Pecqueur (2001) compreende como a expressão de uma oferta específica, composta e territorial, em que, um produto líder cristaliza-se ao redor de uma cesta que se reforça mutuamente, gerando rendas vinculadas (RQT), ligadas uns aos outros (MOLLARD, 2001). Embora cada bem ou serviço possa ser vendido separadamente, “as receitas do conjunto de produtos com imagem interligada devem ser superiores àquela que seria obtida pela venda dissociada de cada produto” (PECQUEUR, 2001). Ativar um recurso territorial é criar elos de complementariedades e sinergias entre uma diversidade de valorizações (PERRON et al, 2014).

O ponto principal é criar uma oferta conjunta, diversificada e coerente de ativos territoriais (CAZELLA et al, 2020), para permitir a existência da articulação dos modos de valorização de diversos produtos em torno da mesma escala de cognição do território (PECQUEUR, 2001). O recurso territorial torna-se uma noção autônoma no que tange aos fatores de produção, pois não estão materializados. Uma vez que o de estado inicial pode ser apenas um potencial cujos atores ainda não identificaram como um recurso possível (ROUX et al, 2006)

A maturação do território gera RQT, e é “propensa a superar aquelas obtidas por meio das vendas de produtos e de serviços de qualidade superior de forma isolada ou desconectada entre si, em que o próprio território é o produto comercializado” (PECQUEUR, 2001). Mollard et al (2001) explica que diante da economia pós-fordista, os produtores tentam qualificar seus produtos para evitar a concorrência baseada em preços, e diferenciarem-se dentro da gama dos existentes. Assim, ao melhorar o valor das características intrínsecas de um determinado território, conjugada com a qualidade dos mesmos, permite-se a utilização por atores (privados ou públicos) desta estratégia para o desenvolvimento territorial sustentável (MOLLARD et al, 2001; HIRCZAK et al, 2008).

Por sua natureza, Mollard (2001) explica que, na análise do desenvolvimento territorial, a RQT é resultado de duas abordagens: a de qualidade e a territorial. Sendo que a primeira destaca o processo de especificação de bens e serviços e avalia a intensidade dos consumidores e a segunda, relaciona o processo social de

desenvolvimento e valorização de recursos específicos para um determinado território (MOLLARD et al, 2001), que está didaticamente indicada no Quadro 5.

Quadro 5 – Abordagens da Renda de Qualidade Territorial

Qualidade	Territorial
Processo de especificação de bens e serviços	Processo social de desenvolvimento
Avaliação da intensidade dos consumidores	Valorização de recursos territoriais específicos

Fonte: Mollard, 2001.

Hiszczak et al (2008) leciona sobre a necessidade de abandonar a hipótese da demanda genérica de mercadorias homogêneas e substituíveis e a de diferenciação geográfica. Utilizando-se do fundamento de Lancaster (1991), aborda que “um bem não possui utilidade em si, mas apenas as características que a constituem, o que reflete uma visão diferente das preferências do consumidor”. Logo, em uma convergência, a oferta complementar de produtos ou serviços de qualidade une-se à forte demanda por bens típicos e específicos existentes no território, cuja qualidade se pode exprimir pelos recursos territoriais utilizados em conjunto e não são substituíveis por outro território (MOLLARD et al, 2001).

A renda, portanto, pode ser aplicada a todos os agentes naturais disponíveis a qualquer tipo de produção, especialmente porque sua origem conecta à fertilidade da terra e da agricultura, contando com as melhorias e investimentos realizados<sup>16</sup>. Há uma delicadeza na utilização da metodologia para a avaliação da renda (MOLLARD et al, 2001). Marshall (1890), observando que haveria uma ininterrupta gradação, verificou que a partir da renda original obtida pelos dons da natureza, melhorias constantes da terra até às construções, fábricas agrícolas e outros bens menos duráveis poderiam ser ampliadas (MOLLARD et al, 2001).

A renda é, de acordo com Marshall (1890), sempre um excedente do produto, sem custo, ou um excesso de lucro sobre o que é necessário para remunerar a mão-de-obra e o capital até o retorno do qual a renda é zero. Sua origem conecta-se ao fornecimento, quando existe exploração de um fator não reprodutível, como um recurso natural, o saber-fazer. Quanto à oferta, beneficia-se da disposição dos consumidores em arcar com maiores valores, para obter produtos com características identificáveis e valorizadas (MOLLARD et al, 2001).

<sup>16</sup> Nesse sentido, Marx (1894, L. III, t.3) realizou a distinção entre fertilidade natural ou agrônômica e fertilidade econômica do solo.

Marx (1894) aprofundou a forma de renda diferenciada, adotando-a como explicação do por que um lucro excessivo poderia existir de forma duradoura, mesmo em terras relativamente improdutivas, apesar da lei de equalização do capital (MOLLARD et al, 2001). Ricardo (1817) aludindo que a renda de qualidade era “apenas diferencial e sempre igual a zero em terras menos férteis” (MOLLARD et al, 2001), fundamentou o que posteriormente foi denominado de teoria de valor de utilidade (economia ao lado da oferta). Pelo contrário, para Marschall, a renda de qualidade não surge da criação de valor, mas através de um “excedente de preço a um custo igual”, ou seja, não era o preço determinante, mas o determinado (MOLLARD et al, 2001), baseado na demanda ou consumo.

A renda de qualidade remeteria a situações decrescentes e de diferenciação em contexto de escassez, por não incorporar no preço de venda dos bens, ao contrário dos salários e lucros. Dessa forma, ela não contribui para o seu aumento, e sim, é o resultado determinado (MOLLARD et al, 2001).

A integração destes dois aspectos é complementar. Utiliza-se da renda de qualidade diferencial, de forma genérica, conforme preconiza os estudos de Mollard et al (2001), em que qualquer excedente sobre o custo médio, os produtos ou empresas são heterogêneos. Uma vez que os fatores de produção são pagos (lucros, salários), não se atribui a um fator específico da produção, e sim, ao resultado da internalização dos efeitos externos, assumindo a forma de renda inerente aos produtos e serviços de uma determinada região (MOLLARD, 2001).

A renda decorrente das atividades individuais e privadas, e também dos serviços coletivos, leva em conta o que preconizava Ricardo (1817), sobre a renda diferencial. Há escassez de certos fatores não renováveis, mas também se considera situações em que os produtos são específicos e diferenciados, das quais ampliam-se os lucros ainda que com uma demanda rígida (MOLLARD et al, 2001). Portanto, fatores ambientais geram a aplicabilidade da visão renda diferencial (Ricardo, 1817), mas a qualidade dos produtos e características da demanda geradoras do excedente do consumidor correspondem ao ideal de Marshall (1890) (MOLLARD et al, 2011).

Todos os elementos pertencentes ao fordismo contribuíram para a erosão do conceito, e das próprias rendas, de acordo com Mollard et al (2001). A maturidade da teoria foi atingida quando houve a deserção do conceito da mesma. Com a perda do valor do terreno, exceto do capital investido nele, o “dom gratuito da natureza” torna-se residual. Por conseguinte, passa a ser assimilada como um valor mais ou menos,

um “lucro provisório e exagerado, gerado por uma situação monopolista ou simplesmente as limitações de fornecimento e um valor de produção” (MOLLARD et al, 2001). Renda está relacionada ao surgimento fordista, por equalizar os ganhos de produtividade, consumo em massa e extensão do nível de competição para dimensões internacionais (MOLLARD et al, 2001).

A visita à teoria da renda se faz necessária pois, conforme explicita Mollard et al (2001), ela é costumeiramente generalizada à produção, fatores de escassez e monopólio. Contudo, a origem remonta aos agentes naturais, não renováveis ou recursos não substituíveis, podendo então, ser utilizado como ferramenta de análise das formas de externalidades como estratégia de desenvolvimento (MOLLARD, 2001). Por essa razão, a valorização, combinada de características de um espaço geográfico a qualidade de seus serviços e produtos enraizados, tem poder de constituir o núcleo para o pensar a cesta como estratégia de desenvolvimento para uma indicação geográfica.

Diante disso, não se trata da adição de bens privados postos à frente do consumidor, mas na combinação de bens públicos e privados, como exemplo, amenidades ambientais e investimentos, ou seja, essa complementariedade pode ser encontrada em produtos de mesma origem ou serviços turísticos ligados ao mesmo lugar (HIRCZAK et al, 2008). Hirczak et al (2008) explica que o efeito é ainda reforçado pela existência de bens públicos positivos, como a qualidade ambiental, pois a RQT representa uma forma de internalização dessas externalidades positivas dos produtos ou serviços.

A cesta, então, permite a passagem de uma “oferta produto” a uma “oferta territorial” de acordo com Mollard (2001), em que uma oferta e uma demanda específica destacam-se por suas existências serem oriundas de bens territorializados complexos, gerando a RQT e conseqüentemente, beneficiando aos produtores na cesta (PECQUEUR, 2001).

Ela torna-se verdadeira quando um ou mais consumidores compram um conjunto de bens complementares de um determinado território (MOALLA et al, 2011), pagando o preço que gera a renda de qualidade territorial para os produtores dessas mercadorias (MOLLARD et al, 2001). Com a aquisição de um produto territorial, o consumidor pode descobrir outros produtos com especificidade local, cuja utilidade não se exprime em apenas um, mas em todos os oferecidos, ensejando na cesta (MOALLA et al, 2011).

A cesta não diz respeito à duas ou mais mercadorias independentes, substituíveis e homogêneas, mas “uma oferta composta de produtos com atributos comuns, que geram um excedente de consumo maior que a soma dos excedentes de cada produto” (MOALLA et al, 2011; HIRCZAK et al, 2001). A partir da aquisição de um produto ligado a um território, o consumidor descobre a especificidade de outros da produção local, determinando a titularidade, que deixa de estar em apenas um, mas em todos os produtos e serviços oferecidos (HIRCZAK et al, 2001).

O valor adicional advém da disposição do consumidor para comprar estes produtos a um preço superior à dos equivalentes (MOALLA et al, 2011), que desloca o campo da concorrência e leva ao surgimento de novos mercados, que pela cesta, diferem-se, aos outrora abandonados por produções genéricas (HIRCZAK et al, 2001).

Segundo Hirczak et al. (2008), para a constituição de uma cesta é preciso que os atores identifiquem, construam e consolidem três componentes principais: a) bens e serviços complementares que possuam uma origem territorial comum e uma imagem coerente com o território, dificilmente substituíveis por bens genéricos. Aos modos específicos de produção de qualidade se somam aos de qualidade territorial, que facilitam o acesso dos consumidores à CBST; b) laços de proximidade e de confiança, os quais podem se expressar em sistemas de venda direta, gastronomia típica e visitas turísticas diversas ao patrimônio paisagístico, histórico e cultural do território.

A demanda dos produtos está ligada à qualidade, à reputação e ao (re)conhecimento do território e de suas tradições (CAZELLA et al, 2020; CAZELLA et al, 2019). Ela desempenha um papel importante no modelo de cesta, pois através de suas características, a existência da renda de qualidade territorial reflete na capacidade de criação dos atores, no que tange a captação de pagamento pelos consumidores sobre o ambiente natural ou construído do território (MOALLA et al, 2011).

Finalmente, c) bens que desempenham um papel de cenário, ou que colocam o produto em cena. Esses bens estão associados ao ambiente e à natureza (paisagem e biodiversidade), ao patrimônio e à cultura (arquitetura e monumentos), ou ainda à história e às tradições do território (CAZELLA et al, 2020; CAZELLA et al, 2019). O resultado reside em uma estratégia territorial que conta com a participação de

produtores, cooperativas, instituições coordenadoras do desenvolvimento local (sindicatos de planejamento, autoridades locais) e os consumidores.

De acordo com Moalla et al. (2011), os consumidores consentem com o pagamento de forma implícita, pois atrás da cesta, compra-se a imagem positiva, a reputação de qualidade e as características apreciáveis, ou seja, a combinação de bens públicos e privados que contribuem à imagem geral do território. Esse sistema de integração econômica, como já adiantado, é agregado pela qualidade e o território, que em sua convergência justifica a construção da RQT (MOALLA et al, 2011).

A renda gerada pela valorização do efeito da cesta será apropriada, em primeiro lugar, pelos produtores do produto líder, mas também pelo conjunto de atores que contribuíram para sua criação, e que tem interesse em se beneficiar dessa renda. Os atores econômicos inscrevem-se na construção social da RQT, onde as cooperações são só motivadas por um cálculo oportunista, mas também pelo sentimento de pertencimento a um conjunto de valores compartilhados pelo território (MOALLA et al, 2011).

Fortalecendo-se os mercados locais, combinando bens privados e públicos em convergência para a elaboração de uma imagem e uma reputação de qualidade territorial, a cesta une estes atributos com a organização interativa entre seus produtores, objetivando internalizar a renda de qualidade territorial. Cada bem ou serviço é um “bem da cesta”, podendo ser valorizado e vendido separadamente do conjunto, ou consumido todo ou em parte, sem que as escolhas necessariamente modifiquem a estrutura (MOALLA et al, 2011).

Todavia, o preço pago por este bem sempre será superior ao pago pelo mesmo, fora da cesta, eis que o bem da cesta contém o serviço e a imagem que não possuem expressão de mercado autônoma. Esse produto possui tendência monopolista, embora considere-se fechado (CAZELLA et al, 2020). O desafio reside em operacionalizar o modelo de análise da CBST tendo por foco, também, o consumidor local desses e não somente o turista (VOLLET, 2018), nem as categorias sociais com rendas mais elevadas (REQUIER-DESJARDINS, 2019).

O tema da inclusão social, na geração de renda de qualidade territorial, que não se limite à elevação de preços de produtos e serviços, dá dimensão ambiental à sustentabilidade do desenvolvimento, do sistema de governança territorial que contemple essas particularidades e investimentos institucionais, compartilhados na

formação de atores territoriais (HORA, 2019), é uma das análises que tendem a prestar diferenciação ao desenvolvimento territorial.

## 2.2 A CESTA DE BENS E SERVIÇOS COMO ENGAJAMENTO TERRITORIAL

A origem do enfoque da cesta de bens e serviços territoriais situa-se em um estudo realizado no Sul da França, especificamente no território de Baronnies. Pela dificuldade de adaptação à modernização da agricultura, nos anos de 1960 e 1970, esse território passa a ser marginalizado economicamente, “desconsiderando os atores como protagonistas da construção social de mercados” (CAZELLA et al, 2021; HIRCZAK et al. 2008).

Motivados em reverter a dinâmica gerada pela ausência de características naturais favoráveis no território, há uma mobilização de fatores, exemplificadamente: o turismo, a biodiversidade, a preservação do patrimônio arquitetônico, a existência de produtos típicos, a qualidade de serviços públicos e privados e as amenidades rurais (paisagens, fauna, flora) (CAZELLA et al, 2021).

De acordo com Lacour (1985), o termo espaço-território, concebido de vida, cultura e desenvolvimento, retira de cena a compreensão limitada do espaço-lugar, que era tido, exclusivamente, como suporte das atividades econômicas.

Ainda que tenha iniciado de forma dispersa, essa articulação de oferta e demanda para valorização do potencial territorial dá ensejo às primeiras formulações do conceito de cesta de bens e serviços territoriais. Atribuindo a noção de renda de qualidade territorial, essas características favoreceram-se especialmente pela procura por produtos que não geravam efeitos negativos ao meio ambiente; além de serem destoantes de produtos advindos de consumo de massa e produções genéricas (HIRCZAK et al, 2008), permitindo que os produtos de qualidade revertissem sua posição concorrencial, em contraponto com o processo hegemônico de globalização econômica (PECQUEUR, 2005).

Nos estudos de Hirczak et al (2008), verificou-se que a variabilidade dos recursos naturais, favorecidas pelas modalidades de fornecimento e demanda por produtos e serviços de qualidade, são condições concretas do panorama tensionado pela perspectiva potencial para a perspectiva real, tendo como propósito valorizar o saber-fazer, a cultura e o ambiente natural. Na origem e surgimento da cesta, foi construída a RQT na região de Baronnies, em torno do azeite de oliva de Nyons, que

agregou também outros produtos com longa tradição, como derivados do azeite, vinhos varietais, lavanda fina e óleos essenciais (HIRCZAK et al, 2008; MOLLARD, 2001).

O fornecimento de produtos e serviços de qualidade são complementares e ancorados em um determinado território (HIRCZAK et al, 2008; PECQUEUR, 2001). O contexto de produção é parte integrante do processo em si, o que se atribui à produção de um enraizamento em um espaço físico e historicamente construído, noção defendida por Granovetter (1985) (PECQUEUR, 2001).

Esses fatores são compreendidos como mercadorias típicas, em que os preços e sinais objetivos são acrescidos de sinais não codificados, como atitudes, valores, imagens e símbolos, de natureza subjetiva e afetiva (FILSER, 1996). A cesta reúne à oferta, produtos locais e serviços de qualidade, ancorados em um espaço particular com cultura e história de produtos e de um território com características próprias (PECQUEUR, 2001), que são embutidas na mente dos consumidores quando visitam esses espaços (BRON, 1993), sinteticamente apresenta-se no quadro 6.

Quadro 6 – Elementos para constituição de uma CBST e RQT

Cesta de Bens e Serviços Territoriais	Renda de Qualidade Territorial
Bens e serviços complementares com origem territorial comum	Vincular os produtos e serviços a uma imagem específica
Reconhecimento do território e tradições	Estimular o consumo situado
Bens que coloquem o produto em cena	Construir um sistema de governança territorial
Estratégia territorial	

Fonte: Mollard, 2001.

Essas preferencias são moldadas através de “interações positivas entre produtos de qualidade com ancoragem territorial<sup>17</sup>”, em que a atuação dos atores geraria uma quebra entre as fronteiras (CRAVIOTTI, 2016). Mollard (2001) e Pecqueur (2006) apresentam requisitos básicos para a mobilização da cesta, quais sejam: a) vincular os produtos e serviços do território a uma imagem específica; b) estimular o consumo situado, através da priorização dos mercados locais e regionais, para promover o reconhecimento dos produtos e serviços da CBST no território e aos turistas, e, c) construir um sistema de governança territorial.

<sup>17</sup> Hess (2004) menciona a possibilidade da “localização ou ‘ancoragem’ de firmas externas em lugares específicos gerar uma nova rede local ou regional de relações econômicas e sociais, envolvendo firmas existentes e atraindo novas.

Para que o processo ocorra, devem-se consolidar a complementaridade entre bens e serviços que estejam conectados ao território, porque os serviços territoriais acessam o consumidor aos produtos com selo de qualidade, mas também se fortalecem pela presença na cesta (HIRZCAK et al, 2008).

A oferta de produtos e serviços territoriais, através dos circuitos curtos de comercialização, estimulam a qualidade dos produtos e os consumidores (locais e externos) como apreciadores destes (PECQUEUR, 2001). Dessa forma, a importância da governança se sobressai, pois, os atores públicos recebem o papel de disponibilizar acesso a infraestrutura, serviços e equipamentos, enquanto as associações, produtores e comerciantes privados têm o papel na geração de renda e emprego, “promovendo externalidades positivas para o território” (CAMPAGNE et al, 2014).

Estreitando-se os laços de proximidade e confiança, os sistemas de venda direta, a gastronomia típica e as visitas turísticas, geram-se a qualidade, reputação e reconhecimento das tradições, como uma relação conjunta. Os bens públicos que garantem aos produtos destaque, necessariamente, devem-se relacionar com a natureza, patrimônio, cultura, história e tradições locais, garantindo também a sustentabilidade nos vínculos da CBST (CAZELLA et al, 2020).

Este trabalho situa-se especificamente ao lado da oferta, ou seja, as condições de produção, rede de troca, intercâmbio de informações, cooperação e aprendizagem, ligando os produtos entre si, que constituem os elementos essenciais de definição dos sistemas locais de produção (PECQUEUR, 2001). Embora saiba-se que a CBST é originariamente e comumente utilizada para instituir uma RQT, que através de uma institucionalização de processos, capte a vontade de pagar associada ao produto (PECQUEUR, 2001), por ser uma configuração sempre inacabada, pode ser desenvolvida como estratégia territorial em um contexto pós-reconhecimento de um selo distintivo territorial, uma IG.

A construção de uma oferta específica por atores locais não se dá apenas à estratégia desses atores, ou tão somente pela coordenação entre produtores e organizações, mas também resulta da demanda para esses produtos. Como se verificou na análise da renda, a formação de excedentes depende da percepção que o consumidor tem do produto adquirido, razão pela qual deve ser também reorientada (PECQUEUR, 2001).

O caso dos territórios onde a qualidade dos produtos é reconhecida pelo signo distintivo, a ligação da área específica já atribui especificidade ao produto, mas não justifica a introdução de uma renda de qualidade territorial significativa. Esses produtos de alta qualidade se mantêm isolados sem destinação a efeito de cesta, uma vez que não há provas claras da ligação com o desenvolvimento (MOLLARD et al, 2001).

Assim, a RQT seria uma estratégia de desenvolvimento convergente entre diferentes atividades para a construção de uma imagem coerente e positiva do território como um todo, levando à demanda crescente do turismo e locais, que levam a contribuição desta imagem (MOLLARD et al, 2001). Lancaster propõe três premissas: a) o bem em si não tem utilidade ao consumidor, tem características, que determinam a utilidade do bem; b) o bem pode ter mais de uma característica, e elas podem ser compartilhadas por mais de um bem; c) as mercadorias em combinação entre si podem ter características diferentes daquelas que compõem cada uma dessas mercadorias, separadamente (PECQUEUR, 2001).

Observa-se, portanto, a cesta como técnica comercial para a combinação de mercadorias e a utilização da IG como estratégia para fomentar a especificação territorial de um bem já existente, utilizando as suas características de combinação ou localização. A qualidade da IG pode ser descrita como intrínseca, no sentido de que suas características, se modificadas, resultam na própria mudança do produto. A tipicidade advém da terra ou da técnica de produção, e o critério essencial é o respeito estrito e presumivelmente garantido (confiança) de especificações negociadas entre produtores e instituições públicas garantidoras do rótulo (PECQUEUR, 2001). Trata-se de uma especificação de ativos e uma estrutura de competição espacial (COLLETIS et al, 1993).

Há evidente dificuldade na avaliação da RQT gerada por uma IG (MOLLARD, 2000), pois a especificidade se deve à imagem mormente que as formas de consumo do território de origem do produto (PECQUEUR, 2001). O uso da imagem, de acordo com Pecqueur (2001), raramente é o resultado de uma construção de atores organizados – é antes, um processo de identificação da imagem positiva com o intuito de utilizá-la como bem coletivo. O sinal enviado ao consumidor está essencialmente ligado a critérios aterritoriais, como produção, história, cultura do lugar, e reforçam a qualidade intrínseca do produto (TORRE, 2000).

