INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO (PROFNIT)

MESTRADO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO

MARIA DO SOCORRO RIBEIRO DA SILVA

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

FORTALEZA

2019

MARIA DO SOCORRO RIBEIRO DA SILVA

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

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (Profnit) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) – *Campus* Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação. Área de Concentração: Administração.

Orientador: Prof. Dr. André Luiz Carneiro de Araújo.

Coorientadora: Prof.ª Dra. Elda Fontinele Tahim.

FORTALEZA

2019

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal do Ceará - IFCE
Sistema de Bibliotecas - SIBI
Ficha catalográfica elaborada pelo SIBI/IFCE, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S586e Silva, Maria do Socorro Ribeiro da.
Entraves e Desafios para a Implantação de Indicação Geográfica: Estudo de caso do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE / Maria do Socorro Ribeiro da Silva. - 2020.
147 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado) - Instituto Federal do Ceará, Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, Campus Fortaleza, 2020.
Orientação: Prof. Dr. André Luiz Carneiro de Araújo.
Coorientação: Profa. Dra. Elda Fontinele Tahim.

1. Indicação Geográfica. 2. Propriedade Intelectual. 3. Queijo Coalho. 4. Indicação de Procedência. 5. Denominação de Origem. I. Titulo.

CDD 658.4063

MARIA DO SOCORRO RIBEIRO DA SILVA

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

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.

Aprovada em 03 de dezembro de 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. André Luiz Carneiro de Araújo - Orientador
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE

Prof.ª Dra. Elda Fontinele Tahim - Coorientadora
Instituto Centro de Ensino Tecnológico – Centec

Prof. Dr. José Fernando Mourão Cavalcante
Universidade Estadual do Ceará – Uece

Prof.ª Dra. Joélia Marques de Carvalho
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE

À memória de minha Mãe, Maria Rodrigues Ribeiro da Silva, que, mesmo desenganada pelos médicos, sempre foi firme e altiva, e não me deixou desistir do meu intento de concluir o Mestrado, despedindo-se dessa jornada terrena um dia após a minha Qualificação. E à Zenilda Pereira da Silva (Preta), que sempre cuidou de nossa família com todo esmero e, de maneira especial, cuidou de minha mãe até o dia de sua partida à eternidade. Gratidão a você, Pretinha!!

AGRADECIMENTOS

Agradeço, acima de tudo, a Deus e ao universo por essa conclusão do curso de Mestrado, que permitiu o fechamento de mais um ciclo na minha vida.

Agradeço à minha família, em especial à minha Mãe por ter sido minha fiel escudeira e minha fortaleza durante a trajetória nesse Mestrado, na qual vivenciei momentos dolorosos com a sua partida para a pátria celestial.

Agradeço à minha irmã Raimunda pela presença em minha vida quando mais necessitei, e aos meus sobrinhos Valdir Júnior e Janderson Rodrigues por terem compartilhado comigo momentos bons e não tão bons, por terem sido companheiros no tratamento de minha Mãe, e por terem me dado forças para eu fechar com chave de ouro este desafio que foi o de concluir o meu Mestrado.

Agradeço, com reverências, ao Prof. Dr. André Luiz Carneiro de Araújo, pela sua generosidade e altruísmo em aceitar ser o meu Orientador, mesmo não dominando a linha de pesquisa por mim escolhida, deixando-me à vontade para buscar a ajuda necessária à realização deste Trabalho, dando-me o suporte necessário e orientando-me nos momentos decisivos.

Agradeço, em especial, à Prof.ª Dra. Elda Fontinele Tahim, minha coorientadora, por toda a paciência, o empenho e o sentido prático com que sempre me orientou e, acima de tudo, pela sua competência, presteza e disponibilidade. Dra. Elda, sem a sua valiosa colaboração, direcionamento, correções e compreensão desprendidos ao longo do processo eu não teria chegado à finalização deste Trabalho de maneira tão exitosa. Muito obrigada, Dra. Elda, por me ter corrigido quando necessário sem nunca me desmotivar.

Agradeço, também, a todos os professores que me acompanharam nessa caminhada e que também são responsáveis pela finalização deste Trabalho, em especial à Prof.ª Dra. Joélia Marques de Carvalho, reconhecida por todos pela sua generosidade, que, com o seu olhar crítico, técnico e doce, possibilitou o aperfeiçoamento e o fechamento desta pesquisa.

Agradeço ainda à Prof.ª Dra. Tecia Vieira Carvalho por seu empenho na concretização do Mestrado Profnit e pela sua dedicação ao aprimoramento da nossa formação profissional com qualidade e eficiência.

Desejo igualmente agradecer a todos os meus colegas do Mestrado pela convivência, mesmo que curta, efêmera, porém tão intensa, cujo apoio e amizade estiveram presentes em todos os momentos compartilhados.

Eu jamais conseguiria finalizar a presente Dissertação de Mestrado sem o precioso apoio de várias pessoas que cruzaram o meu caminho nos momentos mais cruciais, às quais quero externar os meus agradecimentos:

Agradeço a José Tallis Dourado Diógenes, valoroso Bolsista de Auxílio de Formação do Instituto Federal do Ceará, pela sua competência e disponibilidade para me ajudar nos momentos em que o procurei.

Agradeço à Jéssica Rocha, Mestra e Pesquisadora do Laboratório Técnico de Química do IFCE, pelas revisões incansáveis ao longo da elaboração deste Trabalho. Sempre disponível e prestativa, ajudou-me em todos os momentos a transpor os obstáculos dessa minha empreitada.

Quero agradecer à Dra. Maria do Socorro Rocha Bastos, Pesquisadora da Embrapa, e ao Prof. Dr. José Fernando Mourão Cavalcante, da Uece, que foram super gentis e generosos comigo na estruturação e fundamentação deste Trabalho.

Agradeço aos meus colegas de trabalho Adriane Faria Carlos, Prof. Dr. Cidicley Teixeira, Prof.ª Doutoranda Michelle Queiroz e Prof. Dr. Rinaldo dos Santos Araújo pelo acolhimento, afeto e apoio dado nos mais diversos momentos da jornada acadêmica.

Agradeço, de coração, à Zenilda Pereira da Silva (Preta), cuidadora da minha Mãe, que me deu todo o suporte afetivo necessário para chegar à conclusão dessa jornada.

“Na vida, não vale tanto o que temos nem importa o que somos. Vale o que realizamos com aquilo que possuímos e, acima de tudo, importa o que fazemos de nós.” (CHICO XAVIER).

RESUMO

A Indicação Geográfica é uma ferramenta jurídica de proteção intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços diferenciados e valorizar a identidade e o espaço geográfico. O Brasil possui imenso potencial para identificação de produtos da sociobiodiversidade e produções de contexto tradicionais, por sua notória diversidade cultural. No nordeste brasileiro, apesar de sua diversidade, especialmente de produtos tradicionais, o registro de IG ainda é insignificante. O estado do Ceará apresenta grande potencial para implantação de Indicação Geográfica, por possuir em algumas regiões produtos diferenciados, como o Queijo Coalho, cuja cadeia produtiva é responsável pela geração de emprego e renda no município de Jaguaribe, conhecida nacionalmente como “a terra do Queijo Coalho”. Porém, o processo de reconhecimento da IG para esse produto não avançou, apesar dos esforços dos agentes locais envolvidos. Nesse sentido, este trabalho objetivou analisar quais os principais entraves e os desafios que impedem o avanço desse processo para a obtenção da IG, considerando os critérios de determinação da área de Indicação Geográfica e a diferenciação do produto e a participação dos agentes institucionais locais envolvidos. Desenvolveu-se uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva e exploratória, do tipo estudo de caso, mediada pela pesquisa documental, a entrevista semiestruturada e a observação direta como técnicas de coleta de dados. Os resultados evidenciam a existência de um produto com reputação estabelecida com potencial para uma Indicação de Procedência, mas que por falta de uma legislação específica para a produção e comercialização não consegue avançar, sendo, portanto, a criação da legislação o maior desafio dos produtores. A análise evidenciou as contribuições dos atores locais em torno da promoção do produto para o acesso a novos mercados, e a potencialização dos ativos do território para o efetivo desenvolvimento local.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Propriedade intelectual. Queijo Coalho. Indicação de procedência. Denominação de origem.