A CBST, portanto, não é um acréscimo de bens privados, mas uma combinação de bens privados e públicos, em que o produto líder, ou pelo menos, percebido pelo consumidor como tal, atrai consumidores que também apreciariam a qualidade de outros, reforçando a qualidade geral da área (PECQUEUR, 2001).

Para a sua efetiva promoção, é necessária a constante comunicação de atores privados, associativos e públicos dentro de um território, gerenciando conflitos e criando normas de conduta, para fazer predominar o interesse coletivo, o que se caracteriza como ações de governança (CAZELLA, 2018; HIRSCHMAN, 1996). Diferentemente de políticas públicas, em que o Estado promoveria a participação social, a cesta pretende ações pautadas em acordos que gradativamente ampliam-se a partir de experiências concretas, gerando trajetórias coletivas de uma construção de resultados (HIRSCHMAN, 1996; JANIN et al, 2020).

Com a criação de atmosferas viáveis para os acordos, combina-se a valorização dos produtos com o espaço e sua história, gerando uma ancoragem territorial, de forma que a geração de riqueza obtida é extraída como RQT (MOLLARD, 2001).

Há diversas atribuições a serem conduzidas pelos atores (CHAMPAGNE et al, 2014), em que: a) os públicos direcionam ações ao bem comum, instituindo formas de organização, descentralização de políticas públicas, criação de infraestrutura e favorecimento dos bens coletivos; b) os privados, orientam economicamente a coordenação de projetos e a operacionalização das atividades, utilizando-se de fatores específicos para gerar a oferta e, c) os atores associativos contribuem com a mobilização dos demais, disponibilizando os coletivos materiais e imateriais produzidos pela valorização dos recursos, sua inovação, organização e formação dos produtos.

A articulação entre agentes, ao ganhar mais visibilidade, gera o compreendido efeito cesta. A possibilidade se abre com a coordenação eficaz entre atores territoriais, inventariando os recursos específicos e tornando dinâmica a ação de consolidação do enfoque (CAZZELA et al, 2019).

Amplia-se, assim, a competitividade das relações econômicas, exprimindo, através desta “personalidade regional” (BENKO et al, 2001), capacidade de negociar “modos de cooperação entre capital e trabalho, grandes empresas e subcontratantes, e administração e sociedade civil” (BENKO et al, 2001). As políticas de planejamento territorial, de acordo com os autores, são delegadas às coletividades locais territoriais,

especialmente pela consideração com fatores locais nas dinâmicas, incidindo em uma diversificação das políticas econômicas, sociais e culturais (BENKO et al, 2001).

Em que pese as especificidades territoriais desempenhem papel importante em outros domínios econômicos, não há substituição entre elas. Benko et al (2001) cita exemplificativamente, que o Champanhe não é um produto deslocalizável, pois seu valor, ancorado em um território, torna-se resultado do meio. Esses territórios e suas especificidades não são apagados sob os fluxos econômicos da mundialização.

Território, portanto, se revela pela “união de práticas e de representações dos agentes econômicos, mas ele deve ser também o resultado de uma busca analítica e não seu pressuposto” (BENKO et al, 2001). Aproximando atores dispersos, dentro de espaços permeados com conflitos coletivos, necessita-se de uma grande confiança, razão pela qual, a construção gradativa de ações geridas de forma correta pode reconquistar laços, agregando atores e capital social para, aos poucos, ir ampliando a cesta (HIRSCHMAN, 1996).

Na medida em que existem rendas potenciais para atrair a economia, as alianças cooperativas estratégicas exigem laços, em que, num contexto de concorrência, “têm a virtude de criar vantagens, permitindo captar essas rendas que são de diversas naturezas” (HIRSCHMAN, 1996).

Para Hirschman (1996), o processo essencialmente dinâmico da governança visa a formulação e resolução dos problemas produtivos, como regra, inéditos, permitindo “revelar recursos latentes e provocar uma criação nítida de valor, materializado pela renda de qualidade territorial”, integrando os atores econômicos e atores públicos (locais ou não), ao compromisso institucional. Uma dinâmica de desenvolvimento territorial passa pela construção ou pelo reforço de redes e de formas de cooperação que propiciem sinergias entre atores públicos, associativos e privados (HIRSCHMAN, 1996).

Com o intuito de retirar efeitos positivos da proximidade, Guerin (1999) explica que, em tensão à governança e as políticas públicas, sugere-se dedicação da política local, adaptando-se aos espaços rurais, na medida em que pode servir para reforçar as formas usuais de coordenação entre empresas situadas no seio de uma mesma categoria de espaço. Iniciativas dedicadas locais parecem, particularmente, adaptadas para valorizar os recursos específicos, principalmente aqueles cuja imagem de tipicidade é fortemente ligada ao território (HIRSCHMAN, 1996).

Contudo, as relações institucionais da natureza, como empresas, coletividades territoriais, e organismos de interfaces ou o Estado, podem ser tratados como relações de grupo a grupo, ou ainda, como a constituição de um conjunto mais vasto e capaz de discriminar os membros e os não-membros, além de se organizar segundo modos, que lhe são próprios (HIRSCHMAN, 1996).

Para sua aplicabilidade concreta, exige-se a adaptação do modelo francês, incluindo questões como vulnerabilidade social, a pobreza, o acesso inadequado aos meios de produção, especialmente o acesso à terra por uma parcela da população rural, bem como a governança territorial e processos de desenvolvimento inclusivos (TECCHI et al, 2021). Motivo pelo qual a cesta é apropriada aos territórios rurais marginalizados, que se beneficiaram pouco do modelo produtivista para o desenvolvimento agrícola, mas também aos territórios que apresentam dinâmica econômica (PECQUEUR, 2016; CAZELLA et al, 2020). De acordo com Campagne *et al* (2014) mostra-se grande pertinência aos territórios, especialmente pela grande restrição as alternativas e estratégias de desenvolvimento.

A CBST permite contrabalançar as assimetrias de poder existentes nos territórios, desafiando-os a construir mecanismos que possibilitem a participação de atores sociais, que não integram as principais redes sociotécnicas das cadeias produtivas, sejam elas alicerçadas em circuitos longos ou curtos de comercialização (CAZELLA et al, 2020).

A análise realizada por Bonnal, Cazella e Maluf (2008) de projetos de desenvolvimento territorial apoiados por políticas públicas no Brasil revelam que o acesso a essas políticas está diretamente relacionado à maior capacidade de determinados atores sociais em atuar na arena do desenvolvimento, para empregar a terminologia adotada por Olivier de Sardan, na qual projetos são implementados em um contexto de dominação e de desigualdade (CAZELLA et al, 2020).

Os bens e serviços que integram a RQT podem ser qualificados como bens do clube, de acordo com Mollard et al (2001). Isso porque, através do conceito definido por Sandler e Tschirhart (1980), trata-se de um grupo voluntário que se beneficia mutuamente pelo compartilhamento de itens como produção, custos, características dos membros, ou um bem caracterizado por benefícios excludentes (bem cuja valorização não pode ser individualizada).

Os produtores do produto líder repartem o excedente com os diferentes operadores que compõem o clube. As amenidades ambientais, que cada um pode

explorar sem estar em situação de rivalidade e exclusão e, os subsídios públicos, que são captados indiretamente, são destinados à preservação de amenidades ambientais, além de fortalecimento da imagem que se forma da cesta (MOALLA et al, 2011).

A existência da RQT se justifica não apenas pelo fornecimento de recursos específicos para serem valorizados dentro do território, mas, igualmente, por conta de ser uma nova e forte demanda por bens e serviços específicos conectados a esse território (MOALLA et al, 2011)

Esses produtos são caracterizados, especialmente, por se encontrarem apenas em um território ou região específica, cujo mercado é quase que exclusivamente local. Ao contrário dos produtos de denominação de origem, esse não é o ponto de partida para se compreender o território, mas sim, a região e como a qualidade pode ser associada a uma gama de produtos e serviços originários daquele território (MOALLA et al, 2011), conforme se verifica no quadro 7.

Quadro 7 – Diferenciação entre a CBST e a IG

Cesta de Bens e Serviços Territoriais	Indicação Geográfica
Ponto de partida: associar a região aos produtos e serviços territoriais	Ponto de partida: bens ou produtos localizados em um território ou região específica
Qualidade geral da área reforçada pelo produto líder	Qualidade intrínseca: mudar suas características significa mudar o produto
Recursos territoriais unidos e não substituíveis por outro território ofertados conjuntamente	Tipicidade da terra ou da técnica de produção
Critério essencial: comunicação de atores	Critério essencial: confiança garantida pelo rótulo
O território é o produto comercializado	A imagem do território é o sinal enviado ao consumidor

Fonte: Moalla (2011), Mollard (2000), Pecqueur (2001).

Logo, com a combinação de bens privados e públicos contribuindo para a imagem e reputação do território, através de uma coordenação interativa entre os produtores da cesta (clube), internalizam-se as externalidades locais através de uma renda de qualidade territorial. Isso porque, é de interesse dos atores incentivar o surgimento de produtos complementares para garantir a representatividade da cesta, no território, limitando o máximo possível a exclusão de produtos territoriais de qualidade (HIRCZAK et al, 2001; PECQUEUR, 2001).

Além disso, não se pode ignorar que os atores privados possuem interesses convergentes, razão pela qual a coordenação institucional é relevante, a fim de definir escalas territoriais, incentivar políticas públicas, sempre almejando um equilíbrio e

coerência, objetivando o surgimento de uma RQT com base em estratégias conjuntas de produtores (HIRCZAL et al, 2001).

Essa análise permite que os produtores dessas áreas explorem novos recursos que especificarão sua oferta, oportunizando novos pontos de vendas e modificando sua posição na competição concorrencial de produtos e territórios, pela oportunidade de lançar luz sobre a CBST em um aspecto de pós-reconhecimento da indicação geográfica, “como uma expressão de oferta específica, compósita e territorializada” (PECQUEUR, 2006).

Assim, os mecanismos de territorialização propostos pelo enfoque da cesta se baseiam na especificação de recursos com potenciais latentes, permitindo, na elaboração, a diferenciação do território entre os demais (PECQUEUR, 2005). Com os atributos socioculturais e ambientais –qualificadores do território – a imagem bastante cristalizada, a combinação de bens e serviços públicos e privados e, a disponibilidade da cesta para diferentes perfis de consumidores.

### 3 TRILHA METODOLÓGICA DA PESQUISA

Este capítulo apresenta o percurso metodológico estabelecido para o desenvolvimento da pesquisa, bem como, os resultados obtidos, organizados nas seguintes seções: 3.1 discute as características gerais do estudo, que se classifica como qualitativo e explicativo, descrevendo os instrumentos metodológicos bem como a definição da unidade de análise e definição temporal; 3.2 relata como ocorreu o processo de coleta de dados; e 3.3 a forma como foram analisados e interpretados os dados coletados.

#### 3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Na intenção de atender o problema proposto, que, por sua complexidade, exige uma análise holística do fenômeno delimitado, foi utilizado o método de estudo de caso interpretativo como estratégia de pesquisa. Justifica-se pelo fato deste projeto demandar utilização de vários procedimentos para coleta de dados, sendo conveniente para obtenção e interpretação do proposto.

Entre suas diferentes aplicações, o estudo de caso cabe a “explicar supostos vínculos causais em intervenções da vida real que são complexos demais para as estratégias experimentais ou aquelas utilizadas em levantamento” (YIN, 2001). O estudo de caso não é nem uma maneira de coleta de dados, nem se limita a ser uma característica do planejamento em si (STOECKER, 1991), mas uma estratégia de pesquisa abrangente (YIN, 2001).

A execução da pesquisa se amparou em aspectos metodológicos de natureza qualitativa e explicativa. As pesquisas qualitativas visam entender “a lógica de processos e estruturas sociais, a partir de análises em profundidade de um ou poucos casos particulares” (CEBRAP, 2016), estabelecendo-se, através de um caráter explicativo, contando com a preocupação de “identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”, aprofundando o conhecimento da realidade a “explicar a razão das coisas” (GIL, 2008).

Este estudo classifica-se também como exploratório, buscando uma lacuna pouco explorada pelas pesquisas acadêmicas, realocando o problema sob um novo prisma (GIL, 2008). Como é uma pesquisa da qual não se assentam conceitos pré-

estabelecidos, visto tratar de uma indicação geográfica jovem, não foram abertas hipóteses, nem realizada sua testagem.

A escolha do caso investigado surgiu através da observação de diversos elementos evidenciados pela literatura empírica sobre os impactos das IGs. Ainda que não especificadamente referentes à erva-mate, demonstram a relevância do estudo em torno do dispositivo.

### 3.2 HORIZONTE EPISTEMOLÓGICO

Dallabrida *et. al.* (2021) explica que o caminho epistemológico adotado, referente ao materialismo histórico-dialético<sup>18</sup>, favorece a captação detalhada das articulações dos problemas, servindo de fundamento para “analisar as evoluções e rastrear as conexões sobre os fenômenos que os envolvem, destacando a importância da contradição, da totalidade e da historicidade no processo de compreensão”, que é representado pela realidade complexa dos territórios, com aspectos socioeconômicos, culturais e ambientais.

Assim, quanto ao campo epistêmico, utiliza-se como base o materialismo histórico-dialético aplicado aos fenômenos da indicação geográfica, considerando-se que “o modo de produção da vida material condiciona o processo geral de vida social, político e espiritual” (MARX, 1987). A compreensão do fenômeno não se exprime pela imagem que atribui a si mesmo, mas das relações concretas que o caracterizam, sendo a prática social o melhor critério para o conhecimento da realidade. O desenvolvimento dos fenômenos marca-se por aspectos que se unem e se dividem de formas opostas, através de acúmulos quantitativos e saltos de qualidade.

O materialismo histórico ensina que, assim como não se pode julgar um indivíduo pela forma com que enxerga a si próprio, não se pode analisar um fenômeno baseado no que espera que seja na atualidade, e sim, explicá-lo através de suas contradições no plano das relações concretas pelo seu desenvolvimento histórico. A teoria, portanto, analisará as indicações geográficas à luz da crítica marxista da economia política (MARX, 2004).

---

<sup>18</sup> Utiliza-se como pano de fundo da discussão a fim de enxergar o território, contudo não será construída uma análise dialética específica.

### 3.3 FORMAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A coleta de dados foi realizada com variadas fontes de evidência, atendendo a complexidade territorial analisada, como documentação, observações e entrevistas semiestruturadas, que, conforme Yin (2015), possibilitam realizar perguntas sobre concepções – inclusive de outros atores territoriais, que se mostraram apropriadas para alcançar as concepções e informações relevantes, e o contexto local formador da interação social, uma vez que o recorte espacial compreende a região da IG de São Matheus.

No Quadro 8 as referências citadas ao longo dos capítulos I e II foram utilizados como embasamento para construção dos indicadores<sup>19</sup> complementares, relacionando-os com todas as fontes de fundamentação.

Quadro 8 – Quadro metodológico

Categoria de análise	Indicadores
Estrutura	Compreensão dos atores, tipos e o número, sua abrangência
Contexto e interações sociais	Constatar a situação/contexto territorial, verificando a valorização das peculiaridades territoriais e a mobilização dos atores
Cesta de bens e serviços territoriais	Analisar o reconhecimento das características e atributos para a cesta de bens e serviços territoriais

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Com intuito de obter os dados atinentes ao desenvolvimento do conteúdo empírico correspondente ao problema norteador da dissertação, elaborou-se questionamentos específicos ao território, com base nos indicadores levantados por Turnes et al (2022)<sup>20</sup>, que viabilizaram a operacionalização da investigação conforme se verifica no Quadro 9.

<sup>19</sup> Termo que será utilizado para representar a coleta de dados (evidências empíricas) de forma sistematizada, sem a pretensão de mensura-los quantitativamente.

<sup>20</sup> Na referida pesquisa, foram elaboradas questões para orientar e representar de forma didática o estágio de cada indicador. São utilizadas uma escala que varia entre o grau 1 (mais fraco) e o grau 5 (mais forte), associado por cores. Nesta pesquisa, pela necessidade de maior maturidade no estudo da IG de São Matheus, o acompanhamento no tempo e suas alterações ensejaria na falta de base para comparação de processos de desenvolvimento.

Quadro 9: Dimensões, Indicadores e questões (continua)

	<b>Descritores</b>	<b>Indicador</b>	<b>Questão/Documentação</b>
<b>I – Oferta de bens e serviços privados de qualidade</b>	<b>1. Bens específicos (produtos e/ou serviços)</b>	1. Existência de bens específicos associados (reconhecidos) ao território?	2.4. (A produção e distribuição) relaciona-se direta ou indiretamente com a IG de São Matheus? 4.1. Quais fatores colocam a erva-mate como produto relevante?
	<b>2. Bens complementares (produtos ou serviços)</b>	2. Existência de bens complementares produzidos ou prestados no território correlacionados aos bens específicos?	2.5. Utiliza outros bens e/ou serviços do território de São Matheus na produção ou distribuição? 3.5. Há cooperação entre os produtores e outras entidades? De que forma? 4.7. O senhor verifica a possibilidade de existirem recursos territoriais pouco valorizados, e que apenas são encontrados no território da IG? 4.8. As características que qualificam a erva-mate podem qualificar outros produtos? 4.9. Há/haviam articulações para qualificar mais produtos?
		3. Bens complementares podem ser substituídos por bens genéricos?	4.8. Esses bens complementares podem ser substituídos por bens genéricos?
	<b>3. Elementos que contribuem para a produção da qualidade do bem específico</b>	4. O <i>terroir</i> (características da área de produção) do bem específico é bem conhecido?	4.3. O que confere qualidade ao território da IG de São Matheus?
		5. O saber fazer usado para a produção do bem ou prestação de serviço específico é reconhecido?	4.4. O senhor verifica a proximidade e confiança dos consumidores por produtos da região de São Matheus?
		6. A paisagem do território é considerada atrativa?	4.6. A erva-mate é explorada na região pela gastronomia típica, visitas turísticas?
		7. O território favorece a inovação (ou empreendedorismo) econômica, social e ambiental?	4.2. A imagem da erva-mate da região de São Matheus é vinculada ao território?
	<b>4. Elementos que facilitam a coesão da cesta (vetores)</b>	8. Existe articulação (sinergia) entre os componentes da CBST?	4.9. Há/ haviam articulações para qualificar mais produtos?
		9. Existe articulação (sinergia) entre os componentes da CBST e atividades turísticas e de lazer?	4.9. Há/ haviam articulações para qualificar mais produtos?
	<b>5. Relações de proximidade e confiança entre a oferta e a demanda</b>	10. Os bens e serviços da CBST são reconhecidos nos mercados urbanos próximos?	5.0. A IG é reconhecida nos mercados urbanos próximos? E esses outros produtos?
		11. Os produtos da CBST são valorizados em circuitos curtos de comercialização (venda direta, feira, casa colonial, lojas de souvenir...)?	4.6. A erva-mate é explorada na região pela gastronomia típica, visitas turísticas?
		12. Existem no território serviços de restauração (gastronomia) e <u>visitação associados à produtos da CBST?</u>	5.1. O território está inserido em Rotas Turísticas regionais? Há restauração gastronomia ou visitação associada à erva-mate ou a esse outro bem?
		13. O território está inserido em Rotas Turísticas regionais?	5.1. O território está inserido em Rotas Turísticas regionais? Há restauração gastronomia ou visitação associada à erva-mate ou a esse outro bem?

Quadro 9: Dimensões, Indicadores e questões (continuação)

	Descritores	Indicador	Questão/Documentação
<b>I – Oferta de bens e serviços privados de qualidade</b>	<b>6. Procura inelástica e específica sem que os preços de produtos e serviços territoriais priorizem consumidores de rendas elevadas</b>	14. Os preços impactam a demanda pelos bens da CBST?	5.2. Os preços dos produtos com o selo de identificação impactam na demanda?
	<b>7. Procura de produtos que constituem a cesta</b>	15. Existe procura por produtos ligado à sua qualidade ou reputação do território por consumidores?	5.3. Existe uma procura específica por produtos de qualidade ou reputação pelos consumidores?
<b>II – Ofertas de bens públicos de qualidade</b>	<b>8. Recursos territoriais específicos ligados ao meio ambiente (biodiversidade e paisagem)</b>	16. A especificidade climática e de paisagens típicas representam um diferencial do território?	5.3. Existe uma procura específica por produtos de qualidade ou reputação pelos consumidores? 5.4. Os consumidores costumam se importar com a preservação ambiental?
		17. A preservação do ambiente natural é reconhecida pelos “usuários”?	5.4. Os consumidores costumam se importar com a preservação ambiental?
	<b>9. Recursos territoriais específicos ligados ao patrimônio histórico, arquitetônico e cultural</b>	18. O patrimônio arquitetônico é associado à identidade territorial?	5.5. Existe respeito e valorização dos monumentos e sítios históricos?
		19. Existe respeito e valorização dos monumentos e sítios históricos?	5.5. Existe respeito e valorização dos monumentos e sítios históricos?
		20. A história do território é reconhecida?	5.6. A história, as tradições territoriais, são reconhecidas e valorizadas?
21. As tradições territoriais são valorizadas?	5.6. A história, as tradições territoriais, são reconhecidas e valorizadas?		
<b>III – Sistema de governança territorial</b>	<b>11. Concorrência e papel inclusivo da Cesta</b>	23. Os atores envolvidos na construção da CBST são representativos do território?	5.3. Qual o grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos da IG? 5.4. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?
	<b>12. Intersetorialidade e escopo da cesta</b> <u>Atores privados</u>	24. Existe concordância sobre os limites geográficos do território representado na CBST?	5.0. Seguiriam os limites geográficos do território representado pela IG?
		25. Existe clareza entre produtores, prestadores de serviços e consumidores sobre as características de qualidade da cesta?	5.7. Existe clareza entre produtores, prestadores de serviços e consumidores sobre as características de qualidade dos bens territoriais?
	<b>13. Formas de cooperação que especifiquem recursos territoriais e perenizem a RQT num ambiente competitivo</b> <u>Atores privados</u>	26. Qual o nível de confiança entre os atores envolvidos na conformação da Cesta?	5.3. Qual o nível de confiança entre os atores envolvidos no reconhecimento de novos bens?
		27. Qual o grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos na construção da Cesta?	5.4. Qual o grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos da IG?

Quadro 9: Dimensões, Indicadores e questões (conclusão)

	<b>Descritores</b>	<b>Indicador</b>	<b>Questão/Documentação</b>
<b>III – Sistema de governança territorial</b>	<b>14. Escalas territoriais e setoriais coerentes</b> <u>Atores públicos</u>	28. A composição das instâncias de governança é representativa dos setores públicos envolvidos na construção da cesta?	5.4. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?
	<b>15. Qualidade do acesso a bens e serviços territoriais</b> <u>Atores públicos</u>	29. Ocorrência de eventos técnico-científicos associados ao componentes da cesta?	5.8. Há eventos técnico-científicos, cursos, palestras, visitas técnicas ou outros espaços de compartilhamento multiatores (fóruns, redes, seminários).
		31. Qual a qualidade da sinalização turística no território?	5.1. O território está inserido em Rotas Turísticas regionais? 5.0. A IG é reconhecida nos mercados urbanos próximos?
	<b>19. Coordenação interinstitucional</b> <u>Ação pública e privada</u>	35. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?	5.9. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?
	<b>20. Articulação intraterritorial</b>	36. Existem bens e serviços de qualidade não correlacionados com a cesta?	4.7. O senhor verifica possibilidade de existirem recursos territoriais pouco valorizados, e que são apenas encontrados no território da IG?
	<b>21. Visão estratégica: ações de planejamento do desenvolvimento territorial sustentável, captação de recursos, financeiros e contratação de recursos humanos</b> <u>Ação pública e privada</u>	37. Identifica-se a existência de objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo?	6.0. Identifica-se a existência de objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo?
	<b>23. Capacitação de atores territoriais.</b>	39. Ocorrem cursos, palestras, visitas técnicas ou outros espaços de compartilhamento multiatores (fóruns, redes, seminários)	5.8. Há eventos técnico-científicos, cursos, palestras, visitas técnicas ou outros espaços de compartilhamento multiatores (fóruns, redes, seminários).

Fonte: Da pesquisa, com base em Pecqueur (2001), Mollard (2001), e Turnes et al (2022), 2022

Assim, a execução da pesquisa amparou-se em diferentes pontos de interseção, a fim de interpretar o objeto da pesquisa.

As entrevistas semiestruturadas tem como característica a elaboração de roteiro como requisito fundamental, em que a manifestação do respondente é adquirida através de sua livre manifestação, embora conduzida por roteiro. Esse é um guia ao entrevistador, cobrindo as questões previstas, mas confere liberdade ao pesquisador, podendo haver adaptações ao longo da entrevista (CEBRAP, 2016).

As entrevistas foram realizadas através do formato de roteiro semiestruturado (apêndice I e II), correlacionando os indicadores às perguntas, que foi submetido ao Comitê de Ética, com aprovação prévia à coleta de dados.

Embora os sujeitos principais da pesquisa sejam os produtores e organizações de apoio, outros atores também foram entrevistados, solicitando a eles a indicação de outros, em um processo denominado “bola de neve” (VINUTO, 2014).

Dessa forma, foram gravadas as entrevistas, autorizadas pelos entrevistados após a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE (apêndice III). Inicialmente, identificou-se a existência de duas organizações de apoio principais, de acordo com o estudo exploratório realizado na leitura do estudo: a Associação Amigos da Erva-Mate (IG-MATHE) e a Prefeitura de São Mateus do Sul, ambas localizadas no município de São Mateus do Sul/PR. Através da primeira organização, verificou-se 29 produtores associados, dentre os quais 2 utilizam, atualmente, o selo da IG. Desse total, 14 se disponibilizaram a participar da entrevista. Ainda, dentre os indicados, por serem vendedores de folhas, nem todos, efetivamente, utilizam ou aproveitam o registro da IG.

Dessa forma, foram entrevistados 17 produtores de folhas/ervateira, 2 Associações, 4 Instituições Públicas e 5 Instituições Privadas de fins lucrativos. Não se constatou a existência de cooperativas relativas à erva-mate na ocasião da coleta de dados, conforme o Quadro 4.

Quadro 10 – Lista de entrevistas realizadas (continua)

<b>Código</b>	<b>Município</b>	<b>Organização/Setor</b>	<b>Cargo/Ocupação</b>	<b>Data (2022)</b>
1	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Produtor de folhas e ervateiro	17/10
2	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Presidente – produtor ervateiro	17/10
3	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado (ex-presidente) – produtor de folhas	17/10
4	São João do Triunfo	IG-MATHE	Associada – produtora de folhas	17/10
5	Curitiba	Projeto Matte Cultural	Irmão de produtora de folhas, idealizador do projeto matte cultural	17/10
6	São Mateus do Sul	SEBRAE	Consultora	18/10
7	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associada – produtora de folhas e ervateira	18/10
8	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – produtor de folhas e ervateiro	18/10
9	São Mateus do Sul	Produtora e Organização de Apoio	Pesquisadora e empresária produtora de erva-mate	18/10
10	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado (vice-presidente) – produtor de folhas	18/10
11	São Mateus do Sul	Produtor	Produtor de folhas	18/10
12	São Mateus do Sul	Secretaria Municipal de Indústria, Comércio, Turismo, Ciência e Tecnologia	Secretário Municipal	18/10
13	São Mateus do Sul	Produtor	Produtor de mudas e terceirizado de colheita	19/10

Quadro 10 – Lista de entrevistas realizadas (conclusão)

<b>Código</b>	<b>Município</b>	<b>Organização/Setor</b>	<b>Cargo/Ocupação</b>	<b>Data (2022)</b>
14	São Mateus do Sul	Comércio (serviço de restaurante)	Empresário – membro da Associação Comercial	18/10
15	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – produtor de folhas	19/10
16	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – produtor de folhas	19/10
17	São Mateus do Sul	Comércio (serviço de cafeteria e floricultura)	Empresária	19/10
18	São Mateus do Sul	Secretaria Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Rural	Secretário Municipal	19/10
19	São Mateus do Sul	Associação Comercial de São Mateus do Sul	Presidente do ACIASMS	19/10
20	São Mateus do Sul	Consultoria agrônômica especializada em erva-mate	Consultor	19/10
21	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – produtor de folhas e ervateira	20/10
22	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associada – produtora de folhas	20/10
23	São Mateus do Sul	Poder Público	Prefeita de São Mateus do Sul	20/10
24	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – ervateira	25/10
25	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado – produtor de folhas	25/10
26	São Mateus do Sul	IG-MATHE	Associado (ex-presidente) – produtor de folhas	25/10

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

A pesquisa documental e observações foram realizadas para identificar os principais atores inseridos na produção ervateira em São Mateus, a natureza de conteúdos desenvolvidos pelas suas interações, assim como as regras e regulamentos construídos pela Indicação Geográfica analisada. A execução da observação direta aconteceu na 2ª Festa da Colheita do Mate realizada em 15 de maio de 2022. O evento contou com palestras, apresentando ao público assuntos pertinentes sobre o setor ervateiro, como poda de formação 1 e 2, poda de colheita, poda de rebaixamento, poda de decepa e colheita seletiva; e, cultivo orgânico de erva-mate no sistema sombreado e suas oportunidades com a indicação geográfica. Para não gerar atrito a critérios metodológicos, as informações da observação realizada foram registradas em um caderno de campo, além de realizados registros fotográficos. Ainda, acompanhou-se o evento realizado no dia 8 de novembro de 2022 pelo Instituto Federal – Campus de União da Vitória/Paraná, de título “Do Mate ao Chopp: A Nova Cadeia Produtiva da Erva-Mate”, que contou com a fala do Engenheiro Agrônomo do IDR-PR, Jair R. de Mello e com o Presidente da COGEMATE, Nei Kukla.

Quanto à análise dos dados, foi realizada a partir do cruzamento das evidências selecionadas e tratadas dentro da cronológica construção do território, do setor ervateiro e da IG de São Matheus.

A primeira etapa diz respeito à transcrição dos áudios gravados durante as entrevistas e a seleção das informações relativas à observação que apresentam relevância. Com isso, unidos os dados coletados pelas três fontes de evidências estabelecidas, realizou-se uma conferência minuciosa sobre estes. Das verificações, foi possível separar as informações nos grupos indicados pelas categorias de análise, codificados e associados aos indicadores descritos acima, cujo conteúdo será abordado no capítulo seguinte.

Há importante fronteira a ser traçada: a diferença entre análise de conteúdo e a análise léxica. Conforme Freitas e Janissek (2000), a análise léxica diz respeito ao “estudo científico do vocabulário, com aplicações de métodos estatísticos para a descrição” e sempre inicia com a contagem de palavras. É diferente da análise de conteúdo categorial, que diz respeito à uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação (BARDIN, 1997).

Neste trabalho, o *software* IRaMuTeQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), versão 0.7 alpha 2, foi utilizado para realizar uma análise léxica automatizada, possibilitando compreender as conexões entre as categorias, isto é, agrupamento de textos (falas mais frequentemente citadas durante as perguntas), combinando os resultados com a análise de conteúdo manual. Importante ressaltar que ele atende diferentes abordagens, inclusive a qualitativa, uma vez que, embora opere dentro de uma lógica estatística, apenas organiza e relaciona vocábulos, cuja interpretação e descrição dos fenômenos compete a pesquisadora. Portanto, serve exclusivamente de instrumento de apoio para a análise de conteúdo. No *software*, para permitir a criação de inferências, é realizada a codificação do conteúdo, organizada previamente pelos indicadores e categorias.

O uso desse recurso atende a necessidade de organização das entrevistas dos atores, ao apresentar a relação das palavras e termos frequentemente citados. Vinculando as palavras usadas pelos entrevistados, o *software*, através do cálculo de distribuição qui-quadrado ( $\chi^2$ ) agregado, elabora uma classificação de segmentos de textos, em que os vocábulos semelhantes são agrupados, diferenciando dos demais

correspondentes. Essa operacionalização da análise de dados mediante comparação e agrupamento (por tema e categoria analítica) caracteriza o *corpus* de análise. Para apresentação das análises, utilizou-se da imagem de gráficos (nuvem de palavras).

Assim, procedeu-se a análise de conteúdo, sedimentada em interpretação e reflexividade da pesquisadora, originados da comparação sucessiva dos dados. Organizando em planilhas do *excel*, revisita-se as proposições fundamentadoras da pesquisa, comparando a literatura com o fenômeno investigado e a realidade empírica do território.

### 3.4 CASO ESTUDADO

Segundo Anjos, Criado e Caldas (2013), as IGs agroalimentares nos últimos dez anos são temas de interesse dos países latino-americanos, tanto do ponto de vista acadêmico quanto de instituições nacionais e internacionais de fomento e desenvolvimento. No Brasil, há pelo menos, três setores que se destacam no reconhecimento da indicação geográfica pelas suas especificidades, cadeia produtiva e mercado: os vinhos, o artesanato e o café (GIESBRECHT, 2014), sendo que, atualmente, a classe de produtos de cafés é a que contem mais IGs registradas.

Conforme os dados colhidos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (DATA SEBRAE), 76 indicações geográficas estão relacionadas ao contexto agroalimentar. O Brasil tem, ao total, 97 indicações geográficas nacionais reconhecidas, sendo 74 indicações de procedência, 23 denominações de origem nacionais, além de 9 denominações de origem estrangeiras<sup>21</sup>.

Traçando um breve paralelo com a União Europeia, principal influência na caracterização do instituto, verifica-se que na atualidade, entre produtos agrícolas e gêneros alimentícios, há 1.577 registros, enquanto 1.624 vinhos estão registrados e protegidos por alguma espécie de IG (UNIÃO EUROPEIA, 2022).

No âmbito dos reconhecimentos nacionais, verifica-se que a partir do ano de 2012 há um aumento significativo nos reconhecimentos da indicação geográfica, além de diversificação de produtos, serviços e a expansão a novos Estados da federação (BRUCH, 2013).

---

<sup>21</sup>Disponível em: <[https://mapa-indicadores.agricultura.gov.br/publico/extensions/Dados\\_IG/Dados\\_IG.html](https://mapa-indicadores.agricultura.gov.br/publico/extensions/Dados_IG/Dados_IG.html)>. Atualizado em 19 de jul. de 2022. Acesso em: 21 de nov. de 2022. Atualizada até 22/11/2022.

A investigação teve como ponto de partida a observância de um conjunto de elementos, que, através da leitura empírica, possibilitaram a identificação do território de São Matheus como relevante.

No Brasil, só há uma indicação de procedência de erva-mate<sup>22</sup>, reconhecida no ano de 2017, e que apresenta caráter de manufatura e de serviço especializado.

Dentro da construção da identidade do estado do paraná, “a dinâmica do capitalismo, do republicanismo marcadamente positivista e anticlerical” teve como propulsora do desenvolvimento urbano e cultural a economia da erva-mate (PEREIRA, 1996). De acordo com o autor,   época, o Estado passava de uma “parcela de terra sem fronteiras bem definidas e uma população heterog nea sem quaisquer características em comum”.

Com o surto econômico em função da erva-mate, desenvolve-se a modernização do estado. Nesse aspecto, intencionava-se a construção de uma identidade que fizesse parte do sentimento de pertencimento de cada paranaense, mostrando que o local possuía uma “tradição histórica” (PEREIRA, 1996). A identidade aqui seria uma estrutura subjetiva marcada por uma representação do eu oriunda da interação entre o indivíduo, os outros e o meio, através de um constante processo de reafirmação (D’ADESKY, 2001).

Segundo Ianni (1998), os povoadores da cidade de Curitiba vieram ao estado na busca de metais preciosos, mas através de uma estrutura preponderantemente escravista, transformaram-se em tropeiros, produtores e comerciantes de erva-mate.

Localizada no sul do país, a indicação geográfica de São Matheus (IG-Mathe), foi reconhecida na modalidade de indicação de procedência, exigindo a notoriedade do local de origem dos produtos ou serviços (BRUCH, et al, 2010). A notoriedade da erva mate   antiga e um fator cultural importante dentro da Indicação Geográfica de São Matheus<sup>23</sup>. É a fama que um produto ou serviço tem em função de suas qualidades reconhecidas pelos consumidores. No caso da IG, ela está conectada a

---

<sup>22</sup> Houve outros pedidos para reconhecimento da erva-mate como produto com potencial t pico, referentes ao Planalto Norte Catarinense, Estado de Santa Catarina, abrangendo totalmente os municípios de Bela Vista do Toldo, Canoinhas, Irineópolis, Mafra, Major Vieira, Matos Costa, Monte Castelo, Papanduva, Porto União, Rio Negrinho, Timb  Grande, Três Barras e parcialmente os municípios de Caçador, Calmon, Campo Alegre, Itaiópolis, Lebon Régis, Santa Cecília, Santa Terezinha e São Bento do Sul. Os pedidos para a denominação de origem haviam sido feitos em 30/06/2020, 18/08/2020 e 20/07/2021, e restaram infrutíferos/prejudicados. Contudo, no dia 24 de maio de 2022, foi reconhecida a indicação geográfica do tipo denominação de origem   referida região do Estado de Santa Catarina.

<sup>23</sup> Reconhece-se potencial para reconhecimento da erva-mate em outros estados brasileiros, mas ainda sem demonstração de expressivo interesse (MAPA, 2021).

uma região, e deve, portanto, estar relacionada a história com o território e o reconhecimento da população (VELLOSO et al, 2014).

A IG-Mathe abarca seis municípios localizados na mesorregião sudeste do Paraná, que são São Mateus do Sul, Antônio Olinto, São João do Triunfo, Mallet, Rebouças e Rio Azul. Conforme Regulamento de Uso da IG-Mathe, possui como princípios, a produção sustentável da erva-mate, o respeito à história, a tradição da atividade ervateira local e a valorização dos recursos naturais da região de São Matheus, em que os produtos são elaborados a partir de partes vegetais de erva-mate, tendo como principal centralização da atividade na região o porto à beira do rio Iguaçu (IG-MATHE, 2015).

Na essência, a indicação geográfica é um instrumento econômico de agregação de valor a produtos e serviços, além da reserva de nichos de mercado. Todavia, não necessariamente, em termos práticos, a IG gera aumento de preços e valorização. A coesão das relações se mostra uma necessária condicionante para o avançar econômico. A disparidade nos ganhos econômicos, como será visto adiante, incide pela condição de falta sobre a valorização e complementariedade desde a construção da IG, cujo uso do selo foi monopolizado.

Para o consumidor distinguir o produto com IG de outro sem IG, utiliza-se uma representação figurativa, um “selo”, que na IG-Mathe é representado pela figura 1, a fim de garantir o respeito aos requisitos técnicos de qualidade, identificação e informação claras e rastreabilidade dos produtos (SEBRAE, 2006).

Figura 1 – Selo da indicação geográfica de São Matheus.



Fonte: Associação dos Amigos da Erva Mate de São Matheus, 2022.

Esse selo tem condão de indicar a associação que representa os produtores e permite identificar a origem dos produtos, que devem estar presentes e detalhados no regulamento de uso, elaborado pelos produtores e aprovado pelo INPI (REIS, 2015). O selo territorial é direcionado à proteção dos produtos ou serviços de um grupo

de produtores. Simultaneamente, são excluídos outros produtores, que por razões sociopolíticas ou econômicas, não são contemplados com o reconhecimento da IG, o que, de acordo com Reis (2015) é plenamente crível em termos de concorrência (PISTORELLO, 2006).

Razões como dificuldade em adaptação aos requisitos exigidos pelas normas, não estarem associados à associação, são fatores para que, geralmente, produtores não adiram ao projeto inicial da IG. Importante ressaltar que para fazer parte do território, os produtores não estão nem produzem na área de abrangência da IG. Assim, além de questões específicas relativas ao monopólio de exclusão territorial, essa barreira de proteção econômica faz com que a territorialidade protegida pela IG não lhes pertença, porque foi apropriada por um grupo de atores específicos (REIS, 2015)

Os procedimentos para os pedidos de registro e outras definições técnicas estão dispostas no Manual de Indicações Geográficas do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, publicado na Revista da Propriedade Industrial nº 2609, em 05 de janeiro de 2021. Conferimos, no caso, breve enfoque ao procedimento, para trabalharmos adequadamente institutos, normas e procedimentos, com o intuito de analisar de forma clara e objetiva o objeto da pesquisa, a inclusão-exclusão dos produtores de erva-mate da IG de São Mateus. Dessa forma, no que tange ao registro para a IG, a função é delegada ao INPI, que a partir da Resolução n. 75/2000 estabelece o legitimado para requerer o registro da IG, o que no caso da IG-Mathe, ficou a cargo da Associação dos Produtores da Erva-Mate de São Mateus do Sul (INPI, 2015), com apoio do Sebrae.

De acordo com Reis (2015) a atuação do Sebrae foi constada quase em todos os processos de institucionalização das IGs brasileiras já concedidas pelo INPI, além de, em alguns casos, ser o ator responsável pela identificação de potenciais produtos a serem submetidos à proteção por estes signos (VELOSSO, 2008). A maior das críticas ao protagonismo do terceiro setor, tem fundamento no viés exclusivamente produtivista dessas ações, relevando os aspectos sociais e culturais envolvidos na produção à segundo plano (REIS, 2015).

O pedido contém uma série de documentos que objetivam caracterizar a área, o produto, o processo produtivo, e o sistema de controle do instituto. Além de documentos comprovando a legitimidade dos produtores, requerentes e, o pagamento das taxas e custos que variam, de acordo com o pedido de indicação de procedência

ou denominação de origem pretendido (INPI, 2022). A delimitação da área exige respaldo técnico, expedido por órgãos competentes especificando a existência de controle sobre o território.

Dentro do pedido inicial do reconhecimento da indicação geográfica, estava incluído o município de Irati, mas, conforme colhe-se do relatório da Secretaria da Agricultura e Abastecimento (2015), as condições edafoclimáticas<sup>24</sup> particulares da região próxima à São Mateus do Sul (antiga colônia São Matheus) se deu especialmente por pertencerem a bacia hidrográfica do rio Iguaçu, o que não contempla o município preterido, por fazer parte da bacia hidrográfica do rio Ivaí.

Como a indicação geográfica de São Matheus refere-se a registro de indicação de procedência, o instrumento oficial requereu elementos comprovando o levantamento de evidências concretas do reconhecimento, o que restou demonstrado pelo relatório do INPI e o Regulamento de Uso da Indicação Geográfica. Todas as normas descritas e passíveis de controle são resultados de acordos coletivos entre os membros da região e da cadeia produtiva, que foram devidamente aprovados em assembleia (CERDAN et al., 2010), posicionando atores e restringindo quem pode ou não usufruir da indicação geográfica.

---

<sup>24</sup> São as características do meio ambiente, como: clima, o relevo, a litologia, a temperatura, umidade do ar, radiação, tipo de solo, vento, composição atmosférica e a precipitação pluvial (IBGE, 2022).

#### **4 O RECONHECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E NOVOS CAMINHOS TERRITORIAIS**

A institucionalização de programas no Brasil que visem o desenvolvimento territorial assentou um construto teórico-epistêmico e deu origem a elaboração e (re)constituição de metodologia para a realidade empírica, referente a instrumentos alternativos de valorização de ativos territoriais. Ao analisar o complexo fenômeno, perpassa-se pela importância da pesquisa empírica para as ciências sociais, aproximando a teoria da prática em uma retroalimentação da teoria pela prática e da prática pela teoria, possibilitando um avanço e lapidação do ponto analisado.

Esse fenômeno converge para desenvolver a importância de dados no estudo das indicações geográficas e da cesta de bens e serviços territoriais, a partir da perspectiva de como está sendo implementado e continuamente organizado as potencialidades locais. Ao atender as especificidades políticas, culturais, econômicas e geográficas, a partir das concepções globais (em especial, no Sul Global e como perspectiva contra-hegemônica), torna propício avanços do instituto e a compreensão sobre as formas de aprimoramento da prática.

Em razão disso, realizou-se a pesquisa de campo, conforme já abordado no capítulo 3. Dado os indicadores e aspectos metodológicos, verificou-se os protagonismos sociais e institucionalidades no território, e redundou na coleta de dados realizada entre 17 a 25 de outubro, no Município de São Mateus do Sul/PR, sede da Indicação Geográfica de São Matheus. Para possibilitar o estudo de caso dentro das proposições de análise da dissertação, observou-se o cenário apresentado por Velloso (2008) que alude que “o seu resultado depende principalmente do modo de governança local, bem como da mobilização de recursos territoriais, aonde a Associação assume o papel principal”, o que justificou ser o primeiro contato na região.

Adjacente a esta questão e atendendo o quadro teórico que sustenta a pesquisa, influenciador direto das perspectivas adotadas pela pesquisadora e pela postura epistemológica (GRAY, 2012), resulta-se, assim, em esquemas de cognição e transposição do que emerge na região, nesse caso, parâmetro explicativo de como estão determinados recursos e como podem ser promovidos.