ABSTRACT

A Geographical Indication is a legal tool of intellectual property protection used to identify the origin of differentiated products or services and to value identity and geographical space. Brazil has immense potential for identifying sociobiodiversity products and traditional contextual productions, as its cultural diversity is well known. In northeastern of Brazil, despite its diversity, especially of traditional products, the GI registration is still insignificant. The State of Ceará has great potential for the implementation of Geographical Indication, as it has in some regions differentiated products, such as Curd Cheese, whose production chain is responsible for generating employment and income in the municipality of Jaguaribe, known nationally as “the land of Curd Cheese”. Nevertheless, the IG recognition process for this product has not advanced despite the efforts of the local agents involved. In this sense, this study aimed to analyze the main obstacles and challenges that impede the progress of this process to obtain the GI, considering the criteria for determining the Geographical Indication area and the differentiation of the product and the participation of local institutional agents involved. A qualitative research was developed, descriptive and exploratory in nature, of the case study type, mediated by documentary research, semi-structured interview and direct observation as data collection techniques. The results show the existence of a product with established reputation with potential for an Origin Indication, but that due to the lack of specific legislation for production and commercialization cannot advance, therefore, the creation of the legislation is the biggest challenge for producers. The analysis pointed the contributions of local actors around the promotion of the product for access to new markets, and the enhancement of the territory's assets for effective local development.

Keywords: Geographical Indication. Intellectual property. Curd Cheese. Indication of origin. Appellation of origin.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação de Procedência..... 26
Quadro 2 - Repercussões no desenvolvimento local e no mercado geradas por uma IG..... 32
Quadro 3 - Requisitos mínimos sugeridos para o início do registro de Indicação Geográfica..... 37
Quadro 4 - Principais entraves apontados por diversos autores ao processo de implantação/implementação de IG..... 46
Quadro 5 - Principais desafios apontados por diversos autores ao processo de implantação/implementação de IG..... 47
Quadro 6 - Principais atores no processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe e suas respectivas ações/contribuições..... 78
Quadro 7 - Principais entraves apontados pelos entrevistados à implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil..... 86
Quadro 8 - Principais desafios apontados pelos entrevistados à implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil..... 94

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Indicações Geográficas de DO e IP concedidas no Brasil até setembro de 2019..... 49
Figura 2 - Setores das Indicações Geográficas de DO e IP concedidas no Brasil até setembro de 2019..... 49
Figura 3 - Mapa das Indicações Geográficas nos diversos estados brasileiros em 2019..... 50
Figura 4 - Total de IGs de DO e de IP solicitadas e concedidas para o Nordeste até setembro de 2019..... 51
Figura 5 - Localização das IGs de queijos artesanais no Brasil em 2018..... 53
Figura 6 - Fluxograma para a fabricação do Queijo Coalho de Jaguaribe..... 56
Figura 7 - Mapa do Vale do Jaguaribe..... 63
Figura 8 - Localização geográfica das queijarias envolvidas no processo de IG no município de Jaguaribe – Ceará..... 64
Figura 9 - Audiência Pública sobre Projeto de Lei nº 0087/2019 - Regulamentação da Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará..... 87
Figura 10 - Audiência pública realizada com a participação das instituições e produtores..... 87

LISTA DE SIGLAS

Abia	Associação Brasileira da Indústria de Alimentos
ACCN	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra
Adagri	Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Ceará
Adece	Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará
AOC	Apelação de Origem Controlada
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
BPF	Boas Práticas de Fabricação
Centec	Instituto Centro de Ensino Tecnológico
CIG	Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
Depta	Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária
Dicig	Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros
DO	Denominação de Origem
Emater	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
Embrapa	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO	*Food and Agriculture Organization of the United Nations* (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação)
Fenerj	Feira de Negócios da região Jaguaribana
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
IGs	Indicações Geográficas
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
Ipece	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
Iphan	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
ITC	*International Trade Centre* (Centro de Comércio Internacional)
Leader	*Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale* (Ligação entre Atividades de Desenvolvimento da Economia Rural)

Mapa	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
Mdic	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
Nutec	Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONGs	Organizações Não Governamentais
P&D	Pesquisa e Desenvolvimento
PAC	Política Agrária Comunitária
PMJ	Prefeitura Municipal de Jaguaribe
Profnit	Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação
Queijaribe	Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe
RDC	Resolução da Diretoria Colegiada
SDC	Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIE	Serviço de Inspeção Estadual
SIF	Serviço de Inspeção Federal
SIM	Serviço de Inspeção Municipal
Siner-IG	*Strengthening International Research on Geographical Indications* (Rede Internacional de Pesquisa sobre Indicações Geográficas)
Trips	*Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio)
UE	União Europeia
Uece	Universidade Estadual do Ceará
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
WAWWJ	*World Association of Writers and Journalists of Wines and Spirits* **(**Associação Mundial de Jornalistas e Escritores de Vinhos e Licores)
Wipo	*World Intellectual Property Organization* (Organização Mundial da Propriedade Intelectual)

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	15
2	**OBJETIVOS**	22
2.1	**Objetivo geral**	22
2.2	**Objetivos específicos**	22
3	**REFERENCIAL TEÓRICO**	23
3.1	**Conceitos e origens das Indicações Geográficas**	23
3.2	**A importância das Indicações Geográficas para a localidade**	28
3.3	**O processo de implantação de uma IG**	33
3.4	**Principais entraves e desafios ao processo de implantação/implementação das Indicações Geográficas no Brasil**	39
3.5	**O panorama das Indicações Geográficas no Brasil**	48
3.5.1	***Potencial de Indicação Geográfica no estado do Ceará***	54
3.5.1.1	*Queijo Coalho do Jaguaribe*	54
4	**METODOLOGIA**	58
4.1	**Tipo de pesquisa**	58
4.2	**Origem dos dados e instrumentos de coleta**	59
4.3	**Sujeitos da pesquisa**	60
4.4	**Análise dos dados**	61
5	**RESULTADOS E DISCUSSÕES**	62
5.1	**Ações realizadas para o reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará**	62
5.1.1	***Características da região e do potencial da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil***	62
5.2	**O papel das instituições envolvidas no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe**	66
5.2.1	***Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa***	66
5.2.2	***Universidade Estadual do Ceará – Uece***	68

5.2.3 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae 70
5.2.4 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Mapa 72
5.2.5 Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI 75
5.2.6 Prefeitura Municipal de Jaguaribe – PMJ 76
5.2.7 Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe – Queijaribe 76
5.3 Principais entraves e desafios ao processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe 79
5.3.1 Principais entraves 79
5.3.2 Principais desafios 90
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS 96
REFERÊNCIAS 102
APÊNDICES 113
ANEXOS 131

1 INTRODUÇÃO

As Indicações Geográficas (IGs) estão previstas no Brasil pela Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996) (BRASIL, 1996) e são vistas como instrumentos de mobilização e valorização dos territórios e de agregação de valor aos produtos típicos e de qualidade diferenciada, além de serem ferramentas jurídicas de proteção intelectual usadas para identificar a origem de produtos ou serviços, quando o local torna-se conhecido, ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve à sua origem geográfica.

Dallabrida (2015) tem ressaltado a influência das Indicações Geográficas para o desenvolvimento regional/local, visando à agregação de valor aos produtos, à proteção do patrimônio cultural, à diminuição do êxodo rural, entre outros objetivos. Segundo o autor, quando reconhecida, uma IG possibilita preservar e valorizar as características do produto, a identidade e a cultura do espaço geográfico, transformando ativos intangíveis como a reputação, fatores ambientais específicos e competências humanas em tangíveis, agregando-os aos produtos, além de impulsionar e alavancar toda a região georreferenciada transformando-a num potencial polo de atração turística, contribuindo dessa forma para a geração de emprego e renda.

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

As Indicações Geográficas também podem colaborar com políticas que objetivam incentivar o desenvolvimento dos produtos regionais, assim considerados os produtos ou serviços que têm identidade local ou própria, a fim de que sejam

reconhecidos nacional e internacionalmente por serem possuidores do selo de IG, levando ao reconhecimento de seu território.

No Brasil, o órgão responsável pelo registro das Indicações Geográficas é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), autarquia do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic), e são duas as modalidades de Indicações Geográficas brasileiras: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO), que vêm se afirmando no cenário nacional na busca por competitividade nos seus vários aspectos, tais como: qualidade, proteção, reputação, consumo consciente, melhoria não apenas econômica, mas também socioambiental, entre outros (BRANDÃO, 2014).

Além do INPI, também atuam no tema das Indicações Geográficas o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). No Mapa, o suporte técnico a processos de obtenção de registro de IG cabe à Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) do Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (Depta) da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC).

De acordo com o ambiente institucional disponível em cada região, outras instituições podem se associar às existentes no processo de implantação de uma IG. Em estudo realizado com representantes de várias Indicações Geográficas brasileiras, Mascarenhas e Wilkinson (2013) identificaram, além dos órgãos citados e das associações requerentes, a frequente presença da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), das universidades, da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), das Secretarias Estaduais de Agricultura e de órgãos de fiscalização sanitária atuando diretamente com a implantação da IG. Nesse contexto, os autores salientam não só o potencial, mas também a necessidade das IGs de aglutinarem parceiros e constituírem uma rede de apoio.