Nesse capítulo são apresentados os resultados da pesquisa, relacionados ao período de reconhecimento da Indicação Geográfica de São Matheus (IG-MATHE), ou seja, a partir de 2017. O fenômeno territorial ancorado na erva-mate, tem como

expressão cultural a identidade, ao dar sentido à experiência e as escolhas identitárias, conectando o passado com as relações sociais, culturais e econômicas atuais. Os indígenas já utilizavam as folhas da erva-mate (*ilex paraguariensis*<sup>25</sup>) muito antes da chegada dos portugueses e espanhóis, que incorporaram o seu uso na forma de chimarrão e chá. Por se tratar de uma planta nativa da Floresta com Araucária ou Floresta Ombrófila Mista, o consumo da erva-mate proporcionou fronteiras geográficas próprias, unindo povos de diferentes países do Sul, e de regiões diferentes de um mesmo país, por sua relevante importância social, econômica, ambiental e cultural.

A estrutura das seções encontra-se organizada através dos seguintes conteúdos: 4.1) aborda a estrutura para compreensão dos atores, tipos e o número, além de sua abrangência. Nesse âmbito, é evidenciado o fato de algumas pessoas, ao migrarem em razão de seus empregos, adquiriram interesse na erva e em seu plantio. Na sequência, é evidenciado como se fortaleceram as relações socioeconômicas, políticas e culturais no âmbito do setor. 4.2) discorre sobre o contexto e interações sociais, contatando a situação/contexto atual, verificando a valorização das peculiaridades territoriais e mobilização dos atores. Para tanto, apresenta as divergências entre os discursos sobre as vantagens e a expectativa dos produtores. Além disso, são discutidos os desafios desse propósito diante dos questionamentos realizados. 4.3) descreve a cesta de bens e serviços territoriais, analisando o reconhecimento das características e atributos. Nessa seção, é enfatizado o panorama de integração existente e a concepção de unificação territorial; e 4.4) apresenta os desafios recentes para o fortalecimento do território da IG, considerando-o como mecanismo de relações multifatoriais e com multiatores. Nesse contexto, a criação e fortalecimento de uma oferta conjunta de bens se mostra um aproveitamento possível aos recursos territoriais, além de um fator estratégico para desenvolvimento territorial, em que se formando parcerias para gestão, pode favorecer ao alcance dos resultados esperados.

---

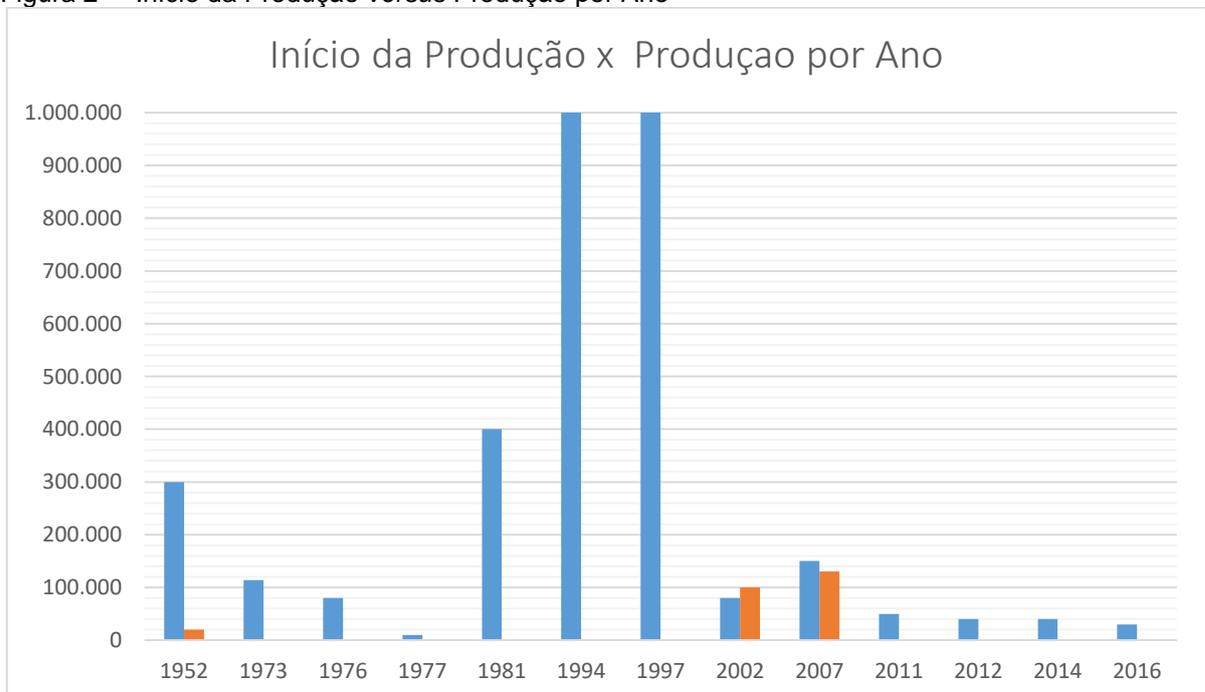
<sup>25</sup> *Ilex paraguariensis*, é o nome científico da erva-mate (EMBRAPA, 2022)

#### 4.1 ESTRUTURA

Ao identificar os atores, a primeira informação colhida indicou que a maioria dos entrevistados com naturalidade no Estado do Paraná (maioria de São Mateus do Sul, além da Lapa, Bituruna, União da Vitória, Rebouças e Curitiba), seguida de Minas Gerais, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina. A importância desse questionamento se dá com o intuito de verificar se suas presenças na região foram em razão da erva-mate. No caso, tal afirmativa revela-se equivocada, pois ainda que muitos tenham plantações geracionais de erva-mate (a maioria), e tenham vindo em razão do ciclo de produção e maneiras de fomentar e ampliar a renda, destaca-se a migração pelo emprego público na Petrobrás<sup>26</sup>.

O início do plantio de erva-mate pelos entrevistados, conforme a figura 2, se deu antes do reconhecimento da indicação geográfica, o que indica que os produtores se mantiveram os mesmos, com erva iniciando em 1952 até 2016, embora entrevistados tenham informado que algumas pessoas têm vindo de fora para investir em plantações de erva-mate na região.

Figura 2 – Início da Produção *versus* Produção por Ano



Fonte: Da pesquisa, 2022.

<sup>26</sup> A Petrobrás é uma empresa estatal, e São Mateus do Sul tem uma unidade de Industrialização do Xisto (SIX), por ser uma das maiores reservas mundiais.

Nota: As maiores produções são, respectivamente na tabela, 5.000.000 e 6.000.000. Contudo, a fim de trazer um valor mais próximo, considerando que os valores expressivos não são regra, reduziu-se o eixo a 1, para melhor visualização.

Ainda, na tabela é possível verificar que os anos em que se iniciou a plantação de erva-mate não tem interferido na produção, ou seja, tratar-se ou não de herança familiar não é o que predomina em quantidade das folhas colhidas, o que pode ter razão pela erva-mate ter sido, durante muitos anos, atividade predominantemente extrativista (PRIORI et al, 2012), entendida como renda complementar, cujo fortalecimento não compensava para subsistência familiar. Em fins do século XIX, extraía-se a erva-mate do Paraná e a exportava para a Argentina e o Uruguai, pois, de acordo com Wachowicz (1987), grandes áreas de terra foram concedidas para empresas do exterior pelo governo brasileiro para a extração de erva-mate e madeira.

Os países para os quais se exportava mantêm compras expressivas na região, especialmente o Uruguai, e, de acordo com os entrevistados, continua como comprador da erva territorial. Entrevistados indicam como também importador de erva-mate de São Mateus, a Argentina (Entrevistado 10 e 16), o Paraguai (Entrevistado 16), os Estados Unidos (Entrevistado 13), a Europa (Entrevistado 3), e a China (Entrevistada 4). Os consumidores internos são distribuídos entre indústrias da região (em especial, dos Municípios de São Mateus do Sul, Rebouças, Irati e Cruz Machado), além dos Estados de Santa Catarina, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Espírito Santo e Rio Grande do Sul. Ressalta-se que uma das grandes ervateiras da região possui o beneficiamento final no Estado do Rio Grande do Sul, e que é compradora da maioria das folhas dos produtores da região. Ainda, a Entrevistada 9 se destaca dos demais, pois seus consumidores são pessoas que utilizam produtos artesanais, e que possuem conhecimento do selo (independentemente se são produtores ou consumidores).

Quanto à distribuição, a maioria conta com o auxílio de prestadores de serviço, próprios ou terceirizados, desde a poda até a distribuição às ervateiras da região. A exceção fica a cargo das indústrias ervateiras, que, instadas, informaram que a própria empresa distribui, ainda que até Curitiba, para despachar a destinos mais longos. Com relação ao Entrevistado 8, a distribuição fica a cargo dos revendedores de atacado na beira da rodovia e vendedores da região que atendem supermercados. A Entrevistada 9 informa que distribui seus produtos de forma individualizada. Por fim, o Entrevistado

13, que também é produtor de mudas, distribui nas propriedades que presta serviço como terceirizado.

Direta ou indiretamente, todos tinham relação com a Associação Amigos da Erva-Mate (IG-Mathe). Embora a propriedade não fosse reconhecida e as mudas, folhas, além do produto erva-mate distribuída não tivessem o selo, a maioria participa como “amigo”, associando-se à IG, sendo membro, integrando o conselho regulador ou beneficiando-se de outros recursos, como cursos promovidos pela Associação. Para alguns, vender para a IG é uma opção:

Tenho feito pela IG porque acho que é um produto diferenciado. E mesmo para fortalecer a indicação [...] a gente tem que começar a fazer um trabalho de reconhecimento. Excepcionalmente esse ano está [...] a mão-de-obra cara, a erva barata; não estava propiciando, mas a tendência é todo mundo plantar mais, colher mais, e a colheita ser mais valorizada (Entrevistada 4).

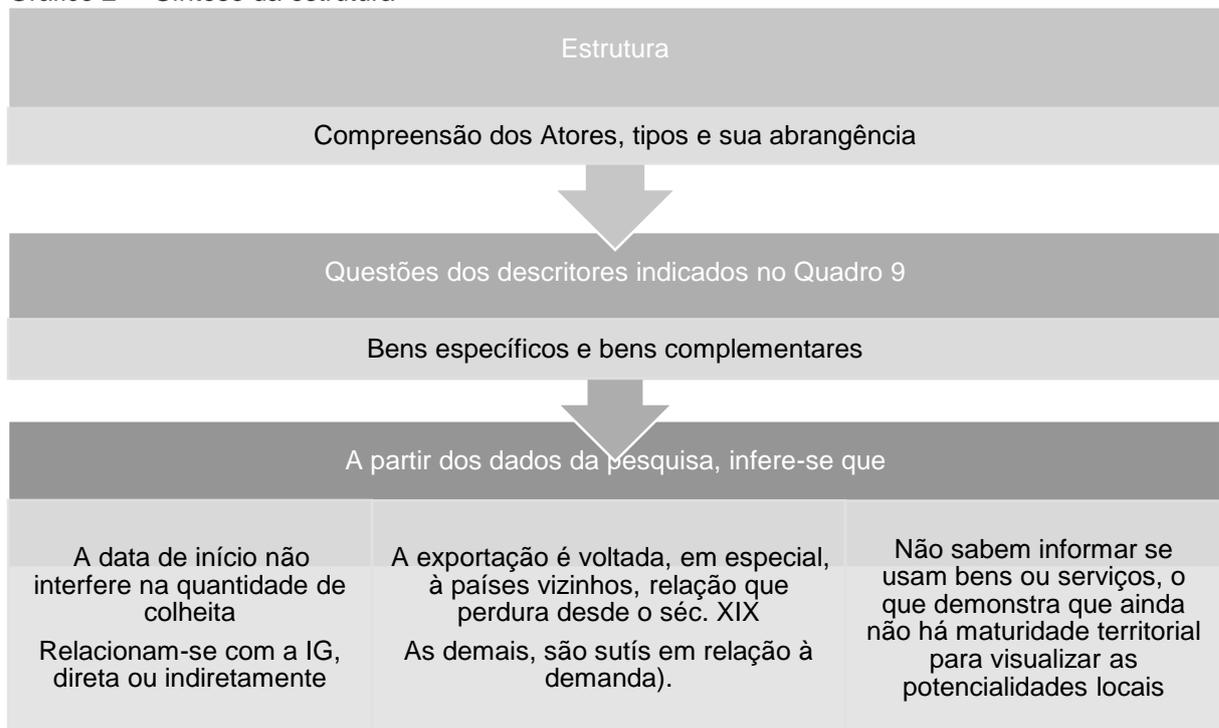
A maioria não soube informar se utiliza outros bens e/ou serviços do território de São Matheus na produção ou distribuição da erva-mate, e isso reflete exponencialmente ao objetivo geral da pesquisa, uma vez que há uma falta de maturidade temporal na região, verificada pela dificuldade de grande parte dos atores em conseguirem visualizar as potencialidades locais. Contudo, há menções relativas à restaurantes, mercados, consumos diários (Entrevistado 1; Entrevistado 8), até mesmo erva-mate de outras regiões em que não há interferências no sabor para o chá ou tostá-lo, em que o valor é abaixo do pago pela região (Entrevistado 1). Menciona-se, por vezes, a priorização por produtos e serviços da região de São Matheus, como prestadores de serviço, parceiros locais (Entrevistado 8, Entrevistado 9; Entrevistado 16 e Entrevistado 24), material lenhoso (Entrevistado 7; Entrevistado 8; Entrevistado 24) e a prestação de serviço para obtenção de outros selos IG (Entrevistado 25). Um produtor cita a utilização de grãos, como soja e milho (Entrevistado 21), em que pese não haja conhecimento da entrevistadora sobre as razões que os une na produção e distribuição da erva-mate.

Os efeitos da estrutura no desenvolvimento territorial resultam das perspectivas e ações que se distribuem na cadeia produtiva, transformando esses vínculos no trabalhado “círculo virtuoso do desenvolvimento” (MOLLARD, 2001). Questões como a relação com a indicação geográfica e a utilização de bens ou serviços introduzem a pertinência de conhecimento e reconhecimento dos processos e conexões já existentes. O caminho epistemológico traçado fornece o fundamento

para rastrear e detectar as contradições e a história no processo de compreensão, pois suas explicações no plano concreto não podem ser analisadas pela expectativa do que poderia ser, e sim, atentando ao seu desenvolvimento histórico (MARX, 2004).

Para identificação estrutural da cadeia da erva-mate, utilizou-se, conforme indicado no Quadro 9, uma gama de perguntas complementares às propostas por Turnes et al (2022), contudo, objetivando aproximar a realidade constatada à dinâmica de análise do território com vistas para a existência CBST em São Matheus. Como os indicadores propostos concebem métodos e instrumentos de monitoramento de territórios no processo de implantação e consolidação da cesta, as dimensões e descritores foram adaptados, aproximando os indicadores ao território em questão, conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2 – Síntese da estrutura



Fonte: Da pesquisa, 2022

Tem-se, portanto, a necessidade de ressaltar que os indicadores de Turnes et al (2022) não foram plenamente utilizados para desenvolvimento deste tópico, uma vez que “o processo de definição de indicadores tem início com a realização de uma caracterização geral do fenômeno que será analisado, de acordo com a escala geográfica considerada” (TURNES et al, 2022), o que gerou, por oportuno, a necessidade de prévia identificação de aspectos relevantes para o tema.

## 4.2 CONTEXTO E INTERAÇÕES SOCIAIS

A relevância da erva-mate na região é indiscutível. Historicamente, as atividades econômicas no Paraná foram principalmente relacionadas à coleta de erva-mate. No século XIX, dois negócios comerciais “passaram a dominar: a exportação da erva-mate e o comércio de tropas muares” (BALHANA et al, 1969).

Negócios rendosos e fáceis como eram (pois a erva-mate é nativa e não exige cultura, e o comércio de animais, embora exigisse capital, propiciava rendas com o simples arrendamento dos campos para os períodos de invernagem) – encerraram dentro de seus quadros de atividades, a maioria da população, que abandonava cada vez mais os trabalhos da agricultura. E à medida que isso acontecia, ia-se agravando a endêmica crise de abastecimento (BALHANA et al, 1969).

Na economia da erva-mate, a extração ganha volume na década de 1820 e acaba por conquistar mercados. Já no ano de 1826, “[...] a exportação da erva-mate constituía a base de todo o comércio exterior da 5ª Comarca, através do porto de Paranaguá, predominando sobre os demais produtos, com larga margem, e atingindo a 69,81% da exportação total do Paraná” (KRUGER, 2004).

Além de ser uma atividade ambientalmente correta (exploração sombreada propicia à conservação nativa e dos solos), e socialmente justa (no Brasil, produz-se em 596 municípios, mais de 180 mil propriedades e gerando 710 mil empregos diretos, especialmente em época da concentração da poda (IDR-PR, 2022)), o histórico, o gosto pela cultura e a herança familiar predominaram como motivações para tornar-se produtor de erva mate.

Ainda, apresenta-se a viabilidade econômica (Entrevistado 8; Entrevistado 25), uma vez que “[...] mesmo se não cuidar dela (erva-mate), ela produz; se cuidar, produz mais” (Entrevistada 4). Alia-se a necessidade de “tornar produtivo” um “terreno que não se pode mexer” (Entrevistado 16; Entrevistado 11), pelo remanescente de mata atlântica predominante na região, característica que favorece a cultura (Entrevistado 25).

Quanto às respostas da Organizações de Apoio, constatou-se que, em relação à erva-mate, o SEBRAE apontou as potencialidades e houve uma articulação organizacional, que contou com cooperativas de crédito, a Prefeitura do Município de

São Mateus do Sul, o Sistema S<sup>27</sup> como promotor de cursos, as indústrias, a UFPR, o IDR-PR, a EMBRAPA, a SINDMATE, a CDL. Os contatos mais próximos em termos relacionais que apoiaram a atuação da organização do setor ervateiro foram as que participaram desse processo, e em maioria, entende-se que tiveram atuação conjunta, em que pese a Associação tomasse as iniciativas. Há destaque quanto a necessidade de maior integração, porque a indicação geográfica é um projeto coletivo, e “o mais difícil não é conseguir, e sim manter” (Entrevistado 14).

Não se pode descuidar que, ainda que por muitos anos tenha sido uma cultura extrativista, há, até hoje, dificuldades na cultura. Isso se dá, em especial pela incipiência de informações, estrutura e maquinário (Entrevistado 1), que não se desenvolveu com técnica e investimento (Entrevistado 25). Embora, como ressaltado pelo Entrevistado 21, antigamente a industrialização era manual, pelo uso dos Barbaquás<sup>28</sup>, a profissionalização e organização do setor ainda é incipiente (Entrevistado 8; Entrevistado 10), chegando-se a comentar que se a maior empresa da região não mais existisse, o investimento chegaria a nada (Entrevistado 11).

Ademais, a baixa mão-de-obra no setor, justificada por respeito aos períodos de safra (maio a setembro), leva as indústrias e produtores de folhas a contratarem funcionários temporários (Entrevistado 24; Entrevistado 11) para o adensamento, poda e colheita. Ainda, pela baixa atenção da cultura em pesquisas, não se tem herbicidas e pesticidas específicos e estudados para cuidado com pragas na plantação, além da utilização de nutrientes que não se tem conhecimento dos efeitos positivos e negativos (IDR-PR, 2022).

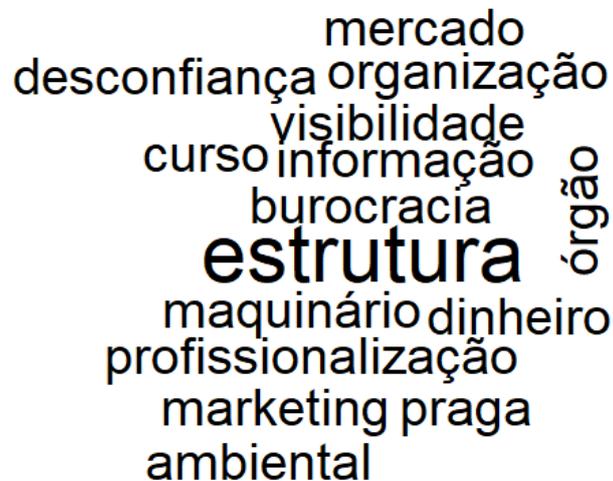
Os fatores que preocuparam os produtores no início da produção da erva-mate, conforme Figura 3, e que ainda permanecem hígidos, consistem na falta de dinheiro para o início da produção, a necessidade de fazer cursos para “pegar o jeito” (Entrevistado 15), a desconfiança dos produtores no setor e nas indústrias (Entrevistado 26), justificada pela colonização polonesa, a falta de visibilidade, o machismo no setor e a cultura ser cíclica financeira e culturalmente (Entrevistado 3; Entrevistado 7; Entrevistado 22).

---

<sup>27</sup> São entidades da sociedade civil organizada, sem fins lucrativo, instituídas para ministrar assistência ou ensino a determinadas categorias sociais, tendo autonomia administrativa e financeira (OLIVEIRA, 2021).

<sup>28</sup> Método antigo de produção de erva-mate (EMBRAPA, 2022)

Figura 3 – Nuvem de palavras: preocupações dos produtores



Fonte: Da pesquisa, 2022.

O órgão ambiental é levantado como fator de instabilidade (Entrevistado 3, Entrevistado 4, Entrevistado 26). Cita-se que, para ter crescimento da erva, no consórcio com a mata nativa, se faz necessário o raleamento, o que não é de conhecimento e previsibilidade dos órgãos ambientais.

[...] problema da erva-mate é que ela, para ter um crescimento (a erva-mate nativa, pensando em uma indicação geográfica), precisa desse consórcio com a araucária, mas precisa fazer raleamento. Então o grande problema é o mau entendimento dos órgãos ambientais referente ao cultivo de toda essa floresta, dessa manutenção da floresta. Há mais ou menos 20 anos atrás, teve uma Lei do Conama [...] que proibiu o corte da mata nativa; esse foi o maior erro ambiental [...] se eles não fizessem isso e fizessem o manejo [...]. A mata, como nós, tem um ciclo [...] e toda aquela floresta nativa com erva-mate, canela, bracatinga, com o que tiver ali, ele tem aquele período. Se você faz o manejo florestal, você tira aquelas que vão morrer (as mais velhas) e as mais novas crescem melhor. [...]. Quando você faz um raleamento, *you oxygenate the forest, and allow for greater growth; you reduce the amount of forest that is dying [...] and leave the new, people will cultivate the pine for millennia; at the moment you prohibit, you turn it into a pest; and that is what they did. If you do it in a consórcio with raleamento, you turn it into a pest for erva-mate a extraordinary potential, because you will densify, take advantage of the maximum and if you have too much erva-mate or cut too many pines the erva-mate will not have the quality, it needs the forest to have more quality.* [...] O nosso problema é os equívocos ambientais do passado (Entrevistado 26).