Embora as Indicações Geográficas sejam bastante populares na Europa, no Brasil somente se passou a discuti-las e implementá-las na década de 2000, como ferramenta inovadora, capaz de agregar valor aos produtos brasileiros, ao lhes garantir um diferencial competitivo no mercado. O registro de IG possibilita a

fidelização dos produtos contemplados, beneficiando todos os envolvidos na cadeia produtiva da região onde estão inseridas as Indicações Geográficas.

Entretanto, o Brasil possui imenso potencial para identificação de produtos da sociobiodiversidade e produções de contextos tradicionais, por ser notória a diversidade cultural e produtiva nacional com grandes possibilidades em termos de negócios, principalmente aqueles que apresentam qualidades diferenciadas decorrentes de características culturais e de aspectos técnicos, geográficos e climáticos, que podem ter forte relação com sua origem geográfica (BRASIL, 2010a; REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017). Esse fato levou a um crescimento significativo do número de Indicações Geográficas já reconhecidas e em processo de reconhecimento junto ao INPI nos últimos anos. Reis (2015) ressalta que a associação da IG ao patrimônio não se restringe apenas às produções de contextos tradicionais, por envolver também diferentes tipos de produtos e atender a diferentes perfis de produtores e volumes de produção.

No nordeste brasileiro, apesar da diversidade da produção do local, composta especialmente de produtos tradicionais, o registro de IG ainda é insignificante, abrangendo até o momento apenas 14 concessões, na sua grande maioria de produtos agrícolas (BRASIL, 2019a). No Ceará foi registrada apenas uma IG certificada de Denominação de Origem (Camarão da Costa Negra), a despeito do grande potencial do Estado para ingressar com o pedido de reconhecimento de IG junto ao INPI pelos produtos diferenciados de algumas de suas regiões, assim considerados pela tradição familiar ou comunitária que caracteriza o modo de produção utilizado, pelas condições edafoclimáticas do local e pela incorporação de práticas muitas vezes únicas de produção conferindo-lhes destaque, como nos casos do Queijo Coalho de Jaguaribe, objeto deste estudo, do Café Sombreado do Maciço de Baturité, da Rede de Jaguaruana, da Cachaça de Viçosa e da Manta de Carneiro de Tauá.

No entanto, o processo de implantação de reconhecimento dessas potenciais Indicações Geográficas não consegue avançar, mesmo com o envolvimento de alguns agentes públicos e privados como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e o Serviço Brasileiro

de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e associações de produtores locais.

Para Oliveira *et al.* (2009), a garantia do reconhecimento da origem e da qualidade dos produtos regionais é uma das principais formas de assegurar sua proteção, e assim de preservar a reprodução de processos produtivos do "saber-fazer", concorrendo para a sustentabilidade econômica da atividade dos produtores envolvidos. Sabe-se que a origem dos produtos alimentícios sempre foi motivo de interesse dos consumidores. Esse interesse vem crescendo à medida que aumenta a consciência sobre restrições ambientais e sobre a responsabilidade social quanto à produção e à segurança alimentar. Ademais, o consumidor está cada vez mais motivado a consumir produtos diferenciados pela sua singularidade e pela tradição, inclusive os que se originem de um modo de produção específico de alguma cultura (GLASS; CASTRO, 2009).

Dito de outro modo, num ambiente de crescente competição, principalmente no setor agroalimentar, em que predominam as grandes cadeias globais, a presença de pequenos produtores só será viabilizada com a diferenciação de seus produtos e a diversificação dos seus canais de venda. Nesse contexto, as Indicações Geográficas se tornam uma das fontes potenciais de vantagens competitivas para os pequenos produtores (ALAVOINE-MORNAS, 1997; GIOVANNUCCI, 2008; HAYES; LENCE; STOPPA, 2003). Mascarenhas e Wilkinson (2013) ressaltam que, apesar do potencial das Indicações Geográficas, existem diversos fatores que podem contribuir para o baixo número de IG em países em desenvolvimento, como por exemplo a falta de conhecimento da população, a inexistência ou insuficiência de aparato legal, a falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, a inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão ao consumo de tais produtos por causa de seus preços diferenciados.

Entretanto, o processo de implantação de uma IG exige arranjos institucionais e produtivos "permeados por um tipo de governança inerente à região em que se localiza" (DUTRA, 2009). Além disso, não é um processo linear, mas complexo, por abranger atividades múltiplas que demandam a atuação ordenada de agentes multi e interdisciplinares, envolvendo políticas públicas específicas, apoio de instituições de pesquisa, compartilhamento de experiências e de aprendizagem coletiva de setores

público e privado, entre outros aspectos (VELLOSO, 2008; VIEIRA; ZILLI; BRUCH, 2016). Por conta dessa complexidade, Velloso *et al.* (2010) apontam para a necessidade da realização do mapeamento dos processos-chave e da mobilização e da participação dos atores locais, que devem se comprometer a compartilhar e utilizar diferentes conhecimentos nos produtos e serviços daquela região.

Dupim (2015) ressalta que os ganhos proporcionados pela utilização de IG em produtos ou serviços, quando aliados à identificação de qualidade por parte dos consumidores podem assumir um relevante papel no desenvolvimento econômico local pela promoção dos produtos regionais, o que, por consequência, pode vir a beneficiar toda a cadeia produtiva, assim como as comunidades envolvidas. Tais vantagens conjugadas a políticas públicas de desenvolvimento podem possibilitar o resgate de práticas tradicionais e conferir visibilidade às localidades antes esquecidas.

Segundo o Centro de Comércio Internacional (ITC – sigla para *International Trade Centre*, 2009), as IGs não apenas indicam uma ligação entre o produto e o seu lugar específico de origem, mas também entre os métodos empregados em sua produção e as qualidades únicas que os distinguem. Aspectos implícitos como credibilidade e autenticidade no mercado fazem parte do conceito de IG. Produtos distinguidos por Indicação Geográfica adquirem importante reputação em países de economia avançada como a França e os Estados Unidos assim como também na Índia e no México. No entanto, ainda há muito que aprender sobre as razões de algumas serem bem-sucedidas e outras não.

Estudos empíricos a respeito do processo vivenciado por entidades que tentam obter o reconhecimento de Indicação Geográfica de Procedência ou Denominação de Origem que mostrem os entraves a esse processo são escassos na literatura brasileira, embora sejam de fundamental importância para alavancar o desenvolvimento das Indicações Geográficas no País. A maioria dos estudos trata da importância das IGs para o desenvolvimento local, destacando-se os realizados por Cerdan (2013), Lima, Giesbrecht e Lima (2007), Pereira e Vieira (2014), Velloso (2008) e Vieira e Pellin (2014). Existem diversos outros autores que tratam das IGs brasileiras em estudos de casos, mas não diretamente associados a entraves ao processo de implantação de uma IG (BELAS; WILKINSON, 2014; BRANCO *et al.*, 2015; REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017; SOUZA *et al.*, 2015). Outras pesquisas

tratam de questões institucionais e governança no processo de implantação de uma IG (NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017; VIEIRA; ZILLI; BRUCH, 2016; WILKINSON; CERDAN; DORIGON, 2015).

Quando se trata do Queijo Coalho de Jaguaribe, verifica-se a existência de alguns estudos como o de Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), que faz uma abordagem dos diferentes aspectos que envolvem o Queijo Coalho artesanal bem como o relato da história e tradição do produto, destaca a sua importância socioeconômica e descreve o processo de elaboração, entre outros aspectos, e o de Ulisses (2016), que se refere ao dilema da aceitação ou não do entendimento do processo no qual produtores de queijo artesanal do município de Jaguaribe-CE passaram/passam desde as últimas décadas do século XX buscando adaptar suas produções às chamadas “Boas Práticas de Fabricação”, e a como utilizaram/utilizam a perspectiva da “patrimonialização” do “saber-fazer” como elemento distintivo no mercado dos produtos artesanais. Contudo, observa-se uma lacuna investigativa no conhecimento acerca do processo e das dificuldades de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, tendo em vista que há uma discussão sobre esse assunto entre associação de produtores e instituições públicas e o processo não avança, o que motivou o desenvolvimento deste estudo. Partindo dessa premissa, tem-se o seguinte questionamento: Por que não se consegue avançar na implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, quais são os principais entraves e desafios e qual o papel dos agentes locais envolvidos?

O Queijo Coalho de Jaguaribe, segundo Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), apresenta especificidade que está diretamente relacionada ao saber-fazer (“*savoir-faire*”). É dessa forma que o produto artesanal tem se tornado uma iguaria muito apreciada na região Nordeste e com potencial para alcançar outros mercados. Tem tradição e vem sendo associado a alguns fatores com características sensoriais, além de ser reconhecido como iguaria típica da região Nordeste, fazendo parte das refeições diárias, seja como complemento alimentar ou como petisco. Consiste em relevante valor socioeconômico e cultural, cujas bases encontram-se na história do pecuarista do semiárido, que se transmite de pai para filho, em que este último segue mantendo a tradição, produzindo queijo de forma artesanal, utilizando os conhecimentos práticos construídos através de gerações.

Nesse cenário, a implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe passa a ter uma importância estratégica, pois se constitui em ferramenta de valorização e de garantia da qualidade diferenciada do produto, possibilitando formas de geração de renda para os pequenos produtores da região, podendo ainda expandir o mercado em nível nacional, tornando-o mais competitivo (ALTMANN, 2006).

Conforme já ressaltado, alguns órgãos públicos têm desenvolvido ações na tentativa de conseguir o selo de IG, seja de Procedência ou de Denominação de Origem, para esse produto. Portanto, é importante avaliar o modo como os atores sociais estão envolvidos no processo de implantação dessa Indicação Geográfica – ou na busca da diferenciação e produção do seu produto – com relação ao território. Essa avaliação deve levar em consideração aspectos como a mobilização e motivação dos atores, o envolvimento de instituições e da comunidade, a articulação da associação dos produtores com outros setores e atores, suas estratégias, o reconhecimento e a valorização de recursos territoriais, as opiniões dos diferentes atores com relação ao “projeto IG” e o “modo de governança” territorial.

2 OBJETIVOS

Apresentam-se, na sequência, os objetivos geral e específicos que irão nortear o desenvolvimento desta pesquisa.

2.1 Objetivo geral

Analisar o processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE, apontando os entraves e desafios.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar as características relevantes e o potencial de IG, considerando os critérios de determinação da área de Indicação Geográfica e a diferenciação do produto;
- Analisar os principais entraves e desafios que impedem o avanço do processo de institucionalização/implantação dessa IG; e
- Avaliar como se dá a participação dos agentes institucionais locais envolvidos no processo de implantação da Indicação Geográfica.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico da presente pesquisa foi estruturado em seis tópicos, a saber: Conceitos e origens das Indicações Geográficas; A importância das Indicações Geográficas para a localidade; O processo de implantação de uma IG; Principais entraves e desafios ao processo de implantação/implementação das Indicações Geográficas no Brasil; O panorama das Indicações Geográficas no Brasil; e Potencial de Indicação Geográfica no estado do Ceará.

3.1 Conceitos e origens das Indicações Geográficas

As Indicações Geográficas são estratégias inovadoras que se constituem em formas especiais de proteção aos produtos, visando, principalmente, à distinção de origem de um produto por meio da identificação da sua área de produção. Com a globalização da economia, as Indicações Geográficas possibilitam a preservação das características locais e regionais dos produtos, valorizando e atestando seus níveis de qualidade, que podem ser frutos dos fatores naturais de uma área determinada e/ou de fatores provenientes da intervenção humana (GOLLO; CASTRO, 2015; TONIETTO, 2003).

Em conformidade com o entendimento de Caldas (2011), a Indicação Geográfica (IG) é uma modalidade de Propriedade Intelectual usada para identificar a origem de produtos ou serviços quando o local tenha se tornado conhecido ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deva à sua origem. O autor esclarece ainda que as IGs são normatizadas por organismos internacionais como a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi).

Essa normatização recomenda aos indivíduos os lugares nos quais determinadas mercadorias são produzidas e comercializadas, tendo em vista as características que as tornam únicas, atributos nos quais se evidenciam dois elementos preponderantes: a notoriedade do saber-fazer ligado às técnicas repassadas entre diferentes gerações da produção de um determinado produto, e as características físico-geográficas, que os franceses denominam de *terroir*,

abrangendo as particularidades físicas e ambientais que uma localidade, região ou território apresentam e que se encontram presentes nos produtos por meio dessas características ligadas a aspectos pedológicos (solo), clima, vegetação, entre outros (KRUCKEN, 2009).

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi), conhecida pela sua denominação em inglês *World Intellectual Property Organization* (WIPO, 2009), define Indicação Geográfica como um signo aplicado em produtos que têm uma origem geográfica definida com precisão – um território demarcado pode-se dizer. Para ter um selo, o produto deve revelar qualidade ou notoriedade adquirida ao longo do tempo, no seu local de origem. Na maior parte dos casos, a IG consiste no nome do lugar de origem do produto (WIPO, 2009). Todavia, para que um selo funcione como uma IG é preciso que a legislação nacional de cada país-membro contenha as disposições concernentes e também que os consumidores tenham conhecimento da qualidade enunciada e confiem no selo. As Indicações Geográficas podem ser aplicadas a uma grande variedade de produtos, com destaque para os produtos agrícolas.

O conceito de Indicações Geográficas, área do direito de propriedade intelectual bastante discutida e aplicada em regiões da Europa e dos Estados Unidos, difundida no Brasil apenas na década de 2000, aplica-se a produtos com origem geográfica bem definida (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012). O desenvolvimento desse conceito aconteceu de forma lenta e natural, seguindo o transcurso da história, iniciando quando produtores, comerciantes e consumidores passaram a identificar alguns produtos de determinados lugares por apresentarem qualidades particulares, atribuíveis à sua origem geográfica, e começaram a denominá-los com o nome geográfico que indicava sua procedência (REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017). Na Antiguidade destacavam-se certos produtos, como vasos de barro durante o Império Romano, já as cidades-estados gregas procuravam adotar mecanismos que garantissem a origem dos seus produtos, o que revelaria sua qualidade de forma intrínseca (GLASS; CASTRO, 2009; REZENDE; SILVA; DANIEL, 2017). O Queijo Roquefort, por exemplo, adquiriu a notoriedade que o caracteriza sob o nome de seu local de origem desde o século XIV (CALDAS; CERQUEIRA; PERIN, 2005; REIS, 2015).

Quando se trata de Indicações Geográficas, a França tem importância histórica por ter sido pioneira no desenvolvimento de indicadores que caracterizavam produtos de qualidade, tornando-os referência mundial, instituindo um dos primeiros selos certificadores da qualidade dos alimentos denominado de Apelação de Origem Controlada (AOC), criado para regulamentar e proteger o uso dos nomes geográficos que designam produtos alimentares e agrícolas, tornando-se o mais antigo selo oficial de qualidade naquele país (BRANDÃO, 2014; LIMA; GIESBRECHT; LIMA, 2007; REIS, 2015; VIEIRA; ZILLI; BRUCH, 2016). No entanto, Soeiro (2005) afirma que Portugal seria pioneiro na IG por estabelecer legalmente o sistema de proteção da Denominação de Origem com o Vinho do Porto, em 1756.

Atualmente, na Europa existem milhares de produtos agropecuários com certificados de Indicações Geográficas, tais como o Espumante Champagne, os Vinhos Bordeaux e os Queijos Roquefort e Camembert, da França; o Vinho da região do Porto e o Queijo da Serra da Estrela, em Portugal; o Presunto de Parma e o Queijo Grana Padano, na Itália; o Azeite de Oliva dos Montes de Toledo e o Açafrão da Mancha, na Espanha. Já na América Latina encontra-se o Café da Colômbia, o Pisco do Peru, a Tequila e o Café de Vera Cruz, no México, e os famosos Charutos de Cuba. A África tem o Óleo de Oliva de Aragan e o Abacaxi da Guiné. Já na Ásia cita-se o Vinho Amarelo de Shaixing, da China, e o Chá do Sri Lanka (LIMA; GIESBRECHT; LIMA, 2007).

No Brasil, a noção de Indicação Geográfica (IG) surgiu gradativamente, quando produtores e consumidores passaram a perceber que alguns produtos provenientes de determinadas localidades apresentavam sabores ou qualidades peculiares, nem melhores nem piores, mas típicas, diferenciadas, jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local (TAHIM; ARAÚJO JÚNIOR, 2012). A primeira IG brasileira foi a Vale dos Vinhedos, que no ano de 2002 obteve do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) o registro de Indicação de Procedência (IP).

Vieira, Zilli e Bruch (2016) ressaltam que no Brasil a proteção de IG até 1996 se dava de forma negativa, por reprimir a falsa indicação de procedência. No entanto, o País, ao aderir à ata final da Organização Mundial do Comércio (OMC) que acompanha o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, do inglês *Agreement on Trade-Related Aspects of*

Intellectual Property Rights (Trips), passa a internalizar uma nova concepção de Indicação Geográfica de Procedência. Para adequar o marco regulatório brasileiro, foi promulgada a Lei nº 9.279/96 (Lei de Propriedade Industrial), que define dois tipos de registros possíveis para IG, a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO) (BRASIL, 1996). Essas denominações aplicam-se a depender das características do produto a ser certificado. Os artigos 177 e 178 da Lei nº 9.279/96 (BRASIL, 1996) tratam respectivamente da Indicação de Procedência e da Denominação de Origem, definindo como Indicação de Procedência (IP) "[...] o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço", e considerando Denominação de Origem (DO) "[...] 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".