Isso tudo retoma a primeira dificuldade que os produtores encontraram e encontram: a incipiência de informações sobre a cultura. Por fim, a dificuldade levantada foi relativa a burocracia para obter o selo IG (necessidade cumprimento de requisitos técnicos) o fortalecimento do mercado de selo orgânico (com certeza de

aumento de demanda e lucro), e apontamentos sobre marketing de produtos, uma vez que é através da primeira impressão apresentada pela embalagem que se demonstra a diferença do produto (Entrevistado 4; Entrevistado 9; Entrevistado 20).

No campo das mudanças relacionadas à produção ou comercialização a partir do reconhecimento da IG, de forma individual ou coletiva, as respostas foram bastante positivas, em que a maioria verifica, mesmo antes, no pré-IG (Entrevistado 3), tanto na indústria quanto no campo, diferenças no cuidado, na conversa com o público final, na agregação de valor e na valorização e divulgação do produto, que passou a confirmar as características de qualidade e notoriedade no mercado.

Se comparar o que é pago na erva-mate da nossa região, com ou sem IG, só por ser da região de São Mateus, ela já tem uma valorização em relação a outras regiões. Isso sempre teve, mas não era tão latente. Quando veio a indicação geográfica, evidenciou muito essa região, então, quando evidenciou aqui, muitos investidores começaram a investir aqui: médico que queria investir [...] resolveu investir em erva-mate; pequenos produtores que tinham um canto da propriedade, começaram a olhar com mais atenção, tecnificar aquilo ali porque começou a ser viável; então teve muito ganho. E obviamente quando tem muita evidencia, aumenta a demanda naquela região, então, os produtores, em tempos de crise, de sobra de erva-mate no mercado, a nossa região é a que vai ser a última a sofrer com isso. Além, da agregação de valor no preço do quilo. [...] isso, só da cadeia produtiva, se pegar turismo, rua do mate [...], obra pública que custou 2 milhões de reais, que o Governo do Estado aportou; esse recurso não viria para São Mateus (do Sul) se nós não tivéssemos a IG, e quem ganhou a obra foi uma empresa do município, [...] temos os hotéis e restaurantes, tem rotas turísticas específicas da erva-mate, tem novos ativos sendo montados, novas marcas que vieram por conta da IG [...]. Se não tivesse IG, eu tenho dúvidas se essas marcas existiriam (Entrevistado 25).

A erva-mate tem relevância cultural indescritível, a obra do Governo do Estado, Rua do Mate, fica na entrada da Cidade pela BR-476. Foi realizada em 2020 e investiu R\$ 2,1 milhões no projeto, tornando a praça um local de convivência, concentração de atividades culturais, fomento ao comércio e produtos típicos regionais. Não se descuida o marco de partida que esse trabalho com a erva-mate levou ao Município, reforçando a identidade cultural do território com predileção a atrair turistas. Contudo, posicionando a fala do entrevistado, é necessário elucidar que é verdadeiro, mas não representa o cenário apresentado pelos entrevistados de modo geral.

O entusiasmo apresentado necessita de parcimônia por não consentir com os produtores e consumidores, e revela que, dos recursos investidos, teria sido proporcionado mais benefícios caso fossem direcionados ao fomento específico do

setor, concedendo à associação (ou a uma cooperativa) mecanismos e estratégias para realizar o beneficiamento por si. A erva-mate é uma expressão cultural identitárias, mas também coletiva, discutir sobre a estagnação com os atores territoriais, contribuiria para o desenvolvimento de uma fase positiva ao setor, vez que o fenômeno da erva mate está “naturalizado”.

Para as Organizações de Apoio, as mudanças foram compreendidas como capacitação no campo e na indústria (Entrevistado 2), valorização e reconhecimento para venda e exposição (Entrevistado 17); além de um aumento no cuidado, e ser um título a mais para a região (Entrevistado 18). Excepcionalmente, houve a compreensão de que houveram poucas mudanças a partir do reconhecimento da IG.

É importante não isentar o debate, pois embora existam ganhos, há produtores afirmando que “estão descontentes”. Citaram a existência de regras excessivas criadas pelos membros do conselho regulador, a falta de apoio dos principais interessados, falhas de cooperativismo, a dificuldade em levantar um mercado novo e aliado ao fato de que o preço não acompanhou todos os processos necessários para produzir com IG, além de um mercado internacional fraco e possível estabilização do preço para próximas safras. Para eles, a erva-mate ter despertado mais atenção, e “estar mais famosa”, não tem sido fator relevante para alguns produtores.

Isso reflete exponencialmente na pergunta subsequente, demonstrada no Quadro 5, que questiona aos entrevistados sobre o atendimento das expectativas. Respostas positivas surgiram, indicando que sim, porque capacita e abre portas para mais associados e ampliam-se os ganhos (Entrevistado 1; Entrevistado 15), porque é um mercado novo (Entrevistado 3), gera uma tendência (Entrevistado 4) e está em evolução (Entrevistado 16). Há também respostas evasivas, indicando que há etapas, na prática estão sendo atendidas as expectativas, mas na teoria não (Entrevistado 8), mas estão caminhando juntos (Entrevistado 16; Entrevistado 22). Por outro lado, verificar mudanças não significa atendimento de expectativas, pois entrevistados, ao refletirem quanto a si mesmos, majoritariamente demonstraram que esperavam mais (Entrevistado 13), e entenderam que o consumidor de chimarrão não se interessa no mercado gourmet (Entrevistado 21), reforçaram a burocracia, a falta de valorização como produtor no faturamento (Entrevistado 7; Entrevistado 10; Entrevistado 24; Entrevistado 25), levantada a falta de políticas públicas para o favorecimento real da

IG (Entrevistado 26) com a colheita em grande quantidade (Entrevistado 11), a fim de fomentar a produção, veja-se o gráfico 3.

Embora para implementação do dispositivo seja necessária um esboçar estrutural, não existe, conforme verificado, um padrão de governança dentro da IG, o que gera a avaliação de mais da metade dos entrevistados de que não houve atendimento de suas expectativas. Corroborar, ainda, com um problema de ordem prática, de acordo com Niederle et al (2016), uma vez que, no Brasil, o número de registro de IGs é baixo se em comparativo com o pretendido pelas políticas regionais, e, os que estão autorizados a usufruírem desse dispositivo não utilizam com muita frequência. Não fica claro, na percepção dos entrevistados, a forma de administração e utilização das ferramentas para seu benefício.

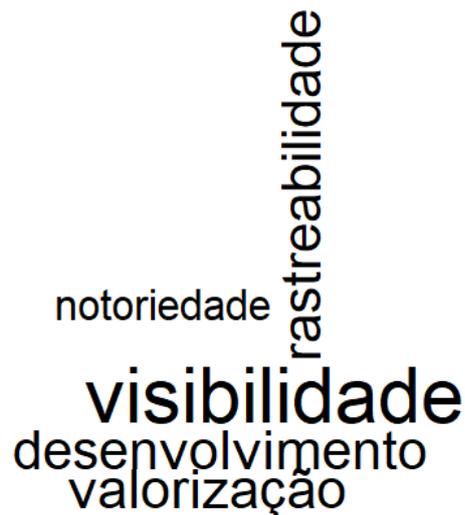
Gráfico 3 – Expectativa dos produtores sobre a Indicação Geográfica



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Ao serem questionados os benefícios que a IG de São Matheus trouxe para a região, os entrevistados foram bastante uníssomos, conforme apresenta-se na Figura 6, no sentido de trazer visibilidade, rastreabilidade, notoriedade, valorização do produtor – tornou São Matheus uma “vitrine” para a erva-mate (Entrevistada 24), o que gerou investimentos do Governo para o desenvolvimento territorial, além de cursos, rotas turísticas, investidores, mídia espontânea, e festas (Entrevistado 1; Entrevistado 25).

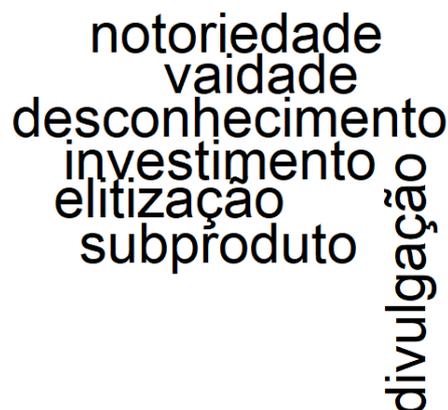
Figura 4 – Nuvem de palavras: benefícios apresentados pela IG



Fonte: Da pesquisa, 2022.

Problemas encontrados, seis produtores afirmaram não existir. Os demais revelaram, o que se extrai da figura 7, como a elitização do selo (Entrevistado 13), pela dificuldade em aderir às regras (Entrevistado 9), que foi justificada posteriormente pelo desconhecimento e vaidade de produtores e membros do conselho (Entrevistado 25), além da falta de associativismo, falta de receita para investimento (Entrevistado 8; Entrevistado 26), baixa de mão-de-obra especializada e de divulgação sobre o controle da IG (Entrevistado 11; Entrevistado 16) e a rixa criada com outros municípios pelo reconhecimento da IG de São Matheus (Entrevistado 1; Entrevistado 7; Entrevistado 24), além da falta de segmentos específicos (Entrevistado 24), o que gera um aumento da produção sem certeza de mercado (Entrevistado 10).

Figura 5 – Nuvem de palavras: problemas encontrados pelos produtores



Fonte: Da pesquisa, 2022.

Diante desses obstáculos, os entrevistados foram questionados sobre a necessidade de avanços no setor, pois, nas lições de Milano et al (2022), a coordenação das escalas territoriais e setoriais, pela área da IG, concede clareza aos bens e serviços do território. Sugestionaram que: haja fomento para criação de mais indústrias (Entrevistado 1), e consequente ampliação de mercados (Entrevistado 10; Entrevistado 16); incentivo a tecnologias diferenciadas, em especial ao sistema produtivo (Entrevistado 4; Entrevistado 13); explorar a qualidade, os benefícios não sabidos da erva-mate, “sair da erva para chimarrão” (Entrevistado 21; Entrevistado 25); e nisso, as pesquisas sobre o tema são consideradas um avanço – é preciso “aproximar as universidades” (Entrevistado 8; Entrevistado 9).

Tais considerações para o avanço no setor são plausíveis, uma vez que, por possuir versatilidade derivada de sua composição química, atendendo de forma benéfica a saúde, a Embrapa tem aberto caminhos para sua utilização em outros produtos, como energéticos, refrigerantes, cosméticos, além de produtos de limpeza, como detergentes. Essa possibilidade tende a aumentar o mercado e o valor agregado do produto. Ainda, a Embrapa idealiza organizar tecnologias desenvolvidas e validá-las no processo de produção chamado Sistema Erva 20, que estimula ação de tecnologias para produção dos ervais, gerando aumento de qualidade e produtividade (EMBRAPA, 2016).

Além de reorganizar o setor, superar pensamentos do século passado que já são ultrapassados e unir-se, para trabalhar em grupo (Entrevistado 7; Entrevistado 26), tudo em prol de levar a erva-mate a mais regiões e divulgá-la (Entrevistado 22). A erva-mate advém, em grande parte, do cultivo familiar, contudo, o protagonismo feminino vem descortinando o patriarcalismo, bastante enraizado no tradicionalismo rural. Presentes desde a história do próprio Paraná, hoje, as mulheres à frente dos negócios familiares representam 20% da liderança das propriedades (IBGE, 2021).

Outro ponto que foi mencionado superficialmente foi a necessidade em classificar de forma padronizada o tipo de processamento a que a erva-mate foi submetida (Entrevistado 24), e justifica-se, pois, (Entrevistado 8)

[...] não tem demanda de mercado. A hora que o consumidor, que tiver mercado de erva-mate especial vai ter que ter. [...] fazendo teste, avaliações. [...] mas (um laudo sensorial) é totalmente contestável. [...] internamente algumas ervateiras tem, mas não tem calibração, mecanismo, metodologia como tem no café (Entrevistado 8).

Nesse mesmo sentido, as organizações de apoio entendem que há muito a melhorar. Isso porque há um setor machista, sem cooperação, sem logística, em que há uma dificuldade dos produtores de folha em acessar equipamentos para terem suas próprias marcas e ampliar a divulgação da erva-mate regional (Entrevistado 6). Ainda, é uma cultura que não possui estudos, ciência e tecnologia ao seu favor (Entrevistado 18; Entrevistado 20; Entrevistado 23). Entende-se que há uma necessidade de diversificação de produtos, que hoje não tem força, uma vez que as indústrias existentes estão consolidadas no mercado, havendo pouco interesse em inovar (Entrevistado 14) – o que reflete na falta de produtos rastreados. Há 7 indústrias na região, e 2 produtos com selo IG (Entrevistado 2). Novamente, a falta de cooperativismo vem como questão crítica e dificultosa para avanços no setor (Entrevistado 12; Entrevistado 17).

No que concerne a cooperação entre os produtores e outras entidades, houve um consenso entre os entrevistados de que ele existe. Mas para que se avance, é necessário que sejam deixadas de lado a perspectiva de atuação pontual dos atores. Menciona-se que, por razões culturais, as pessoas são mais “fechadas”, o que gera dificuldades no setor, e, como complementa o Entrevistado 16, “as indústrias visam lucro, e é uma utopia acreditar que haverá ganhos, se não houver mercado”. Cita-se como entidades que cooperam as indústrias, a Associação Comercial, a CDL, ACIASMS e Codesamas (Entrevistado 1; Entrevistado 26). A construção e reforço de redes para o desenvolvimento territorial exige cooperação que favoreçam articulações entre atores públicos, privados e associativos, de acordo com Hirschman (1996).

Por outro lado, a cooperação, vista através das Organizações de Apoio, mostra-se negativa. Entende-se que há um conflito de interesses (Entrevistado 5; Entrevistado 6), que o setor público precisa se envolver (Entrevistado 12), ou que, como todas as lutas, ela tem que ser coletiva (Entrevistado 26), mas desacreditam do caminhar (Entrevistado 14; Entrevistado 20). Houveram 3 únicas respostas favoráveis, que entenderam que está se trabalhando para uma melhoria e ampliação das condições de produção (Entrevistado 2; Entrevistado 17; Entrevistado 18).

O conhecimento do que era uma IG pelas organizações, em maioria, era sabido, ainda que não exatamente sobre as expectativas sobre os benefícios. De 5 organizações que tinham conhecimento sobre o que era uma IG, 2 não sabiam a real contribuição que traria para a região, enquanto 3 acreditavam que geraria aumento da remuneração, incentivo e atrairia investimentos, ressalvado pelos entrevistados que

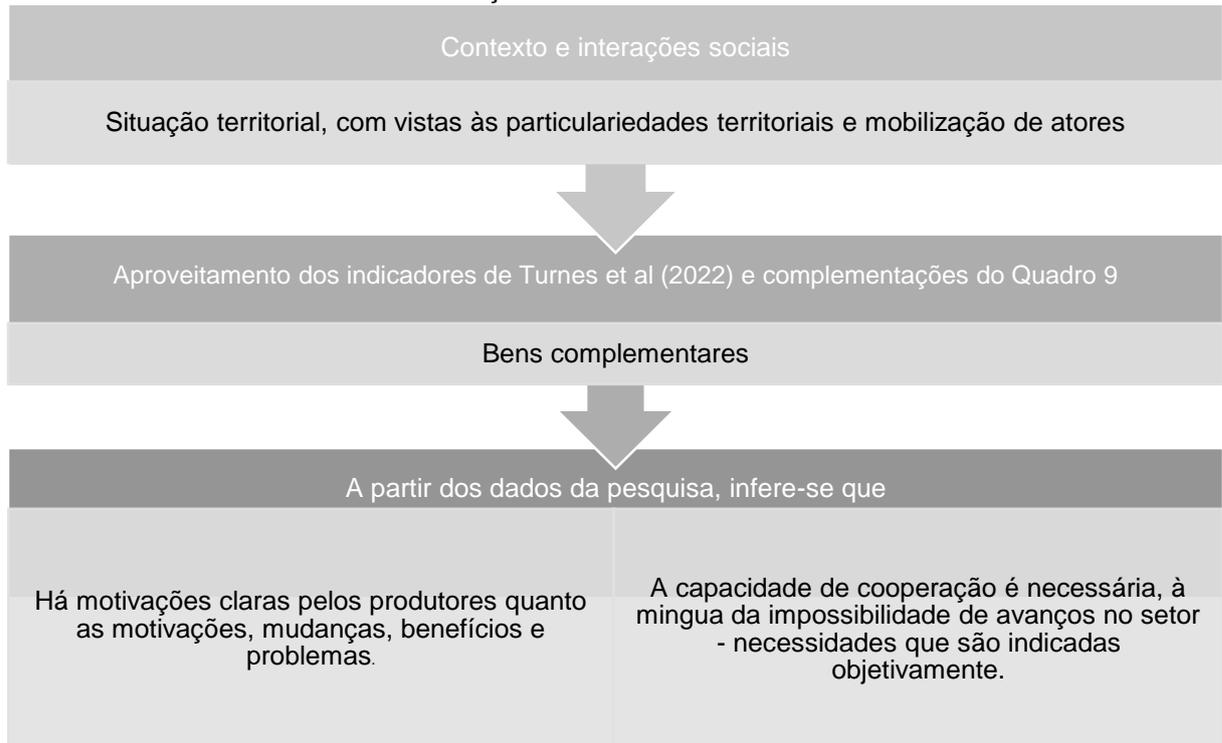
na região, houve um acomodamento na procura por tais benefícios (Entrevistado 6; Entrevistado 12; Entrevistado 20). Dos que não sabiam o que era, houve uma alta expectativa (Entrevistado 2), com desenvolvimento (Entrevistado 23) e criação de um produto diferenciado (Entrevistado 14).

A reestruturação da cadeia produtiva da erva-mate de São Matheus e a criação de um senso de cooperação (fator bastante vislumbrado durante a entrevista), juntamente com a necessidade de desenvolver estratégias para promover o conceito de indicação geográfica no mercado consumidor e a possibilidade de identificar uma oferta conjunta de bens territoriais (MOLLARD et al, 2001), seja local ou superando limites territoriais, são questões bastante caras aos atores, ainda que não cogitadas anteriormente. Soma-se a isso, a complexidade territorial, conflitos relacionais existentes, que geram dificuldades no aproveitamento dos recursos, e, como consequência, impedem o fortalecimento e integração dos produtores inseridos na área delimitada, e a possibilidade de buscar novos produtos para rearticular o território.

Tais questões são apontadas por outros autores em outros âmbitos, como Medeiros et al (2021), ao esclarecer que as influências à comunidade local propiciam o aproveitamento dos recursos como um todo, instrumentalizando a IG para o desenvolvimento da propriedade coletiva. No mesmo sentido, é necessário ter como ponto de partida a região e de que forma a qualidade pode ser associada aos produtos e serviços originários do território (MOALLA et al, 2011).

Assim, sendo a qualidade conhecida pelo signo distintivo e a especificidade atribuída à área específica, é necessário moldar a atuação dos atores. Isso porque, para geração de interações positivas entre produtos de qualidade com ancoragem territorial (MOLLARD, 2001), a ampliação pode ser possível pela união dos bens e serviços da cesta, imbuindo aos consumidores a cultura e história do local (PECQUEUR, 2001). Assim, veja-se o gráfico 4.

Gráfico 4 – Síntese do contexto e interações sociais



Fonte: Da pesquisa, 2022

De mesma forma, a complexidade do território, relações e reflexos das interações revelam a delicadeza dos indicadores (TURNES et al, 2022). Por isso, neste aspecto, os indicadores também não foram plenamente utilizados. A herança cultural, estendida dentro do território ao longo dos anos necessitava uma compreensão global, uma vez que não possuem natureza estática, e sua modificação pode ser vislumbrada na medida em que novos atores inserem-se. Ademais, pela falta de estudos prévios sobre o território em si, despontou-se um hiato que necessitava ser preenchido a partir da ótica que considerasse o histórico da construção e vínculos territoriais dos atores.

#### 4.3 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

[...] o chimarrão, que é ao mesmo tempo um rito social e um vício privado, tal como se pratica na fazenda. [...] os primeiros goles provocam uma sensação deliciosa feita do contato meio viscoso da prata escaldada, da água efervescente, rica de uma espuma substancial [...] amarga e cheirosa ao mesmo tempo, como uma floresta inteira concentrada em algumas gotas". (Lévi-Strauss – Tristes Trópicos, 1957)

Standage (2005) leciona que partilhar uma bebida com alguém é um símbolo de hospitalidade e amizade. Advém de tradições antigas, sinalizando a confiabilidade

da pessoa que oferece a bebida, em que ao se tomar uma bebida alcóolica em ocasião social, o tinir dos copos reúne, simbolicamente, em um único recipiente o líquido a ser compartilhado. É provável que a expressão genuína de comensalidade esteja na partilha de bebidas.

Nota-se que dentre os fatores que colocam a erva-mate como um produto relevante, está o consumo em ambientes familiares. Além disso, por ser uma planta nativa, sustentável, sem contraindicações, com sabor suave e persistente. Além disso, propriedades da cultura, qualidade, diferenciação e saber-fazer também são constatados. O tradicionalismo, a história, cultura e herança da região (Entrevistado 7), além da qualidade do solo, o clima (Entrevistado 13; Entrevistado 17; Entrevistado 18), não passam despercebidos pelos produtores, que inclusive, também são mencionados como elemento de relevância para a erva-mate (Entrevistado 26).

Outro fator que demonstra a relevância da erva-mate, rememorado pelos entrevistados, é as vantagens e diversidades econômicas que o cultivo traz, garantindo uma fonte de renda e emprego na região (Entrevistado 11; Entrevistado 15; Entrevistado 18; Entrevistado 20; Entrevistado 23). Essa lembrança tem resgate na integralidade do século XIX, e durante as primeiras décadas do século XX. Não há fato ou acontecimentos importantes ao estado do Paraná que não guardem correlação com a exploração econômica da erva-mate. Isso porque, a base econômica é fundamentada na exploração dos ervais nativos, concedendo ao Paraná conformação política, social, econômica e cultural. A emancipação política é concedida pela riqueza crescente, pelo desenvolvimento do comercio e da indústria, pelo crescimento da população e das áreas urbanas, e conseqüentemente, atribuindo mudanças a níveis sociais, econômicos, políticos e culturais. Facilmente identificável, o estado do Paraná tem em sua bandeira um galho de erva-mate, o que reforça a importância da planta ao estado.