O Quadro 1, a seguir, apresenta as distinções existentes entre as duas modalidades de Indicações Geográficas.

Quadro 1 — Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação de Procedência

Itens	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto. A delimitação da zona de produção é indispensável.	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial. A delimitação da zona de produção é indispensável.
Renome/Prestígio	Indispensável.	Não necessariamente indispensável.
Uniformidade da Produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características.	Pode ser aplicada a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o lugar de produção ou o centro de distribuição.

Regime de Produção	Há regras especificas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos. Os próprios produtores (ou terceiros contratados) determinam os padrões de produção.	Não existe uma disciplina de produção à qual devam ser submetidos os produtos.
Constância das Características	Os produtos devem conservar o mínimo de qualidade e constância em suas características. Os próprios produtores (ou terceiros contratados) por amostragem acompanham a constância qualitativa.	Não implica um nível de qualidade determinada nem a constância das características.
Volume de Produção	Há (na prática deveria haver) um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto.	Não existe limite de produção.

Fonte: Brasil (2010b).

Para se obter tanto a Indicação de Procedência quanto a Denominação de Origem é necessária a formalização do pedido de registro da Indicação Geográfica, via processo documental de comprovação junto ao INPI.

Entre as vantagens do reconhecimento de uma IG destacam-se: diferenciação de produtos, que se tornam mais valorizados, lucrativos ou geradores de renda fundiária; demanda mais estável em virtude da confiança do consumidor; facilidade da colocação do produto no mercado, em relação à concorrência com outros produtores que praticam preço e qualidade inferiores; estímulo ao aperfeiçoamento do produto, à melhoria da qualidade, ao aumento de investimentos na própria zona de produção – melhorias tecnológicas resultantes de inovações de produtos e de processos, objeto de pesquisa e desenvolvimento (P&D); e consolidação de vantagens competitivas, inclusive no mercado internacional. Entre essas, identifica-se o funcionamento da IG opera como possibilidade de valoração do produto do território (REIS, 2015).

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BRASIL, 2010a) elenca algumas vantagens de se estabelecer uma IG:

a) aumento do valor agregado do produto e da renda do produtor, bem como fortalecimento da IG e identificação do produto pelo consumidor como sendo de qualidade e procedência certificada;

b) valorização e reconhecimento do território e preservação da personalidade dos produtos originários do local, que constituem um patrimônio típico de cada região e/ou país;

c) disponibilização ao consumidor de condição favorável à identificação do produto pelos métodos de produção, fabricação e elaboração, em termos de identidade e tipicidade da região;

d) melhoria na comercialização dos produtos, facilitando o acesso ao mercado por meio de uma identificação especial (IP ou DO); e

e) facilitação do marketing por intermédio da IG, que é uma propriedade intelectual coletiva, com vantagens em relação à promoção baseada em marcas comerciais, o que facilita o combate à fraude, ao contrabando, à contrafação e às usurpações, favorecendo as exportações e protegendo os produtos contra a concorrência desleal externa.

Caldas (2011) assegura que as Indicações Geográficas, além de serem instrumentos jurídicos eficazes, são também um meio eficaz para identificar e assegurar a qualidade de um produto elaborado em um território, região ou localidade com características específicas, homogêneas e bem demarcadas, com o objetivo de garantir sua procedência e, o mais importante, firmar a relação de confiança que se estabelece entre o consumidor, o produtor e o seu local de produção.

3.2 A importância das Indicações Geográficas para a localidade

É notório o conhecimento de que o uso das Indicações Geográficas como ferramenta de desenvolvimento local é motivo de muitos estudos na literatura que incluem discussões sobre seus efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

O conceito de Indicação Geográfica vem se consolidando ao longo dos anos como instrumento de proteção e valorização de produtos locais. Muitos estudos enfatizam o papel das IGs como instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, de proteção e promoção comercial de produtos tradicionais, considerando-

as como forma de utilizar vantagens comparativas locais para impulsionar o desenvolvimento das regiões e localidades (DUPIM, 2015).

A IG, por ser um ativo que atesta reputação, características ou qualidades de um bem associado a um meio geográfico específico, cria uma noção de produtos típicos e tradicionais, agregando valor aos mesmos. É a partir da necessidade de valorização e proteção desses produtos característicos que os atores locais buscam o reconhecimento da IG (MARINS; CABRAL, 2015).

Conforme descrito pelo Centro de Comércio Internacional (ITC – sigla para *International Trade Centre*, 2009), são benefícios advindos do reconhecimento de Indicações Geográficas, no que tange ao desenvolvimento local, o aumento do emprego e a melhoria da qualidade de vida, sobretudo no ambiente rural. As IGs oferecem aos produtos a estrutura necessária à preservação dos valores culturais, tradicionais e ambientais que os caracterizam.

Nesse sentido, são considerados quatro componentes essenciais para o sucesso de qualquer IG, como apontados pelo Centro de Comércio Internacional (ITC, 2009):

> 1.Estruturas organizacionais e institucionais sólidas para manter, comercializar e controlar a IG. E isso inclui a identificação e demarcação justa de uma IG; a organização de práticas e padrões e o estabelecimento de um plano para proteger e comercializar as IG. Exige assim a criação de instituições e estruturas de gestão locais, com métodos participativos de cooperação e participação de longo prazo.
> 2. Participação igualitária dos produtores e empresas da região da indicação geográfica que compartilham não somente os custos e benefícios, mas também o controle e as decisões sobre seus bens coletivos.
> 3. Fortes parcerias de mercado que se comprometam a promover e comercializar os produtos de IG. Muito do sucesso da IG no mercado é resultado das relações comerciais e dos esforços de marketing dos parceiros a longo prazo.
> 4. Proteção jurídica eficaz, incluindo um forte sistema nacional de IG. Escolha cuidadosa dentre as opções de proteção para permitir um controle eficaz e sua aplicação nos mercados relevantes para diminuir as possibilidades de fraude que pode comprometer a reputação dos produtos identificados pela IG, bem como sua validade. (ITC, 2009).

Embora as IGs tenham algumas características particulares, elas são fundamentalmente bens coletivos. E, por afetarem pessoas e recursos de uma região, é essencial que a governança e a proteção legal sejam estruturadas para atender ao maior número de produtores e evitar privilégios exclusivos a um grupo reduzido.

Segundo Mascarenhas e Wilkinson (2013), as IGs podem servir de estruturas úteis para impulsionar uma forma integrada de desenvolvimento rural que pode facilitar a participação igualitária de todos os atores integrantes. Entretanto, para que o processo de implementação de uma IG ocorra de forma efetiva é preciso que se consolide uma rede de atores atuando de forma integrada e estruturada. Conforme discorrem Valente *et al.* (2013), essa organização é fator essencial para a constituição de uma IG, que precisa construir uma forte dinâmica entre os atores locais, que em conjunto atuam nas etapas de elaboração do regulamento de uso; delimitação da área geográfica; comprovação de que a região se tornou conhecida como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço; e realização de estudos sobre a influência do meio geográfico na qualidade ou características do produto ou serviço, que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

Segundo Gebrim (2011), a importância e a função da Indicação Geográfica (IG) estão na proteção que oferece ao produtor contra a concorrência desleal, a usurpação do nome do produto, e na garantia ao consumidor da procedência e da qualidade. Dullius (2009) aponta que os objetivos básicos da IG são os de proteger os produtos originados dela, bem como sua denominação geográfica. Para isso, tanto os produtores quanto os consumidores são beneficiados. A IG também proporciona o desenvolvimento socioeconômico da região, a valorização do patrimônio cultural e o incremento do turismo. As vantagens da obtenção do selo nem sempre vêm do acréscimo do preço de venda do produto, mas da maior estabilidade desses preços, da abertura de mercados, da melhoria qualitativa e padronização dos produtos e do desenvolvimento e potencialização do agroturismo.

Silveira e Vargas (2007) destacam que os produtores são os maiores beneficiados com o registro de IG em razão da valorização do espaço de produção e dos produtos comercializados, da proteção do nome geográfico em relação a outros produtores não vinculados à área de produção delimitada, da preservação de particularidades de produtos regionais, do estímulo à melhoria qualitativa dos produtos devido aos controles sobre a produção ou elaboração de investimentos no local de produção. Esses fatores podem influenciar no valor agregado, pela facilidade que conferem de identificação em relação aos outros produtos de qualidade inferior, o que

torna mais estável a demanda do produto pela confiança transmitida ao consumidor, facilitando o acesso ao mercado na forma de uma marca coletiva e de renome.

Para Dullius (2009), as IGs constituem uma importante ferramenta para o desenvolvimento territorial, pois permitem que os territórios promovam seus produtos mediante a autenticidade da produção ou as peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores oriundos do território. Além disso, possibilitam a preservação da biodiversidade, do conhecimento regional e dos recursos naturais, oferecem contribuições positivas para a economia local e dinamizam a região. Kakuta *et al.* (2006) acrescentam que as IGs desempenham um importante papel nas áreas onde é baixo o volume de produção e escala, podendo ajudar a manter e desenvolver as atividades de produção, buscando agregar valor ao produto.

Borda (2008) afirma que

> Indicações geográficas representam um importantíssimo diferencial competitivo, principalmente no contexto da globalização da economia. [...] É fundamental conscientizar o empresariado brasileiro para as possibilidades de ganho de competitividade por meio das indicações geográficas. Dadas as dimensões e a grande quantidade de recursos de nosso país, pode se afirmar que há um potencial enorme de produtos em condições de ostentar uma indicação geográfica. Com isso, o Brasil colocaria no mercado um número cada vez maior de produtos de maior valor agregado e com procedência definida. (BORDA, 2008).

Tanto o selo de Denominação de Origem quanto o de Indicação de Procedência trazem algumas vantagens à população e à região onde os produtos estão inseridos, vantagens essas associadas às mudanças regionais. Para Kakuta *et al.* (2006), os benefícios do uso da Indicação Geográfica estão baseados no(a):

a) Proteção: ao patrimônio nacional e econômico das regiões, ao manejo dos recursos utilizados na fabricação dos produtos e aos próprios produtos; aos produtores, ao não permitir que os outros produtores, não incluídos na zona de produção delimitada, utilizem a indicação; à riqueza da variedade e da imagem de seus produtos.

b) Desenvolvimento Rural: manutenção da população nas zonas rurais; geração de empregos; vitalização das zonas rurais (mediante o crescimento do turismo); satisfação do produtor, orgulho da relação produto e produtor; contribuição

para a preservação das particularidades e a personalidade dos artigos, que se constituem em um patrimônio de cada região.

c) Benefícios baseados na promoção e facilitação de exportação: garantia de produtos de notoriedade, originais e de qualidade; afirmação da imagem autêntica de um artigo; reconhecimento internacional; facilidade de presença do produto no mercado; acesso ao mercado por intermédio de uma marca coletiva e de renome; identificação do produto pelo consumidor entre outros artigos; estímulo à melhoria qualitativa dos produtos.

d) Benefícios baseados no desenvolvimento econômico: aumento do valor agregado dos artigos; incremento do valor dos imóveis da região; estímulo aos investimentos na própria zona de produção; impulso ao desenvolvimento de outros setores (KAKUTA *et al.*, 2006).

Portanto, Indicações Geográficas permitem que regiões promovam seus produtos criando valor local, beneficiando a comunidade, tornando-se ferramenta de desenvolvimento. Seu papel é ainda mais importante em áreas onde há baixos volumes de produção e escala, geralmente em função da tradicionalidade da produção. Nesse caso, busca-se agregar valor a essa tipicidade. IG também é ferramenta para preservação da biodiversidade, conhecimento regional e recursos naturais (KAKUTA *et al.*, 2006).

No Quadro 2, a seguir, são mostradas as repercussões no desenvolvimento local e as repercussões de caráter mercadológico geradas por uma Indicação Geográfica.

Quadro 2 — Repercussões no desenvolvimento local e no mercado geradas por uma IG

Repercussões no desenvolvimento local/regional	**Repercussões de caráter mercadológico**
• Traz satisfação ao produtor que vê seus produtos comercializados com a IG que corresponde a seu local de trabalho, valorizando sua propriedade.	• Aumenta o valor agregado dos produtos e/ou gera maior facilidade de colocação no mercado. Os produtos ficam menos sujeitos à concorrência com outros produtos de preço e qualidade inferiores.
• Estimula investimentos na própria zona de produção, melhorias tecnológicas nos processos produtivos, etc.	• Melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança do consumidor que, sob o
• Aumenta a participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos	

e estimula a elevação do seu nível técnico.	selo IG, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais.
• Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que esses são submetidos a controles de produção e elaboração.	• Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto entre outros, inclusive de preços inferiores.
• Contribui para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região/país.	• Oportuniza mecanismos legais contra fraudes e usurpações, facilitando a ação contra o uso indevido da IG.
• Possibilita desenvolver atividades paralelas à produção reconhecida com IG, como por exemplo, o turismo.	

Fonte: Adaptado de Gollo e Castro (2008) e de Pellin (2019).

3.3 O processo de implantação de uma IG

O Brasil, especialmente em função da diversidade cultural, dos ecossistemas tipificados e da tradição gastronômica e produtiva brasileira, tem condições de implantar e implementar inúmeras Indicações Geográficas. Ao longo do tempo, as Indicações Geográficas podem vir a apresentar uma importância socioeconômica similar à que existe nos países da Europa. Para que isso ocorra, é necessário que se estabeleça uma política de estímulo ao desenvolvimento das Indicações Geográficas, bem como se avance no regramento legal. Os governos, os produtores e as instituições representativas dos setores produtivos devem estar envolvidos. Há a necessidade de se criar competências nessa temática, internalizar conceitos, identificar regiões/produtos potenciais e trabalhar para que essas possíveis Indicações Geográficas sejam estruturadas e reconhecidas (KAKUTA *et al*., 2006).

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

O processo de institucionalização de uma IG, que compreende, entre outras iniciativas, por exemplo, a formalização das normas que compõem o Regulamento de Uso, é uma das formas de garantir a qualidade e consolidar a identidade da IG, bem

como de oportunizar o seu reconhecimento pelo mercado, fortalecendo os produtores locais e contribuindo para o desenvolvimento social e econômico da região.

Além disso, sabe-se também que *o* processo de implantação e regulamentação de uma Indicação Geográfica é longo e dispendioso, e que a definição do regulamento de uso é uma questão complexa, uma vez que cada regra estabelecida implica risco de exclusão, seja por requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas, que podem acarretar custos e investimentos adicionais aos produtores.

Segundo Tahim e Araújo Júnior (2012), a definição das normas sobre as condições para a obtenção das características particulares do produto se dá por meio de um órgão de controle. Essas normas são uma etapa-chave na implementação de uma IG. Elas devem ser claramente descritas e controladas, consistindo no resultado do processo de decisão entre os membros da cadeia produtiva. As etapas devem levar em consideração, prioritariamente:

1) **Reconhecimento pelos produtores da necessidade de agregar valor aos produtos de forma coletiva:** Essa etapa necessita de um forte envolvimento e participação dos atores, bem como das pessoas envolvidas na sua gestão. A atuação é voluntária e coletiva apoiada por uma associação. O termo “associação” nesse contexto corresponde a qualquer organização de produtores e/ou transformadores relacionados com o produto, seja qual for a forma jurídica de sua constituição ou sua composição. A associação deverá representar as diferentes categorias de agentes que participam na cadeia do produto. A associação é o principal interlocutor da autoridade encarregada das Indicações Geográficas em escala nacional;
2) **Identificação dos valores tradicionais nos produtos de determinado local:** Essa etapa consiste no levantamento histórico-cultural da região. Abrange a obtenção de informações e elementos comprobatórios de que a região tem notoriedade para se tornar uma IG. É importante o levantamento de evidências concretas desse reconhecimento. Informações em reportagens de jornais, entrevistas, fotografias, livros, enfim, registros concretos podem demonstrar desde quando a região passou a ser conhecida pela produção do produto em estudo. Esse levantamento servirá de base para a elaboração de estudos mais detalhados destinados à delimitação da área geográfica da IG (etapa 5);