Atualmente, apesar da globalização, há uma visível tendência pela preservação ou reconstrução dos territórios e suas identidades. Produtores levantam a incipiência de produtos (Entrevistado 25), descuidando que há potencialidades pouco conhecidas desse recurso natural, social (Entrevistado 23) e cultural, que pode servir como estratégias e ativos de desenvolvimento territorial sustentável.

A qualidade ao território da IG de São Matheus é conferida ao território, nos mesmos termos (Entrevistado 4; Entrevistado 9; Entrevistado 14), indicando a relevância pelas características edafoclimáticas (Entrevistado 1; Entrevistado 2;

Entrevistado 4; Entrevistado 18; Entrevistado 16; Entrevistado 26), a forma de produção (Entrevistado 20; Entrevistado 23), o *terroir* (Entrevistado 8; Entrevistado 15; Entrevistado 17; Entrevistado 25), a qualidade genética e sensorial (Entrevistado 8; Entrevistado 21; Entrevistado 24). Ao menos, todos os produtores afirmaram que a imagem da erva-mate da região de São Matheus é vinculada ao território. Contudo, dois entrevistados (Entrevistado 6; Entrevistado 9) explicaram que, ainda assim, a delimitação não é compreendida e não há pertencimento por alguns consumidores e produtores da região.

Aliando a narrativa dos entrevistados de que verificam a proximidade e confiança dos consumidores por produtos da região de São Matheus, com a procura específica por produtos de qualidade ou reputação pelos consumidores e o impacto dos preços dos produtos com o selo de identificação na demanda revelam, ao menos, três importantes questões. A primeira, refere-se ao fato de que a IG não garante a disposição dos consumidores em pagar um preço *premium* pelo produto. A boa qualidade é essencial para agregação de valor, mas o conhecimento dos consumidores para além da “curiosidade” é bastante limitado ou até inexistente: “(...) no mercado ninguém sabe, numa prateleira se olha só o preço, (o consumidor) não vai entender porque vai pagar a mais” (Entrevistado 14). Isso faz com que, por fim, opte-se por levar o mais barato.

Nesse sentido, as contradições em que se apresentam os próprios entrevistados pode ter relação, inclusive, com estratégias que relacionem o uso do dispositivo para valorização e aproveitamento de recursos existentes no território. A criação do selo nacional das Indicações Geográficas objetiva criar uma identidade nacional, para estimular o uso e facilitar a identificação por parte dos consumidores (INPI, 2021). Nierdele (2009) explica que, ao contrário do contexto Europeu, nos países em desenvolvimento, são numericamente mais baixos os consumidores dispostos a pagar um preço maior por esses bens. A diferença, mencionada pelos entrevistados, no preço dos produtos não é expressiva. Além disso, nem sempre é o preço que faz com que o cliente opte pelo produto final com o sem IG:

[...] é mais o trabalho com marketing mostrar a diferença do produto. [...] só falar que ele tem características diferentes, mas não explorar perde o produto. Imagina que vai consumir um produto no paladar, e isso não foi visto. Quem tem paladar refinado, talvez, mas a grande maioria não, então a demanda reduziu e a renda impactou para menos. Deveria ser explorado não só o sabor, mas também o impacto ambiental, a fauna, flora, a questão social, o

pequeno produtor, a cadeia produtiva, e não só o sabor. Esse foi o tiro no pé, por enquanto. *É um produto diferente, mas o consumidor final não consegue distinguir pelo sabor da bebida, para ter uma busca independentemente da precificação* (Entrevistado 20).

Como segunda questão, foi observado que, apesar dos entrevistados entenderem que há proximidade e confiança dos consumidores, suas percepções demonstram que não está na região. A causa dessa disparidade se explica pelo fato que, ao se pensar em erva-mate, pensa-se em chimarrão, que é o principal produto, mas nos demais a confiabilidade não se extrai com segurança. Ainda, há explicação de trajetória, porque anteriormente ao processo de institucionalização da IG, realizava-se um trabalho de reconhecimento da erva-mate que abrangia mais municípios, o que leva aos consumidores entenderem que não há diferenciação, baixar a confiabilidade (Entrevistado 20) e faltar pertencimento (Entrevistado 9).

A curiosidade não instiga a procura pelos consumidores da região, porque, conforme explicitado pelos entrevistados, é necessário conhecer e fortalecer a procura específica, especialmente por se tratar de um mercado mais seletivo e gourmet. Por essa razão, acreditam no potencial do instituto, mas ressaltam a fragilidade pelo acesso aos benefícios: “[...] é algo que passa pela educação. Nós como consumidores passamos a ter mais rigor na escolha [...] a partir do momento que a gente tem acesso a essa informação (Entrevistado 12)”. Sendo assim, os comportamentos econômicos pelos consumidores não abrangentes são, dentre um conjunto de fatores, resultados dessas baixas conexões morfológicas das redes.

Existem atrativos no território com grande potencial para fortalecimento, o que pode ter aproveitamento pelos atores locais. Como exemplo, cita-se o Vapor Peri, que transportava a erva-mate na região pelo Rio Iguaçu. O estado de conservação – à expandir (expectativa frustrada, conforme Entrevistado 1, pela construção de um parquinho), observado na pesquisa de campo, demonstra o zelo mínimo em preservar a identidade cultural do território.

Percepções referentes a maturação da gastronomia típica têm gerado avanços no desenvolvimento territorial. Há fomento do SEBRAE na exploração desses processos socioculturais ligados a utilização da erva-mate e são percebidos e mencionados. A gastronomia típica poderia ser englobada pela cultura polonesa e a utilização do Rio Iguaçu, o que ressalva a menção pela Entrevistada 4 de que o charque a vapor deveria ser melhor explorado como prato típico da região.

Para parte considerável dos entrevistados, a rota do mate, que atualmente encontra-se parada, e foi resultado de iniciativas privadas de empreendedores da região, está mostrando seu retorno com investimento em recursos da Prefeitura, para um turismo de experiência que reforcem a identidade cultural do território e atraiam atenção de turistas.

Conseqüentemente, esse convênio na valorização gastronômica e turística emplaca na valorização e respeito dos monumentos e sítios históricos, que mencionam ter uma existência baixa, urgindo a necessidade de ser tratado com mais atenção. Além disso, a história, as tradições territoriais indicam possuir pouca valorização e reconhecimento, [...] não é uma política pública, há um desinvestimento a nível Brasil” (Entrevistado 23), e isso reflete na territorialização dos recursos e ativos, uma vez que não há como valorizar o que pouco se conhece. Entretanto, a preservação ambiental neste meio tempo é constatada como uma importância que vem começando a criar espaço, o que pode fortalecer a experiência turística e tradicional da IG de São Matheus.

Nesse âmbito, foi observada a inexistência de um planejamento de desenvolvimento setorial construído pela descrição de métodos e objetivos a serem alcançados. Esse fato tem relação com o individualismo e falta de cooperativismo da região, somado necessidade de oxigenar a IG, considerado o decurso do tempo desde a institucionalização e por ser um “protótipo”. Ainda, pela falta de desenvolvimento em tecnologia e quadro especializado de profissionais. Contudo, a expectativa é que em 10 anos (por questões naturais ou pelo trabalho da Associação) construa-se uma região turística.

As dificuldades referentes ao gerenciamento são, nesse caso, um grande entrave para oportunidades e identificação de aproveitamentos territoriais. Mensurando o grau de conformidade (escala apresentada por Turnes, et al 2022), tem-se que: 1) o grau de confiança dos atores envolvidos no reconhecimento de novos bens, inclusive contemplando a erva-mate tem como grau de força uma média de 3,3 de força. Essa medição possibilita a representação de forma didática do estágio de maturidade dos identificadores. Assim, o baixo efeito de reconhecimentos no setor encontra fundamento na falta de conhecimento ou habilidade no gerenciamento de recursos.

Para uma considerável parte dos entrevistados, 2) o grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos da IG possui grau de força em média de 3.

Contudo, não se pode deixar de apresentar que 5 produtores entenderam que o grau de força estaria abaixo de “2”. O conflito de interesses levantado pela coleta de dados pode ser considerado uma das causas, mas não única. Outra que se constata é a falta de organização em estratégias adequadas para o fortalecimento do empreendedorismo e autonomia setorial aos produtores. Ao invés de pautarem-se os desafios produtivos e alternativas para fortalecimento dos produtores de folhas estabelecerem seus produtos e valorizá-los, ou até mesmo como fazê-los parte do processo, as deliberações próprias da institucionalização da IG levam a uma significativa quantidade de produtores serem impedidos de obterem o selo, de cooperarem em busca de novos setores e maior renda agregada. Além de temerem a estafa da erva-mate, que atualmente limita-se a produtos segmentados e estáveis no mercado.

Observa-se que, mesmo cumprindo com requisitos estabelecidos no caderno de normas, existem associados que não compreendem como a IG pode agregar valor aos produtos no mercado consumidor, justificando, para si mesmos, que não há demanda suficiente para obterem renda de qualidade. Com isso, o preço da folha, com padrões de qualidade comum, é vendido a preços assimétricos (sequer divulgados).

Logo, o estudo verifica que o alcance do desenvolvimento projetado parece ainda não ter se concretizado, pela falta de pulverização das vantagens para todos ou a maioria dos produtores de erva-mate.

Os desafios perpassam pela falta de coalizão problemática dos atores municipais constituintes do território. Levanta-se a falta de presença das Secretarias de Meio Ambiente e Agricultura juntamente com a IG. Há uma quantidade expressiva de produtores de erva-mate na região, e é uma das fontes de receita dos municípios, razão pela qual levanta-se a falta de cuidado com o setor.

No geral, 3) o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados tem força média de 2,8. Por essa razão, torna-se importante trazer à agenda dos programas dessas organizações públicas e privadas um caminhar junto, uma vez que políticas e instituições relacionadas ao território podem criar incentivos ou barreiras em relação ao empreendedorismo não enraizado no contexto local, daí porque apresentam um importante papel, de acordo com Hess (2004).

A presença de eventos técnico-científicos, cursos, palestras, visitas técnicas ou outros espaços de compartilhamento multiautores (fóruns, redes, seminários),

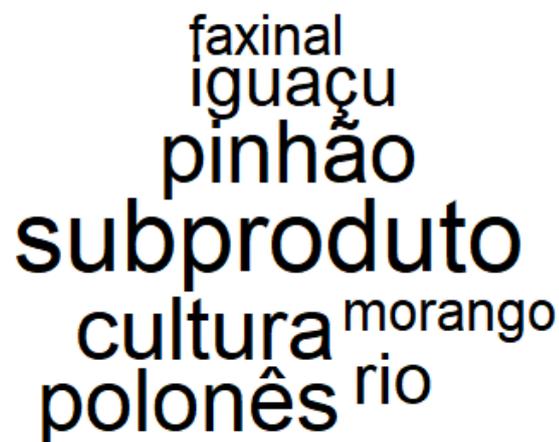
especialmente trazidos pelo SEBRAE em parceria com órgãos públicos e a existência é um consenso entre os entrevistados, mas houve um indicativo importante que não poderia ser descuidado: a existência não representa frequência, e nem mesmo os que são abertos ao público que mais interessa; como foi apresentado – “[...] são eventos seletos e acabam não impactando tanto na região” (Entrevistado 20).

Sendo assim, todo esse desenvolvimento a partir da IG requer a existência de estratégias que relacionem o uso do dispositivo, em linhas gerais, com aproveitamento e valorização de ativos territoriais existentes na região, o que depende diretamente de sinergias entre atores.

A realidade constata-se que os entrevistados verificam possibilidade de existirem recursos territoriais pouco valorizados, e que são apenas encontrados no território da IG.

Na figura 6 são destacadas seis palavras que sintetizam a percepção dos entrevistados com relação a recursos que tem potencial de ascensão na região. São Mateus do Sul ganhou o título de Capital Polonesa do Paraná (Lei Estadual nº 20.655/2021), na festa que aconteceu em 2021, chamada *Polskie Smaki*, uma vez que, em 1890, aproximadamente duas mil famílias polonesas chegaram ao município para colonização. Entrevistados entendem que há potencialidades a serem garantidas através da preservação e valorização da cultura com o “título de terra da erva-mate” (Entrevistada 23), uma vez que: “[...] aqui (a erva-mate) é “única”, não quer dizer que é a melhor” (Entrevistado 1).

Figura 6 – Nuvem de palavras: recursos pouco valorizados do território



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Incentiva-se, também, a valorização de subprodutos a base da erva-mate, citando-se, por exemplo, energéticos, refrigerantes, produção de ervas medicinais, processamento através da granulometria, usando para fazer chocolate, sorvetes, entre outros. Há um caminho possível para valorizar a culinária, mas se mostram necessários estudos gastronômicos para que atente à viabilidade da junção dos produtos. Tem-se, aqui, a importância no investimento e fomento de cursos específicos, especialmente considerando as peculiaridades de sabor da erva-mate.

Ademais, tem-se uma consideração interessante relativa à exploração de novas formas de consumir chimarrão: “[...] antigamente a erva-mate era feita para compartilhar com calma, e ninguém mais tem essa paciência; a não ser quem tem isso arraigado” (Entrevistada 4). Para manter a tradição, por vezes é necessário observar novas formas para difusão de produtos, especialmente da erva-mate. A produtora complementa: “[...] tem que mudar a tecnologia, a forma de apresentação do produto. Já existem palestras explicando formas diferenciadas de tomar erva-mate”.

Isso tudo corresponde a valorização dos recursos territoriais, inclusive os que já existem, até porque, ao promover a dinâmica territorial, cuida-se da ativação de recursos e da otimização de recursos mal aproveitados (PECQUEUR, 2006), harmonizando os produtos (BENKO et al, 2001), uma vez que o território, em sua completude, é o produto comercializado (PECQUEUR, 2001).

No território de São Matheus apresenta-se também potencialidades minerais, especialmente podendo vir de subprodutos do xisto, crédito de carbono, o consórcio da floresta das araucárias com o turismo e com a produção de pinhão. Cita-se, inclusive, raízes, temperos (endro, especialmente), frutas, o pinheiro. Todos são compreendidos como não genéricos, pois, se não enraizados no território, abrangeriam o saber-fazer local. Ressalva-se, contudo, não saberem se as características que qualificam a erva-mate podem qualificar outros produtos, uma vez que há um modo de plantio específico, e embora haja potencialidades, como o pinhão e frutas, todos demandam a realização de levantamentos e pesquisas específicas para extração dessa notoriedade. Isso revela também que, embora saiba-se unissonante que não existem articulações, os limites geográficos da IG talvez não sejam preservados, pela especificidade territorial.

Em meio a todos esses alcances e acontecimentos, marca-se a pergunta relativa à existência de clareza entre produtores, prestadores de serviços e

consumidores sobre as características de qualidade dos bens territoriais. Despontase que a falta de objetivos de alargamento e dinamização territorial para tornar palpável os processos culturais e econômicos relacionados ao setor. Portanto, não sendo eficientes, contínuos e focados em criar contato frequente com os atores, o desenvolvimento de estratégias capazes de criar uma governança local tende a desarticular objetivos a serem alcançados, inclusive, sobre o patrimônio territorial que é a erva-mate, conforme gráfico 5.

Gráfico 5 – Síntese da análise pela CBST



Fonte: Da pesquisa, 2022

A análise da cesta evidencia que os componentes que se encontrem, mais ou menos presentes, ou estado embrionário, permite avançar os estudos em territórios, uma vez que seus componentes não estão completamente ausentes (HIRCZAK et al, 2008), ainda que distantes do tipo ideal. Os esforços compreendidos para o desenvolvimento dos indicadores objetiva a construção de uma matriz de análise dos fatores em desenvolvimento. Em regra, ao desenvolvimento desse tópico foi observado, no que coube, os indicadores propostos por Turnes et al (2022). Isso porque, há questionamentos que pelo espaço da pesquisa não seriam possíveis, ou porque o engajamento territorial não faz permitir.

#### 4.4 DISCURSOS E PERSPECTIVAS

Aspirações para o fortalecimento de uma oferta conjunta de bens, embora não se encontre dentro da proposta de projetos dos produtores, se mostra um aproveitamento possível aos recursos territoriais, além de um fator estratégico para desenvolvimento territorial.

Na realidade, o que se identifica no levantamento de dados desta dissertação é que, em termos de ganhos, individuais ou regionais, econômicos ou não, o Sebrae instigou os produtores com uma visão macro sobre a IG. Contudo, deixou-se de considerar dificuldades específicas desse grupo, que para beneficiarem-se, necessitavam de soluções individuais e de cooperativismo primeiramente. Ou seja, não há, por ora, uma cesta de bens e serviços territoriais, mas há forças positivas e negativas observadas que, acolhidas, podem contribuir para o desenvolvimento.

Os indicadores propostos no Quadro 9 como ferramenta de monitoramento capaz de averiguar a aproximação da realidade constatada (PECQUEUR, 2001), tornam possível analisar as mudanças territoriais e aspectos que aproximam ou distanciam da construção da CBST. Contudo, a honestidade da pesquisa pode ser influenciada por fatores subjetivos relativos ao observador (HANSEN, 1996; TURNES et al, 2022). A necessidade de fundamentação conjuntural sobre o caso fez diferença quando das informações sobre as dinâmicas, uma vez que, longe de balizas interdimensionais e multifacetadas, poderiam se divorciar da caracterização geral do fenômeno.

Até hoje, a organização e poder público são fontes de viabilidade do desenvolvimento, e não é uma realidade muito propícia para o fomento de uma produção expressiva. A matéria prima, por ser barata e abundante, não auxilia na estruturação da cadeia. Não há uma preocupação logística com os trabalhadores rurais e parcerias, por conta desses fatores. Ao se pensar no fortalecimento e desenvolvimento do turismo, por exemplo, produtores aludem terem enfrentado problemas com as estradas rurais, assim como sinalização e iluminação, o que vem sendo superado na atual gestão.

Ademais, se constatou que no evento observado, a tradição da erva-mate é bastante conservada pelas famílias tradicionais da região, que realizaram o plantio de mudas de erva-mate em praça pública, nominadas com cada produtor que representou importância à história da região. Observa-se, contudo, uma possibilidade

de exclusão territorial frente a esses comportamentos de atores, que influenciam na transmissão da reputação e legitimidade cultural, de quem tem direito a usufruir de uma indicação de procedência. A isso, Norbert Elias (2000) denomina “pessoas de menor valor humano”.

A manutenção da gestão realizada por esse *club*, gera uma exclusão quando pensamos em processos de desenvolvimento de relações territoriais (RAFFESTIN, 1993). Elias (1990) ensina que para isso, precisa-se de pessoas praticando uma atividade em conjunto, de forma planejada. Assim, as perspectivas e pensamentos da estrutura, que pode garantir um sistema de conexões, tem uma atribuição contrária pelos atores, criando disjunções e baixa participação em conexões e dificultando a oxigenação do território.

O histórico de formação dessas redes, não problematizados neste estudo, apresentam vereda de esclarecimento, elaboração e concepções. Não se fala sobre a paixão pelo reconhecimento da região e da erva-mate como um todo, mas como essas elaborações e concepções foram forjadas para ampliar o benefício individual. Possíveis continuidades e coalizões poderiam advir de benefícios que incentivem, inclusive, recursos externos a empresas e investidores que não fazem parte do território, para ampliar o reconhecimento territorial, e não definições locais de quem pode ou não participar de determinados processos socioeconômicos.

Além disso, há uma dificuldade em aderência e realização do curso de Boas Práticas Agrícolas, exigência da IG. A ocorrência do curso é bastante espaçada, e tem-se um problema de caráter cultural: é comum colher a erva-mate da região embaixo de um sombreamento, e o produtor não sabe o que o mercado entende melhor. Há muitos produtores que nunca usaram fertilizantes e herbicidas e se perguntados, falam que não tem diferença com a IG. A necessidade de uma auditoria no erval, sendo que fazem boas práticas a vida inteira, e tendo que ser paga, afasta produtores que não entendem a significação da IG. Só o rastreamento não tem se mostrado suficiente. Até porque, São Matheus tem muitos produtores, se não se vê uma renda de qualidade a mais, não gera atração. Para tanto, exigiria uma participação mais efetiva de representantes do Estado, para além de pesquisas, e de particulares, para promover no território divulgação e incentivo à venda no exterior, para vistas nessas questões.

A atuação colaborativa pode fomentar o desenvolvimento territorial e a renda organizacional, desenvolvida por uma estratégia a longo prazo dos atores, apoiando

a análise não só na emergência da oferta, mas também do produto. Embora os produtos citados possam ser vendidos e utilizados separadamente, as receitas do conjunto de produtos criam elos de complementariedade das valorizações diversas dos recursos territoriais.

Ao discutir a importância de ações para a IG é que se enfatiza a participação de uma cesta de bens e serviços territoriais, colaborativa com o signo distintivo. Por isso, pensar em uma oferta composta, específica e territorial, em que o produto líder se cristaliza em torno de outros bens e serviços, possibilitaria que se reforcem mutuamente. É imprescindível, como visualizado e constatado pelos entrevistados, que não sejam mercadorias substituíveis e homogêneas, para que as projeções de desenvolvimento territorial produzam efeitos holísticos, mensurados pela passagem de uma “oferta produto” a uma “oferta territorial”. O conhecimento utilizado para operar a vivência do local com outras redes, é necessário para expandir esse saber-fazer singular, ou seja: fortalecer e valorizar as formas de viver a experiência, e não, apenas, consumir o produto.

Sendo assim, o consumidor precisa se identificar com o território, agregando-se em laços de confiança e proximidade, consentindo implicitamente com o pagamento, pois atrás da cesta estarão características que contribuem à imagem geral do território, a imagem positiva. Por óbvio, o consumidor não é apenas o turista, nem categoriais sociais mais elevadas, e sim, também, o consumidor local, que deve dimensionar as particularidades e investimentos institucionais para o desenvolvimento e sustentabilidade do território.

Levando em consideração que a IG se fortalece pela imagem, e não pelo resultado e construção de atores, o primeiro fortalecimento a ser enviado pelo consumidor está em critérios territoriais para reforçar a qualidade do produto dentro da cultura, história e produção. Essa comunicação, gerenciamento e ação deve estar em constante predominância, e diferentemente do que vem sendo aplicado na IG, pautar e gradativamente ampliar as trajetórias coletivas e ancoragem territorial.