3) **Determinação dos produtos com o nome geográfico de sua procedência:** Essa etapa envolve a caracterização do produto e a garantia da sua qualidade. Deve-se definir e documentar cada etapa do processo de produção com o objetivo de garantir a tipicidade do produto. Todos os métodos de verificação e rastreabilidade, as características do produto, até a forma de apresentação ao consumidor devem ser descritos com detalhes. Esse detalhamento deverá ser definido e acordado entre os produtores e comporá as regras que deverão ser seguidas pelo produtor, estabelecido dentro da área delimitada, para poder usar o selo IG em seu produto. Tahim e Araújo Júnior (2012) ressaltam que as regras aqui estabelecidas irão compor o Regulamento de Uso. Nessa etapa também poderá ser discutida a logomarca ou sinal gráfico a ser utilizado para caracterizar a IG;
4) **Proteção estatal ao produto:** Após a identificação do produto potencial ocorre o preparo para o processo de reconhecimento da IG. Destaca-se em todas essas etapas a importância da validação. Para que os produtos sejam reconhecidos como sendo característicos, devem apresentar qualidade e as características regionais, além do conhecimento tácito compartilhado entre os atores sobre a IG aplicado no cultivo, garantindo a qualidade do produto no território determinado. Deve-se ressaltar também que o registro de uma IG é um exercício voluntário e coletivo. Determinadas regras são fundamentais para que haja confiabilidade em relação ao produto adquirido pelo consumidor com esse “selo”. Algumas regras específicas são determinadas no processo de elaboração do regulamento de uso do nome geográfico. Um dos componentes principais fundamenta-se na credibilidade, que está baseada na capacidade da região de fornecer um produto com a tipicidade e a qualidade consistentes com as características daquela região, atendendo às expectativas do consumidor;
5) **Delimitação da área de procedência:** A delimitação geográfica considerará aspectos diferenciados para a Indicação de Procedência e para a Denominação de Origem. Somente os produtores instalados dentro da área delimitada da IG poderão concorrer à utilização do selo;
6) **Descrição com exatidão das características do produto:** A definição de normas sobre as condições para a obtenção das características particulares do produto se dá por meio de um órgão de controle. Essas normas são uma etapa-chave na

implementação de uma IG e devem ser claramente descritas e controladas; elas são o resultado do processo de decisão entre os membros da cadeia produtiva;

7) **Registro Legal do nome;**
8) **Implantação do Conselho Regulador:** Essa é uma das etapas mais importantes no processo de implantação de uma IG. Esse Conselho deverá orientar e controlar a produção, a elaboração e a manutenção da qualidade dos produtos amparados pela IG conforme as regras definidas;
9) **Análise da capacidade produtiva da região:** Um dos componentes principais fundamenta-se na credibilidade, que está baseada na capacidade da região de fornecer um produto com tipicidade e qualidade consistentes com as características daquela região, atendendo às expectativas do consumidor;
10) **Gestão da abertura de novos mercados;**
11) **Comunicação ao mundo de seus diferenciais;**
12) **Reconhecimento público dos diferenciais dos produtos como valores distintivos; e**
13) **Atenção à regulamentação de direitos e obrigações nacionais e internacionais de propriedade intelectual.**

A implantação de uma Indicação de Procedência como reconhecimento de uma região, significa a identificação de características especiais em suas dimensões geográficas e histórico-culturais que apresentam forte apelo mercadológico. Isso faz com que os produtos originados na área geográfica conquistem vantagens mercadológicas em relação aos seus concorrentes, fixando a marca, aumentando a fidelidade dos consumidores, a demanda e, consequentemente, gerando empregos e renda para a comunidade onde está inserida (CRUZ *et al.*, 2008).

Por sua vez, a IG de Denominação de Origem promove a construção de qualidade perceptiva e o acesso a mercados diferenciados, associando as características dos produtos às singularidades naturais, culturais, organizacionais e tecnológicas do território, sendo amparada por uma entidade certificadora, responsável por garantir as qualidades citadas.

Nesse caso, Valente *et al.* (2013) afirmam que a delimitação de uma IG pode ser distinta e vai depender de alguns fatores determinados pelo tipo de IG pretendida (IP ou DO), do grau de transformação e dos fatores que conferem o diferencial ao

produto conforme pode ser visto no Quadro 3.

Quadro 3 — Requisitos mínimos sugeridos para o início do registro de Indicação Geográfica

Quesito	Fatores	Características
Delimitação da área de Indicação Geográfica	Humanos	**Saber-fazer –** materiais, métodos e técnicas utilizados para a produção do produto são particulares, únicos, ou seja, são peculiares àquela atividade e àquela região.
		Tradição – existe uma tradição produtiva na região possível de ser comprovada documentalmente.
		Tipicidade – o processo produtivo ou produto é típico da região, característico do local, podendo não ser encontrado, com as mesmas características, em outras localidades.
	Naturais	**Clima –** exerce influência sobre as características e a qualidade do produto, tornando-o distinto.
		Solo – pode exercer influência sobre a produtividade do produto.
		Vegetação – pode exercer influência sobre as características e a qualidade do produto, tornando-o distinto.
		Relevo – pode exercer influência sobre a produtividade do produto.
Diferenciação do produto	Notoriedade	Ser um produto percebido como tendo qualidade diferenciada, distinto, famoso, seja por fatores humanos, seja por naturais.

Fonte: Rezende *et al.* (2015) adaptado de Valente *et al.* (2013).

Também o INPI, por intermédio da Instrução Normativa nº 25/2013 (BRASIL, 2013a), estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas:

> I – o nome geográfico;
> II – a descrição do produto ou serviço;
> III – instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, na forma do art. 5º;
> IV – regulamento de uso do nome geográfico;
> V – instrumento oficial que delimita a área geográfica;
> VI – documentos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço;
> VII – documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação de Procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a Indicação de Procedência;
> VIII – documento que comprove estarem os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo,

> efetivamente, as atividades de produção ou prestação do serviço. O saber-fazer, vinculado a um determinado lugar de produção, é objeto também normatizado pelos organismos internacionais, a exemplo da Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, adotada pela 17ª Conferência Geral da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), realizada em Paris, em 1972.

O regulamento de uso de uma IG refere-se a uma série de regras definidas e acordadas entre os produtores que estão inseridos dentro da área delimitada pela IG, as quais deverão ser seguidas para que eles possam usar a IG em seus produtos (BRASIL, 2008). A extensão da área de abrangência deve delimitar, com muita precisão, o território onde se produz o produto original (GIESBRECHT; SCHWANKE; MÜSSNICH, 2011). A base territorial para obter o direito de usar uma IG representa o principal limite do sistema e deve estar estreitamente relacionada com a especificidade do produto e seu vínculo com a origem geográfica, não permitindo que nenhum outro produtor externo à área delimitada utilize o selo da IG (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS; STRENGTHENING INTERNATIONAL RESEARCH ON GEOGRAPHICAL INDICATIONS, 2010).

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

A concessão de uma Indicação Geográfica requer ainda uma entidade com representação coletiva para congregar os produtores do território. Assim, o grupo de produtores deve ser formalizado por meio de uma associação ou cooperativa, que, para Santos e Menasche (2015), talvez fosse interessante para sintetizar os processos organizativos de um território, favorecendo inclusive o aprimoramento dos processos já existentes para serem utilizados como vetores da criação de Indicações Geográficas. As autoras ressaltam ainda que, mesmo que não seja prática habitual em determinado território, a criação de um grupo formalizado pode ser uma

oportunidade para que os atores experimentem outras formas organizativas, que podem ser benéficas por lhes facilitar o acesso a políticas públicas que priorizam esse tipo de organização.

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

A partir dessas constatações parece evidente que a implementação de IG para um determinado produto ou serviço não é algo tão simples. A associação que representa os atores envolvidos terá a difícil tarefa de atender às expectativas de todos os interessados, e isso requer habilidade e competência das lideranças atuantes nesse processo. Nesse caso, o papel dos arranjos institucionais é fundamental no sentido de articular diversos atores interessados, apresentando como ponto crucial o papel da governança, que, entre outras coisas, deve sempre ter em mente que os interesses coletivos devem estar acima dos interesses particulares (PELLIN; SILVA, 2015).

3.4 Principais entraves e desafios ao processo de implantação/implementação das Indicações Geográficas no Brasil

Embora a literatura especializada demonstre que as IGs podem contribuir para fortalecer regiões economicamente frágeis ou pouco desenvolvidas, ainda existem suspeitas em relação à sua eficiência. Froehlich *et al.* (2012) destacam que existe forte desconfiança por parte de expressivos setores e atores ligados à agricultura familiar sobre a capacidade das IGs de promover o desenvolvimento, visualizando nelas um caráter inerentemente excludente, voltado ao favorecimento de grupos socioeconômicos já privilegiados (agronegócio), em função do tipo de mercado que permitem acessar e das condições para sua obtenção. De modo geral, processos de implantação/implementação de IG e sua consolidação podem representar tanto uma ameaça quanto uma oportunidade ao desenvolvimento territorial sustentável, promovendo (respectivamente) maior exclusão ou maior integração social. O seu resultado depende principalmente do modo de governança local, bem como da

mobilização de recursos territoriais, atividade na qual a associação assume o papel principal (VELLOSO, 2008).