O desenvolvimento da abordagem referente aos atores participantes da institucionalização da IG e de uma articulação da cesta precisam ser contemplados. Atmosferas viáveis e atribuições conduzidas geram o compreendido efeito de personalidade regional, que muito se anseia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando ao questionamento inicial do estudo, destaca-se análise da cesta de bens e serviços no contexto da IG de São Matheus, para suceder no desafiador percurso de articulação dos conceitos teóricos para sistematizar a pesquisa e compreender, metodologicamente, como se encontra a cesta de bens e serviços territoriais, através da ótica proposta na introdução da dissertação. Em síntese, os resultados da pesquisa empírica evidenciam que até o momento não se pode dizer, propriamente, que há uma cesta de bens e serviços no território da IG de São Matheus, mas existem ações que podem contribuir para sua composição futuramente. A falta de articulação em torno do dispositivo de proteção se associa a necessidade de otimizar o recurso líder e ativar outros recursos, em continuidade.

Preliminarmente, a pesquisa não identificou estudos específicos realizados no território que utilizaram construtos semelhantes, nem em relação a IG, nem em relação a CBST. De modo geral, pesquisas sobre a erva-mate da região se dão em relação ao sombreamento e a Floresta das Araucárias, sem apontamentos sobre a indução de desenvolvimento advinda pela IG, nem as potencialidades territoriais.

Verificou-se a formação da lacuna teórica e empírica concernente ao pós-IG e a sua configuração, que leva em consideração apontamentos da construção territorial reveladora de um hiato institucional com elevado grau de importância. Dessa forma, a contribuição ao meio acadêmico foi atendida, gerando aprofundamentos à reflexão teórica, além da testagem dos indicadores propostos por Turner et al (2022)<sup>29</sup>, que contempla pesquisa, monitoramento e formação dos componentes de uma cesta de um território. Assim, os indicadores, acompanhado do questionário semiestruturado, foram fator de auxílio na pesquisa de campo, e possibilitou extrair a vantagem do painel, que, considerando o caráter multidimensional do enfoque e do território em análise, apresentou-se favorável para posterior cuidado dos atores responsáveis pelo processo de governança. Logo, para acompanhamento no tempo e capacitação de atores territoriais, para melhorar graus de análise do desenvolvimento os indicadores se apresentam como positivos. A ressalva fica à cargo da captação primária do território, uma vez que durante a entrevista, houve um cuidado de entrevistados quanto a possibilidade de munirem de sinceridade suas

---

<sup>29</sup> Até o momento da publicação do referido artigo, em janeiro de 2022, não havia sido testado o procedimento (TURNES, et al, 2022, p.231).

respostas, o que justifica pela baixa governança e articulação do setor, que fica a cargo de poucos e fortes atores.

Em vista dessa perspectiva, apresenta-se na Figura 7 um panorama de objetivos específicos e resultados obtidos.

Figura 7 – Objetivos específicos e resultados

Objetivos específicos	Síntese dos resultados
1) Compreender o conceito de indicação geográfica e sua relação com desenvolvimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apresenta-se sua conceituação, regulamentação jurídica, suas circunstâncias e aspectos internacionais e locais.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorização, criação e fortalecimento de mercados a partir da IG exige articulação desde a obtenção do mecanismo até o pós-IG.</li> <li>• Produto ser comercializado sob IG não garante a venda à preço prêmio ou que terá sucesso.</li> <li>• Necessário articular ações que combinem estratégias, levando em consideração condições econômicas, sociais e ambientais.</li> </ul> </li> </ul>
2) Verificar o percurso histórico traçado pela erva-mate, e sua relevância na região da IG de São Matheus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representa relações que qualificam e desempenham oportunidades no setor               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foi e ainda é uma atividade econômica de grande importância.</li> <li>• A obtenção da IG não resultou em um fortalecimento da produção de erva-mate, e de modo geral, no desenvolvimento territorial projetado.</li> </ul> </li> </ul>
3) Verificar a existência e utilização das peculiaridades territoriais e a mobilização dos atores para uma cesta de bens e serviços territoriais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A teoria da CBST enfatiza a identificação e oferta de produtos e serviços derivados dos territórios.               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Há evidências de atores buscando incentivar o turismo e gastronomia local relacionados à erva-mate através de workshops de utilização na culinária e criação de rotas turísticas</li> <li>• Os bens não podem ser tratados com heterogeneidade, assim como a gestão da IG                   <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilidade de ativação de recursos, fortalecendo atividades turísticas, agregando a cultura polonesa, redescobrimo formas de utilização de pinhão, frutas, temperos, raízes.</li> </ul> </li> <li>• Conjunto de patrimônios históricos e culturais podem agregar valor à erva-mate e aos recursos territoriais a serem conquistados.</li> </ul> </li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

O primeiro objetivo específico buscou compreender o conceito de indicação geográfica e a sua relação com o desenvolvimento, pontuando tratar-se de um

fenômeno recente no Brasil, em especial se comparado à Europa. Nesse sentido, a valorização, criação e fortalecimento de mercados a partir da IG exige articulações desde a obtenção do mecanismo até o pós-IG. As ações, portanto, devem combinar estratégias de desenvolvimento, considerando condições econômicas, sociais e ambientais, uma vez que o produto a ser comercializado sob IG não garante a venda à preço prêmio ou que terá sucesso no mercado.

No objetivo específico que compreende “verificar o percurso histórico traçado pela erva-mate, e sua relevância na região da IG de São Matheus”, coloca-se em evidência cooperações e desarticulações entre os produtores de erva-mate, refletindo em relações socioculturais abrangentes ao desenvolvimento do território. Conhecimentos específicos da cultura e produção local, considerada e apresentada por atores, podem estabelecer relações que qualificam e desempenham oportunidades no setor, especialmente com técnicas e sugestões diversificadas. Com efeito, permeiam processos sociais e culturais que respondem a precariedade de objetivos concretos de desenvolvimento na região da IG.

No curso histórico, a falta de cooperativismo<sup>30</sup> é compreendida pela diferença entre migração e colonização, nuance teórica que reconhecidamente é desatendida no corpo do trabalho, mas que cria o conhecimento de desarticulação do setor em ações específicas e direcionadas para garantir e fortalecer a representatividade dos produtores.

Embora os resultados da pesquisa não contemplem evidências empíricas relativas à descoberta de uma cooperativa formalizada há mais de 5 anos, com o aparente receio de entrar no mercado produtor de folhas com temor de boicote posterior. Isso porque, atualmente, quem dita o preço da folha vendida são as indústrias da região, que precifica atendendo a demanda do mercado. De maneira mais específica, o preço da safra é aberto poucas semanas antes da colheita, que indicam não ter data definida, razão pela qual nem todos produtores conseguem fazer manejo da propriedade. Portanto, uma cooperativa favoreceria um planejamento de campo para evitar prejuízos aos produtores, inserindo-os no cronograma. A maior

---

<sup>30</sup> Nesse sentido, através do conceito de capital social, sob quais condições as instituições públicas conseguem mobilizar recursos sociais para alcançar elevado grau de bem-estar coletivo. Putnam define como “normas e redes de engajamento cívico”, asseverando que o associativismo é ensinado, e permite que membros da comunidade confiem mais uns nos outros (PASSADOR, 2003).

preocupação revelada está no receio em não conseguir vender as folhas, ou adequações caras sem retorno.

Ainda, há dimensões desatendidas relativas ao uso de herbicida, que pela falta de pesquisas referente a cultura, não possui controle. Há questões relativas a genética e fenótipo da planta, pois a muda da erva-mate é formada pelo cruzamento, e sempre há o receio de nascerem plantas diferentes, contaminando o erval normal. Não será arriscado pela pesquisadora adentrar em questões técnicas pela falta de arcabouço teórico e profissional, mas, na coleta de dados verificou-se que há produções da Embrapa para clonagem de mudas. Contudo, há histórico de receios no setor advindo de problemas com mudas argentinas, o que leva a inutilização desses viveiros (além de custar de 100 a 150% mais caro que uma muda através de sementes).

Necessário pontuar que para fazer parte da IG não há dificuldades. O que tem demonstrado baixa adesão advém das vantagens vislumbradas, e isso é revelado como fator observado informalmente: a dificuldade em cobrar por uma erva de boa qualidade pode advir de sua origem comensal de hospitalidade, em que o consumidor não entende que pagará a mais por algo que, há poucos dias, era extrativista, e que deveria ser fornecido gratuitamente, como símbolo de amizade.

No que se refere a cesta de bens e serviços territoriais, no intuito de verificar a existência e utilização das peculiaridades territoriais e a mobilização, destaca-se a evidencia de articulações para relações incentivando o turismo e gastronomia local. Embora haja uma conduta coletiva desses atores em relação a esses aspectos, favorecedores da comercialização territorial de ativos e recursos, a heterogeneidade das relações faz com que as concepções de articulação sobre a IG e esses outros bens sejam divergentes.

Assim, a confiança existente no território é incipiente. O conhecimento de cada associado operacionaliza-se individualmente, o que se associa ao histórico cultural da região. Por isso, a urgência em conversas coletivas buscando estabelecer objetivos conjuntos do setor, estabelecer preços homogêneos, e ampliar discussões sobre a fortificação deste produto líder, que é a IG, por parte dos consumidores, para reduzirem os problemas na gestão do dispositivo que vem sido mal aproveitado.

Quanto à ativação de recursos, destaca-se a evidente possibilidade de transformação do território, a fim de fortalecer atividades turísticas, agregando a cultura polonesa, a redescoberta de formas de utilização do pinhão, a análise de

formas de favorecimento de frutas, temperos, raízes dentro da possibilidade de atrair turisticamente e gastronômica. Nesse sentido, o conjunto de patrimônios históricos e culturais podem agregar valor à erva-mate, e aos recursos territoriais a conquistar. A própria região deixa de observar o que possui: logo na entrada da Cidade existe um monumento de um pinhão, o território é um dos últimos remanescentes de floresta araucária, pode-se haver um resgate histórico através da valorização da cultura e conhecimentos territoriais, e, de mesma forma, as diferenças existentes nos municípios inseridos na IG, mas que podem ser reincluídos no centro de articulação da IG.

Isto é, existem relações culturais, sociais, políticas e econômicas que estão descuidadas no território, e através do inventário, designado como “ecossistema societário de elementos”, contribui-se para a coordenação de elementos com proximidade geográfica. Não somente a cesta, mas a IG também exige uma reaproximação organizacional (PECQUEUR, 2009), sendo que a contribuição dessa legitimação implementa o território de São Matheus como um potencial produto a ser ofertado nos mercados, sem a monopolização de determinadas pessoas, e quebrando barreiras para participação de todos atores locais.

Diante da realidade encontrada, a fim de contribuir aos gestores públicos e privados, tem-se, em síntese, os seguintes apontamentos:

- Criar ou fortalecer uma cooperativa para o planejamento no campo e evitar prejuízo aos produtores, o que gerará, por consequência, a possibilidade de desenvolverem-se subprodutos e o fortalecimento do setor.
- Melhorar a gestão territorial, através de práticas e conversas em conjunto, através de um plano de ação estratégico com todos os atores.
- Propor incentivos, inclusive recursos externos, à empresas e investidores que não fazem parte do território, como exemplo, reduzindo impostos sobre serviços, cessão de imóveis e terrenos para estruturarem-se rotas, inclusive com hospedagens que guiem e desenvolvam a cultura local.
- Vivenciar uma experiência articula a renda de qualidade territorial, devendo ser superada a ideia de apenas incentivar o consumo de um produto.

- Promoção de divulgação e incentivo à venda no exterior, apresentando as vantagens de rastreamento e adesão de produtores para agregar na renda de qualidade territorial.
- Criação de elos de complementariedade das valorizações diversas dos recursos territoriais por uma oferta conjunta, integrando moradores e visitantes, fomentando o turismo na cidade por meio da culinária, música e dança.
- Aproximar o consumidor local, para identificarem-se com o território, fomentando a cultura, história e produção.

A avaliação do estado atual dos componentes da cesta serve de roteiro para o empreendimento de iniciativas e sua adoção pelo território da IG de São Matheus pode mobilizar, de forma pioneira, ações para sua integração. Identificou-se um cenário rico de composição e, suscitando-se o aprimoramento de ações tanto quanto ao produto líder quanto aos demais produtos, a maior ou menor capacidade de cooperação dos atores será determinante para o almejado processo de desenvolvimento e geração de renda de qualidade territorial.

Por último, ao considerar que a dissertação apresenta resultados limitados à análise específica da IG de São Matheus e da CBST, recomenda-se novas pesquisas, tratando da problemática em outras regiões. A comparação possibilitará discussão e amadurecimento das proposições enfrentadas. Houve uma limitação relativa à dificuldade de contato com os produtores e entidades importantes para o setor, além de questionamento sobre facilitação de mensuração de grau de forças, dentro dos indicadores sugeridos, para questionamentos abertos, especialmente por ter-se optado por entrevistas semiestruturadas. Além disso, sugere-se pesquisas relativas ao estudo da erva-mate sombreada como um todo, do aprofundamento às relações dos entrantes aos já estabelecidos dentro de uma IG, de como se desenvolve o processo de confiança dos consumidores e a mensuração da renda de qualidade territorial especificamente da IG de São Matheus, na esperançosa hipótese de aplicação do estudo.

## REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, H. *et al.* (org). **Os fatores étnicos como delineadores de novos procedimentos técnicos de zoneamento ecológico-econômico na Amazônia.** ALMEIDA, A. W. B. de. Justiça ambiental e cidadania. Rio de Janeiro: Relume Dumará. 2004. DOI: <https://doi.org/10.5935/1984-2295.20160076>.
- ANDRADE, M. C. **A questão do território no Brasil.** Hucitec: São Paulo, 1995. 135p. ISBN 8527103184.
- ANJOS, F. S. dos.; CRIADO, E. A.; CALDAS, N. V. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial:** um diálogo entre a realidade europeia e brasileira. Revista de Ciências Sociais, vol. 56, n. 1, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/7PGMFZmvmw6t8dtMcvPSM5q/?format=pdf&lang=p>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- ANJOS, F. S. dos. *et al.* **São as indicações geográficas um instrumento para o desenvolvimento dos territórios?** Estudo de caso sobre duas experiências no estado do Rio Grande do Sul. Política & Sociedade, vol. 13, n. 26. Florianópolis: [s. i], 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2014v13n26p163>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- BARBOSA, C. R. **Propriedade intelectual:** Introdução à Propriedade Intelectual como Informação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/Propriedade\\_Intelectual.html?id=fJU4DwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/Propriedade_Intelectual.html?id=fJU4DwAAQBAJ&redir_esc=y). Acesso em: 24 abr. 2022.
- BARBOSA, P. M. S. **Quais são as Indicações Geográficas Brasileiras.** Revista Brasileira de Pós-Graduação, 2013. DOI: 10.21713/2358-2332.2013.v10.394.
- BARRAL, W.; PIMENTEL, L. O. (org.). **Indicações geográficas e desenvolvimento econômico.** Propriedade intelectual e desenvolvimento. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.
- BENKO, G.; PECQUEUR, B. **Les ressources de territoires et les territoires de ressources.** Finisterra: [s. i], v. 36, n. 71, 2001. DOI: <http://dx.doi.org/10.18055/Finis1644>.
- BECATTINI, G. (org.) **La lunga marcia del ritorno al territorio.** La coscienza dei luoghi. Roma: Donzelli. 2015.
- BONNEMAISON, J. **Viagem em Torno do Território.** Geografia Cultural. Um Século: Rio de Janeiro, 2002.
- BRASIL. Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887. Estabelece regras para o registro de marcas de fábrica e de comércio. **Coleção de Leis do Império do Brasil.** Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-3346-14-outubro-1887-542988-publicacaooriginal-52676-pl.html>. Acesso: 13 abr. 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso Básico de Indicações Geográficas**. Governo Federal: ENAGRO, 2021.

BRUCH, K. L.; VITROLLES, D.; LOCATELLI, L. **Estudo de caso**: IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco. Brasília: MAPA, 2010. 258-297p. ISBN 978-85-7426-111-9.

CANOTILHO, J. J. G. **Direito Constitucional e Teoria da Constituição**. Manuais universitários. [S.l.], 1941. Disponível em: <https://forumturbo.org/wp-content/uploads/wpforo/attachments/42044/5081-doku-pubcanotilho-jj-gomes-direito-constitucional-e-teoria-da-constituaiaopdf.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2022.

CAPELLESSO, A. J. *et. al.* **A identificação e ativação de recursos pelos atores**: as sementes de uma Cesta de Bens e Serviços Territoriais em Anchieta (SC). Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, 2022. 205–223p. <https://doi.org/10.37370/raizes.2022.v42.774>.

CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (org.). **O território**: sobre espaço e poder. Autonomia e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CAZELLA, A. A.; DORIGON, C.; PECQUEUR, B. **Da economia de escala à especificação de recursos territoriais**: introdução ao dossiê “Desenvolvimento Rural e a Cesta de Bens e Serviços Territoriais”. Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, 2022. v. 42, n. 1, 2022. 1-21p. DOI: 10.37370/raizes.2022.v42.797. Disponível em: <http://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/797>. Acesso em: 13 set. 2022.

CEBRAP. Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**: Bloco Qualitativo. São Paulo: SESC, 2016.

CERDAN, C.; BRUCH, K.; VITROLLES, D. (org). **Gestão e controle pós-reconhecimento das indicações geográficas**. Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio. Brasília: MAPA, 2. ed, 2010.

COLLETIS-WAHL, K.; PECQUEUR, B. **Territories, Development and Specific Resources**: What Analytical Framework? Regional Studies. 1993. DOI: 10.1080/003434 00120058442.

DALLABRIDA, V. R.; ROTTA, E.; BÜTTENBENDER, P. L. **Pressupostos Epistêmico-Teóricos Convergentes com a Abordagem Territorial**. Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional: [S. l.], 2021. DOI: 10.54399/rbgdr.v17i2.6343. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/6343>. Acesso em: 13 mar. 2022.

DALLABRIDA, V. R. **Patrimônio Territorial**: aportes teórico-metodológicos para estudos territoriais. Desenvolvimento em Questão: [S.l.], 2020. DOI: 10.21527/2237-6453.2020.52.12-32.

DIAS, J. F. D. V. R. **A construção institucional da qualidade em produtos tradicionais**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro: UFRRJ, 2005

DIEGUES, A. C. **O mito do paraíso desabitado**. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: [S. l.], 1996.

ELIAS, N. **O processo civilizador**. Rio de Janeiro: [s. n.], 1990.

ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. **Os Estabelecidos e os Outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: [s. n.], 2000.

EVANS, P. **Além da "monocultura institucional"**: instituições, capacidades e o desenvolvimento deliberativo. Sociologias: [S. l.], 2003.

FERNANDES, B. G. **Curso de Direito Constitucional**. Salvador: Ed. JusPodivm, 2020.

FRANJUS-GUIGUES, D. **Nature et Protection Juridiques des Indications Geographiques**. Tese de Doutorado. Faculte de Droit et de Sciences Politiques D'Aix-Marseille. 2012.

FROEHLICH, J. M.; ROQUE, A. P. **O Território Quarta Colônia sob o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais**: uma perspectiva histórica. Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, 2022. 168-185p. DOI: 10.37370/raizes.2022.v42.787. Disponível em: <http://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/787>. Acesso em: 13 set. 2022.

FURTADO, C. **Os desafios da nova geração**. Jornal dos Economistas: [S. l.], 2004. Disponível em: [http://www.centrocelsofurtado.org.br/arquivos/image/201411191735100.JornalEconomicistasRioTextoRedCFje\\_jun2004\\_03.pdf](http://www.centrocelsofurtado.org.br/arquivos/image/201411191735100.JornalEconomicistasRioTextoRedCFje_jun2004_03.pdf). Acesso em: 25 abr. 2022.

GALVEZ-BEHAR, G. The 1883 Paris Convention and the Impossible Unification of Industrial Property: **Gooday, Graeme; Wilf, Steven. Patent Cultures**. Diversity and Harmonization in Historical Perspective. Cambridge University Press: [S. l.], 2020. Disponível em: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01009953/document>. Acesso em: 25 abr. 2022.

GIESBRECHT, H. O. MINAS, R. B. A. de. GONÇALVES F. W. G. SCHWANKE, F. H. **Indicações geográficas brasileiras**. Brasília: SEBRAE. 2016. 327p.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 6. ed., 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 19 de jun. 2022.

GLON E., PECQUEUR, B. **Au cœur des territoires créatifs**. Proximité et ressources territoriales: [S. l.], 2016. DOI: <https://doi.org/10.4000/tem.4280>.

GOODMAN, D. **The quality 'turn' and alternative food practices**: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*: [S. l.], 2003.

HABERMAS, J. **Legitimation Crisis**. Boston: Beacon Press. 1975.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HARVEY, D. **A condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 1990.

HINRICHS C. C. **The Practice and Politics of Food System Localization**. *Journal of Rural Studies*: [S. l.], 2003.

HIRCZAK M., *et. al.* **Du panier de biens à un modèle plus général des biens complexes territorialisés**: concepts, grilles d'analyse et questions. Symposium Pour et Sur le Développement Régional: [S. l.], 2005.

HIRCZAK, M.; JANIN, C.; LAPOSTOLLE, D. **A Cesta de Bens e Serviços Territoriais face à transição**: o papel da inteligência coletiva na construção da qualidade territorial. *Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas*1: [S. l.], 2022. 22–40p, DOI: 10.37370/raizes.2022.v42.776. Disponível em: <http://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/776>. Acesso em: 13 out. 2022.

JANIN, C.; PERRON, L. **Valorizar os recursos territoriais**: chaves para a ação – guia metodológico. Florianópolis: Epagri, 2020. 147p.

KAKUTA, S. M. *et. al.* (org). **Indicações geográficas**: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LACROIX A. J.; MOLLARD A.; PECQUEUR B. **Politiques de développement et rente de qualité territoriale des produits alimentaires'**, *Actes du Colloque*: "Gestion des territoires ruraux connaissances et méthodes pour la décision publique". Cemagref: [S. l.], 1998.

LACROIX A. J.; MOLLARD A.; PECQUEUR B. **La production d'une rente de qualité territoriale comme stratégie de développement**: le cas des Baronnies. Communication au XXXIII<sup>o</sup> colloque de l'ASRDLF: [S.l.],1997.

LACROIX A. J.; MOLLARD A.; PECQUEUR B. **Origine et produits de qualité territoriale** : du signal à l'attribut? *Revue d'économie régionale et urbaine*: [S. l.], 2000.

LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA. C. L. (org). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: SEBRAE, 2005.

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

LAUERMANN, D. *et al.* **O enfoque da cesta de bens e serviços territoriais aplicado à análise das agroindústrias familiares e suas especificidades alimentares no extremo oeste catarinense.** Santa Catarina: [S. l.], 2022.

MAGNAGHI, A. **Il progetto locale: verso la coscienza di luogo.** Turim: Bollati Boringhieri, 2010.

MAILLAT, D. **Globalização, meio inovador e sistemas territoriais de inovação.** Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local: Campo Grande/MS, v. 3, n. 4, 2002.

MARSHALL A. 1890. **Principles of Economics.** Gordon & Breach: [S. l.], 1971.

MARX, Karl. **O Capital.** São Paulo: Boitempo, 2013.

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

MEDEIROS, M. de L., *et. al.* **Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES' journal database.** RAI Revista de Administração e Inovação: [S. l.], 2016.

MEDEIROS, M. de L.; REIHER, A. P.; PASSADOR, J. L. **Geographical Indications and their Impact on Territorial Development: Empirical Evidence for Brazilian Municipalities.** Sustainable Economic Development: Pattern and Perspective. 2021.

MOLLARD A. **Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente.** Economie Rurale: [S.l.], 2001. Disponível em: [https://www.persee.fr/doc/ecoru\\_0013-0559\\_2001\\_num\\_263\\_1\\_5240](https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_2001_num_263_1_5240). Acesso em 05 jun. 2022.

MOLLARD, A.; PECQUEUR, B.; LACROIX, A. J. **A Meeting Between Quality and Territorialism: the rent theory reviewed in the context of territorial development with reference to french example.** International Journal of Sustainable Development: [S.l.], 2001. DOI: <https://doi.org/10.1504/IJSD.2001.001557>.

MOLLARD A; PECQUEUR B.; LACROIX A. **Origine et produits de qualité territoriale: du signal à l'attribut?** Economie Rurale et Urbaine: [S. l.], n° 4, 2000.

MILANO, M. Z; CAZELLA, A. A. **Da governança da indicação geográfica à governança da cesta de bens e serviços territoriais: uma análise a partir da Teoria dos Comuns.** Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, 2022.

NIEDERLE, P. A. (org.). **Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

NIEDERLE, P. A. **Desenvolvimento, Instituições e Mercados Agroalimentares: Os usos das Indicações Geográficas**. Desenvolvimento Regional em Debate: Universidade do Contestado - Canoinhas/SC, 2014.

NIEDERLE, P.A. (org). **Terroir e tipicidade: dois conceitos-chave para as Indicações Geográficas**. Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

NIEDERLE, P.A. (org.). **Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial**. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

NUNES, W. R. B. **O mercado de bens de luxo**. Trabalho de Conclusão de Graduação (Ciências Econômicas) – Faculdade de Ciências Econômicas: Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Porto Alegre, 2009.

O'CONNOR, J. **The fiscal crisis of the state**. New York: St. Martin's Press, 1973.

PARASECOLI, F. **Knowing where it comes from: labeling traditional food to compete in a Global Market**. Ames. IA: Iowa State University Press, 2017.

PASSADOR, C. S. **Um estudo do Projeto Escola do Campo - Casas Familiar Rural (1990-2002) do estado do Paraná: a pedagogia da alternância como referencial de permanência**. 2003. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo: São Paulo, 2003. DOI: 10.11606/T.48.2003.tde-27022015-112932.

PECQUEUR, B. **Qualité e développement territorial: l' hypothèse du panier de biens et de services territorialisés**. Economie Rurale: Paris, n. 261, 2001.

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**. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau (FURB) – Blumenau/SC, 2016.

PEREIRA, M. F. V. **Território e política: práxis invertidas e desafios da existência**. Sociedade & Natureza, Uberlândia: [S. l.], 2011.

PIMENTEL, L. O.; SILVA, A. L. (org.). **Marcas coletivas e marcas de certificação: marcas de uso coletivo**. Florianópolis: MAPA, 2014. 270-292p. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em: 14 abr. 2022.

PIMENTEL, L. O.; BOFF, S. O.; DEL'OLMO, F. S. (org.). **Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. Propriedade intelectual: gestão do

conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. Florianópolis: Fundação Boiteux, 1 ed., 2008.

PIMENTEL, L. O. (org.). **Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual.** Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio. 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014.

POLI D. **Il patrimonio territoriale fra capitale e risorsa nei processi di patrimonializzazione proativa.** Aree interne e. Torino: Rosenberg e Sellier, 2015.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma Geografia do Poder.** São Paulo: Ática, 1993.

REGULAMENTO DE USO: **Indicação de Procedência de São Matheus.** Associação dos Amigos da Erva-mate de São Matheus. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/SoMatheus.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2022.

REIS, L. L. M. **Indicação Geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades.** Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal da Bahia: Salvador, 2015.

RIBAS, A. D.; SPOSITO, E. S.; SAQUET, M. A. (org). **O território: diferentes interpretações na literatura italiana.** Território e Desenvolvimento: diferentes abordagens. Francisco Beltrão: Unioeste, 2004.

RICARDO D. **The Principles of Political Economy and Taxation.** Kessinger Publishing: [S. l.], 1821. 548p. Disponível em: <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/ricardo/Principles.pdf>. Acesso em: 05 jun. 2022.

ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (org). **Identidades territoriais.** Manifestações da cultura no espaço. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1999.

ROUX, E.; VOLLET, D.; PECQUEUR, B. **Coordinations d'acteurs et valorisation des ressources territoriales: Les cas de l'Aubrac et des Baronniees.** Économie rurale: [S. l.], 2006. Disponível em: <https://journals.openedition.org/economierurale/776>. Acesso em 07 jun. 2022.

ROUX E. **De la gestion de l'espace à la gestion des territoires en montagnes méditerranéennes.** Des logiques d'acteurs différenciées. Thèse de géographie, Université Joseph Fourier: Grenoble, 1999.

Sack, R. D. **Human territoriality: its theory and history.** Cambridge: Cambridge University Press. 1986.

SAMUELSON, P.; NORDHAUS, W. Economics. McGraw-Hill: New York. 2009.

SANTOS, B. S., MENESES, M. P. (org.). **Epistemologias do Sul.** Biblioteca Nacional de Portugal: [s. n.], 2009. Disponível em:

<https://www.iciet.fiocruz.br/sites/www.iciet.fiocruz.br/files/Epistemologias%20do%20Sul.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.

SANTOS, M. SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, M. L. (org.). **O retorno do território**. Território - globalização e fragmentação: São Paulo, 1994.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2 ed., 2000.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001. Disponível em: <https://disk.yandex.ru/i/va1jf3Sxs9j9v>. Acesso em: 06 abr. 2022.

SAQUET, Marcos. **Os tempos e os territórios da colonização italiana**. Porto Alegre: [S. l.], 2003

SAQUET, M. (org). **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades**. Uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. Rio de Janeiro: Consequência, 2. ed., 2015.

SAQUET, M. A. **Proposições para estudos territoriais**. Geografia: Paraná, 2006.

SCHNEIDER, S. **A abordagem territorial do desenvolvimento rural e suas articulações externas**. Sociologias: Porto Alegre, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/jXr37zTQLpMWq5Gq7TpSCfd/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 06 abr. 2022.

SHNEIDER, S. **Ciências Sociais, Ruralidade e Territórios: em busca de novas referências para pensar o desenvolvimento**. Campo-Território: revista de geografia agrária, [S. l.], 2009. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/view/11901>. Acesso em: 26 abr. 2022.

SILVA, C. H. da. **Território e identidade cultural: a possível presença de uma rede em Assaí – PR**. Monografia de conclusão de curso. (Bacharelado em Geografia). Londrina: UEL, 2005. 1-99p.

SILVA, F. N. da. *et. al.* **Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil**. Desenvolvimento Regional em debate, [S. l.], v. 2, n. 2, 2012. 31–44p. Disponível em: <https://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/258>. Acesso em 13 mar. 2021.

SOUZA, N. J. **Globalização, crescimento e pobreza**. A visão do Banco Mundial sobre os efeitos da globalização (Resenha de livro). Análise Econômica: Porto Alegre, 2004.

STIGLITZ, J. **A Globalização e Seus Malefícios**. São Paulo: Futura, 2002. Disponível em: [https://www.ufjf.br/pur/files/2011/04/REC\\_6.2\\_08\\_A\\_globalizacao\\_e\\_seus\\_maleficios\\_a\\_promessa\\_ao\\_cumprida\\_de\\_beneficios\\_globais.pdf](https://www.ufjf.br/pur/files/2011/04/REC_6.2_08_A_globalizacao_e_seus_maleficios_a_promessa_ao_cumprida_de_beneficios_globais.pdf). Acesso em: 26 abr. 2022.

STOCKER G. **Cinq propositions pour une théorie de la gouvernance**. Revue internationale des Sciences sociales: [s. l.], 1998.

THEVENOD-MOTTET, E. **Legal and institutional issues related to GIs**. Montpellier: [s. n.], 2006.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é terroir?** Bon Vivant: Flores da Cunha, 2007.

TOUZARD, J. M. **Construction institutionnelle des indications géographiques et des signes de qualité**. Relatório de Pesquisa: [S. l.], 2010.

TURNES, V.; CAZELLA, A. A.; PECQUEUR, B.; GUZZATTI, T. C. **Monitoramento de uma Cesta De Bens e Serviços Territoriais**: a construção de um painel de indicadores. Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas, [S. l.], v. 42, n. 1, 2022. 224–240p. DOI: 10.37370/raizes.2022.v42.784. Disponível em: <http://raizes.revistas.ufcg.edu.br/index.php/raizes/article/view/784>. Acesso em: 13 nov. 2022.

UZZI, B. **The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations**: The Network Effect. American Sociological Review: [S. l.], 1996. 674–98p.

VALE, G. M. V. **Laços como Ativos Territoriais**: análise das aglomerações produtivas na perspectiva do capital social. 2006. 388 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras: Lavras, 2006.

VARELLA, M. D. (org.). **Indicações geográficas e arranjos produtivos locais**. Propriedade intelectual e desenvolvimento. São Paulo: Lex Editora, 2005.

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

PIMENTEL, L. O. (org.). **Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores**. Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio. Florianópolis/SC: FUNJAB, 4. ed., 2014.

VIEIRA, P. F. *et. al.* **Introdução. Desenvolvimento Territorial Sustentável no Brasil**: subsídios para uma política de fomento. Florianópolis: [s. n.], 2010

AVILA, C., DEL NERO, P. A. (org.). **Propriedade intelectual na agricultura**. Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio. Belo Horizonte: Editora Fórum, 1. ed., 2011. 21-50p.

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. **As Indicações Geográficas Como Estratégia Para Fortalecer o Território** – O Caso da Indicação de Procedência dos Vales da Uva

Goethe. Desenvolvimento em Questão: [S. l.], 2015. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/3062/3610#:~:text=O%20estudo%20demonstrou%20que%20as,o%20acesso%20a%20novos%20mercados>. Acesso em 04 jan. 2022

WEISS S., VOLLET D., BOUILLAGUET B. **Issues Involved in a Continuous Assessment Approach to Forestry Policy, Illustration Based the Évaluation of Territorialized Action in a French Region**. Policy Studies: [s. n.], 2004.

ZIMMERMANN J. B.; COLLETIS, G. **Construction territoriale et dynamiques productives**. Etude pour la Commissariat Général du Plan: [S. l.], 1999. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/5058238\\_Construction\\_territoriale\\_et\\_dynamiques\\_productives](https://www.researchgate.net/publication/5058238_Construction_territoriale_et_dynamiques_productives). Acesso em 04 jan. 2022.

**APÊNDICE A – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS: ERVATEIROS**

## Roteiro para coleta de dados dos Ervateiros

O presente roteiro de entrevista tem caráter estritamente acadêmico e profissional. Os dados aqui coletados serão tratados cientificamente com o objetivo unicamente de conclusão da dissertação da mestranda Gabriela Cristina Covalchuk.

### I - IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE

- 1.1 Nome:
- 1.2 Naturalidade:
- 1.3 Telefone:
- 1.5 Localidade/Município:
- 1.6 Data da entrevista:

### II – ESTRUTURA

- 2.1. Quando iniciou a produção de erva-mate? Quanto produz anualmente atualmente?
- 2.2. Onde se localizam os seus consumidores?
- 2.3. A distribuição dos produtos é realizada pela própria ervateira ou conta com empresas distribuidoras?
- 2.4. Relaciona-se direta ou indiretamente com a IG de São Matheus?
- 2.5. Utiliza outros bens e/ou serviços do território de São Matheus na produção ou distribuição?

### III – CONTEXTO E INTERAÇÕES SOCIAIS

- 3.1. Quais foram as motivações que levaram o(a) senhor(a) a tornar-se produtor de erva-mate? Quais foram as dificuldades encontradas no início?
- 3.2. Houve mudanças com relação a produção ou comercialização da erva-mate a partir do reconhecimento da IG, individual e regionalmente? Suas expectativas foram atendidas?
- 3.3. Verificou algum benefício ou problema que a IG trouxe para a região de São Mateus?
- 3.4. O setor ervateiro regional precisa avançar de algum modo?
- 3.5. Há cooperação entre os produtores e outras entidades? De que forma?

### III – CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

- 4.1. Quais fatores colocam a erva-mate como produto relevante?
- 4.2. A imagem da erva-mate da região de São Matheus é vinculada ao território?
- 4.3. O que confere qualidade ao território da IG de São Matheus?
- 4.4. O(a) senhor verifica a proximidade e confiança dos consumidores por produtos da região de São Matheus?
- 4.5. A erva-mate é predominantemente exportada ou vendida na região?
- 4.6. A erva-mate é explorada na região pela gastronomia típica, visitas turísticas?
- 4.7. O senhor verifica possibilidade de existirem recursos territoriais pouco valorizados, e que são apenas encontrados no território da IG?
- 4.8. As características que qualificam a erva-mate podem qualificar outros produtos?

- 4.9. Há/ haviam articulações para qualificar mais produtos?
- 5.0. Seguiriam os limites geográficos do território representado pela IG?
- 5.1. Existe clareza entre produtores, prestadores de serviços e consumidores sobre as características de qualidade desses outros bens?
- 5.2. Qual o nível de confiança entre os atores envolvidos no reconhecimento de novos bens?
- 5.3. Qual o grau de cooperação e solidariedade entre os atores envolvidos da IG?
- 5.4. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?
- 5.5. Identifica-se a existência de objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo?

**APÊNDICE B – ROTEIRO PARA COLETA DE DADOS: ORGANIZAÇÕES**

## **Roteiro para coleta de dados das Organizações de Apoio**

O presente roteiro de entrevista tem caráter estritamente acadêmico e profissional. Os dados aqui coletados serão tratados cientificamente com o objetivo unicamente de conclusão da dissertação da mestranda Gabriela Cristina Covalchuk.

### **I - IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE**

- 1.1 Nome:
- 1.2 Naturalidade:
- 1.3 Telefone:
- 1.5 Localidade/Município:
- 1.6 Data da entrevista:

### **II – CARACTERÍSTICAS E ATUAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO (PÚBLICA OU PRIVADA)**

- 2.1. Qual o tipo de Instituição
  - ( ) Instituição Pública
  - ( ) Instituição Privada de fins lucrativos
  - ( ) Cooperativa
  - ( ) Associação

### **III – CONTEXTO E INTERAÇÕES SOCIAIS**

- 3.1. Quais foram os contatos mais próximos em termo relacional que apoiou a atuação da organização no setor ervateiro de São Mateus?
- 3.2. Você conhecia o que é uma IG antes do processo de articulação para implementação do projeto? Quais eram as expectativas sobre os benefícios da IG?
- 3.3. Quais organizações públicas ou privadas participaram desse processo? Qual era o papel de cada uma, de acordo com as observações do(a) senhor(a)?
- 3.4. O que mudou na produção da erva-mate a partir do reconhecimento da IG, individual e regionalmente?
- 3.5. O setor ervateiro regional precisa avançar de algum modo?
- 3.6. Há cooperação entre agentes, para melhoria e ampliação das condições de produção?

### **IV – CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS**

- 4.1. Quais fatores colocam a erva-mate como produto relevante?
- 4.2. A imagem da erva-mate da região de São Matheus é vinculada ao território?
- 4.3. O que confere qualidade ao território da IG de São Matheus?
- 4.4. O(a) senhor verifica a proximidade e confiança dos consumidores por produtos da região de São Matheus?
- 4.5. A erva-mate é predominantemente exportada ou vendida na região?
- 4.6. A erva-mate é explorada na região pela gastronomia típica, visitas turísticas?
- 4.7. O senhor verifica possibilidade de existirem recursos territoriais pouco valorizados, e que são apenas encontrados no território da IG?
- 4.8. As características que qualificam a erva-mate podem qualificar outros produtos?

- 4.9. Há/ haviam articulações para qualificar mais produtos?
- 5.0. A IG é reconhecida nos mercados urbanos próximos?
- 5.1. O território está inserido em Rotas Turísticas regionais?
- 5.2. Os preços dos produtos com o selo de identificação impactam na demanda?
- 5.3. Existe uma procura específica por produtos de qualidade ou reputação pelos consumidores?
- 5.4. Os consumidores costumam se importar com a preservação ambiental?
- 5.5. Existe respeito e valorização dos monumentos e sítios históricos?
- 5.6. A história, as tradições territoriais, são reconhecidas e valorizadas?
- 5.7. Existe clareza entre produtores, prestadores de serviços e consumidores sobre as características de qualidade dos bens territoriais?
- 5.8. Há eventos técnico-científicos, cursos, palestras, visitas técnicas ou outros espaços de compartilhamento multiautores (fóruns, redes, seminários).
- 5.9. Qual o grau de coordenação (articulação) dos atores públicos e privados?
- 6.0. Identifica-se a existência de objetivos de desenvolvimento partilhados no médio e longo prazo?

## **APÊNDICE C – APRESENTAÇÃO AOS ENTREVISTADOS**

## **Apresentação aos Entrevistados**

Prezados(as) Senhores(as),

O Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Estadual de Ponta Grossa indica que a mestranda Gabriela Cristina Covalchuk, matrícula nº 3100121006003, estará na região de São Matheus, no período de agosto a novembro de 2022, realizando uma pesquisa referente a Indicação Geográfica de São Matheus.

Na oportunidade, solicitamos autorização para que a referida pesquisadora possa coletar informações mediante a gravação de entrevistas. Informamos ainda que esta pesquisa preza pela ética acadêmica, assegurando assim a preservação da identidade dos entrevistados.

Os resultados obtidos nessa pesquisa acadêmica serão divulgados em formato digital para livre acesso, sem prejuízo de eventuais referências ordinárias em citações diretas e indiretas.

Agradecemos pela compreensão e colaboração neste processo para coleta de dados de um fenômeno tão relevante para cultura e economia regional.

Atenciosamente,

Dra. Mirna de Lima Medeiros

Professora da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Orientadora)

**APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

## Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**Título do Estudo:** Indicação Geográfica e Cesta de Bens e Serviços Territoriais: o caso da IG de São Matheus

**Pesquisadora Responsável:** Gabriela Cristina Covalchuk

O(a) Senhor(a) está sendo convidado(a) para participar de um estudo de caso. O objetivo desta pesquisa é descrever a cesta de bens e serviços territoriais da IG de São Matheus.

Sua participação nesse estudo de caso é totalmente voluntária. Caso o(a) Sr.(a) decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento durante a realização do estudo, não será prejudicado.

A pesquisa envolve o risco de quebra de confidencialidade (algum dado que possa identificar o(a) Sr.(a), caso exposto publicamente). Para mitigar essa situação, os dados serão analisados e discutidos sem identificá-lo. Não serão repassadas as informações ou documentos pessoais de qualquer entrevistado. A coleta de informações será realizada mediante gravação e o arquivo final completo será mantido em sigilo sob a responsabilidade da pesquisadora.

Contudo, o estudo de caso também pode trazer benefícios. Os possíveis benefícios resultantes da participação na pesquisa é a possibilidade de intensificação de debates acadêmicos e políticos quanto a estratégias de desenvolvimento territorial.

Caso ocorra algum problema ou dano com o(a) Sr.(a), resultante deste estudo de caso, o(a) Sr.(a) receberá todo o apoio técnico necessário.

Havendo dúvidas, o(a) Sr.(a) poderá entrar em contato com a pesquisadora responsável, Gabriela Cristina Covalchuk, pelo telefone (42) 9.9975-8889 e/ou pelo e-mail (gabrielacovalchuk@hotmail.com), ou com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Ponta Grossa (Av. Carlos Cavalcanti, 4748, Uvaranas, Bloco da Reitoria (Sala 22), Campus Universitário, Ponta Grossa – PR (CEP: 84030-900), com atendimento de segunda a sexta, das 8h às 12h e 13h às 17h, telefone (42) 3220-3282 e/ou e-mail (propepsecretaria@uepg.br).

Esse termo é assinado em duas vias, sendo uma do(a) Sr.(a) e a outra para a pesquisadora.

## Declaração de Consentimento

Eu, \_\_\_\_\_, portador da cédula de identidade RG nº \_\_\_\_\_, inscrito sob CPF nº \_\_\_\_\_, com telefone para contato \_\_\_\_\_, concordo em participar do estudo: Indicação Geográfica e Cesta de Bens e Serviços Territoriais: o caso da IG de São Matheus

\_\_\_\_\_  
Nome do participante

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Assinatura do participante

Eu, Gabriela Cristina Covalchuk, pesquisadora responsável, declaro compromisso acerca da coleta de informações mediante a gravação de entrevistas, prezando pela ética acadêmica, assegurando, assim, a preservação da identidade dos entrevistados.

\_\_\_\_\_  
Gabriela Cristina Covalchuk  
Acadêmica do PPGCSA/UEPG

**ANEXO A – APROVAÇÃO PELO COMITÊ DE ÉTICA**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE  
PONTA GROSSA - UEPG



Continuação do Parecer: 5.606.411

Investigador	PROJETO.pdf	20/08/2022 15:02:42	GABRIELA CRISTINA	Aceito
Outros	Organizacoes.pdf	20/08/2022 14:58:35	GABRIELA CRISTINA	Aceito
Outros	Ervateiros.pdf	20/08/2022 14:57:32	GABRIELA CRISTINA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto.pdf	20/08/2022 14:49:22	GABRIELA CRISTINA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	20/08/2022 14:47:24	GABRIELA CRISTINA COVALCHUK	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

PONTA GROSSA, 26 de Agosto de 2022

---

**Assinado por:**  
**ULISSES COELHO**  
**(Coordenador(a))**

**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