Diversos estudos, embora não diretamente, têm demonstrado inúmeras dificuldades e entraves para a implantação de uma IG, refletindo as fragilidades do atual arranjo institucional e organizacional no Brasil (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014; NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017; SILVA *et al.*, 2012; VIEIRA; BRUCH, 2015; WILKINSON; CERDAN; DORIGON, 2015). As questões apontadas por esses autores a serem superadas no processo de implantação de uma IG são tanto de ordem prática como de ordem técnica. Silva *et al.* (2012) citam pelo menos três questões que podem criar obstáculos à institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. Os autores fazem ainda uma comparação entre os critérios utilizados no Brasil e na União Europeia para a concessão das Indicações Geográficas e apontam as diferenças mais significativas. A primeira delas se refere à falta de entendimento e articulação dos diversos órgãos nas discussões sobre IG, e os autores ressaltam que é necessário deixar mais claras as atribuições de cada órgão envolvido como Ministérios, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Universidades e Organizações Não Governamentais (ONGs), pois tais órgãos muitas vezes apresentam posições conflitantes e são incapazes de construir alianças entre os distintos atores implicados (SILVA *et al.*, 2012). Cabe destacar que além do INPI, o Sebrae e o Mapa também atuam com as Indicações Geográficas. No Mapa, o suporte técnico aos processos de obtenção de registro de IG cabe à Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) do Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (Depta) da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC).

A segunda questão está relacionada ao cumprimento do estabelecido no caderno de normas ou regulamento de uso ou no sistema de certificação da produção. Na União Europeia as entidades governamentais desempenham papel fundamental nesse processo, inclusive certificando as próprias certificadoras privadas. No Brasil, é necessário consolidar um sistema de certificação que valorize, concretamente, a produção agroalimentar e os artigos com qualidade diferenciada. Por último, os autores destacam a fragilidade do sistema de Indicações Geográficas do Brasil

quando comparado ao da União Europeia, pois 50% das despesas dos Conselhos Reguladores da UE, referentes à promoção e divulgação dos seus produtos, são custeadas por subvenções econômicas da própria EU. O sistema conta ainda com o apoio financeiro (direto ou indireto) concedido por meio de programas de desenvolvimento territorial (especialmente o Leader[1]) e da própria Política Agrária Comunitária (PAC) (SILVA *et al.*, 2012).

Além disso, no continente europeu as IGs são frequentemente contempladas como ferramentas de diferenciação qualitativa, e sua regulamentação não está necessariamente associada aos órgãos de propriedade industrial, mas aos Ministérios de Agricultura (Espanha) ou entidades voltadas à gestão da qualidade alimentar (França) (ANJOS; CRIADO; CALDAS, 2013). Nesses casos, compreende-se que o desenvolvimento das Indicações Geográficas no Brasil ainda depende fundamentalmente de um Sistema Nacional com maior capacidade de *enforcement* institucional, que seja dinâmico e maleável, considerando a enorme diversidade ecológica e sociocultural do País (NIEDERLE; GELAIN, 2013).

Pesquisa realizada por Niederle (2011) na região do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, evidencia que os processos de Indicação Geográfica no Brasil se encontram em “areia movediça", dadas as muitas imprecisões e indefinições com relação ao papel das instituições envolvidas nos processos, visto que não há normas consolidadas sobre a titularidade do certificado e as exigências para compor o dossiê e as formas de controle pertinentes, levando os produtores a se readequar constantemente “a novas regras na medida em que elas surgem para suprir as deficiências do marco jurídico em vigor”. O autor ressalta ainda que o aumento exponencial da demanda por novas Indicações Geográficas no País dificulta a construção de um arranjo institucional consolidado e flexível às inovações, que surgem quase constantemente.

O primeiro entrave encontrado foi a falta de legislação específica referente ao tema, pois existiam somente legislações internacionais e o amparo legal brasileiro era

[1] *Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale* - Trata-se de iniciativas de desenvolvimento rural implementadas na União Européia.

deficitário. Porém, a promulgação da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996), sanou essa deficiência.

Outra dificuldade encontrada até a obtenção do reconhecimento da Indicação Geográfica foi a realização de um trabalho de convencimento dos produtores, incutindo neles a ideia de que a Indicação Geográfica poderia ser um instrumento interessante para o desenvolvimento local da região, para o setor vitivinícola do Vale, visto agregar um diferencial aos produtos produzidos na região (THAINES; MELEU, 2013).

Para que esse processo prosperasse e rendesse frutos, foi necessária a incorporação de novos conceitos na forma de produzir a uva e na elaboração do vinho, o que demandou investimento por parte dos produtores, porque, para o reconhecimento da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos, era necessária uma revolução no processo produtivo, abrangendo desde a conversão dos parreirais do sistema latada para o espaldeira até a forma de elaboração dos vinhos, visando à melhoria da qualidade (THAINES; MELEU, 2013). Muitos acreditavam que com o reconhecimento da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos, as dificuldades estariam superadas.

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

Uma outra fragilidade no processo de manutenção das Indicações Geográficas está nos mecanismos de gestão pós-registro. Após um tempo de criação da IG, em várias regiões tem-se observado que os produtores começam a questionar os prometidos “impactos” socioeconômicos da obtenção da IG e, em alguns casos, deixando inclusive de utilizá-la pela ausência de retorno monetário compensatório dos custos de adequação às normas e padrões (NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017). Em outras situações, sequer houve a avaliação de conformidade

e os produtores nunca usam o selo da IG em seus produtos, como é o caso dos que fabricam o Queijo do Serro e o Queijo da Canastra em Minas Gerais, que até maio de 2013 não tinham aderido à utilização do selo da IG, embora contassem com a concessão do registro desde 2011 e 2012, respectivamente, segundo dados obtidos em pesquisa realizada por Santos e Menasche (2015). Esse mesmo fato pode ser observado no caso dos produtores do Camarão da Costa Negra, produto que recebeu a IG de Denominação de Origem em 16/08/2011, que não realizaram a conformação do processo de produção, tampouco participaram de reunião do Conselho Regulador.

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

Durante a realização do trabalho de campo para a sua pesquisa em abril de 2013, quando teve início a abordagem específica sobre o tema IG, Santos (2017) observou que o assunto não estava difundido na região e que não seria fácil encontrar pessoas que dominassem o entendimento do tema e que se sentissem motivadas a falar sobre ele. Diferentemente do que ocorreu com a legislação e com os conhecimentos acerca dos processos de comercialização do Queijo do Serro, o tema IG não se popularizou entre os interlocutores, o que se constatou posteriormente compreensível, haja vista que as informações se encontravam centralizadas em instituições e técnicos que se envolveram efetivamente na implementação do processo. Nesse contexto, segundo a autora, conhecer os caminhos que levaram à implantação da Indicação Geográfica do Queijo Minas/Serro foi tarefa árdua, pois grande parte dos atores que estiveram à frente dos processos já não desenvolviam as mesmas atividades, o que resultou na dispersão das informações, consequentemente, no surgimento de sérios entraves à continuidade do processo.

Niederle e Vitrolles (2010) reforçam ainda que a procedência da matéria-prima também pode ser apontada como outro fator limitante ao desenvolvimento das Indicações Geográficas. Os autores destacam, por exemplo, o caso dos produtores de espumante de Garibaldi, na Serra Gaúcha, que inicialmente pretendiam obter uma Indicação de Procedência (IP), mas foram orientados a solicitar uma Marca de Certificação. Isso ocorreu pelo fato de no município, mesmo com a reputação necessária para a construção da IP, a área vitícola cultivada ser incompatível com a produção de Garibaldi, uma vez que a maior parte da produção advinha dos municípios do entorno. Isso pode ser também o caso dos produtores de Queijo Coalho de Jaguaribe.

Valente *et al.* (2013) apontam que o desconhecimento dos consumidores em relação às IGs, que contribui para a pouca valorização desse diferencial no mercado nacional, é fator que afeta diretamente o interesse de produtores em obter certificações, juntamente com as dificuldades na elaboração do regulamento de uso, na obtenção da notoriedade, na delimitação da área e na definição das características que diferenciam o produto, embora com o auxílio de universidades, de Organizações Não Governamentais, do Sebrae, da Embrapa, da Emater, do Mapa e do INPI, muitas dificuldades tenham sido contornadas.

Uma outra questão a respeito da gestão pós-registro de IG, trata-se do uso de mecanismos de controle para evitar fraudes, adulterações e uso indevido do nome que se tornou objeto de reconhecimento, que pode colocar em risco a reputação da região e do produto perante os consumidores. No Brasil, o controle da produção pode ocorrer de três formas: controle interno - exigido pela Instrução Normativa nº 25/2013 do INPI (BRASIL, 2013a), realizado pelos conselhos reguladores formados por produtores, técnicos e representantes setoriais; autocontrole – exercido pelos próprios produtores que controlam as práticas produtivas; e controle externo - que implica a realização de auditorias por órgão que não esteja diretamente envolvido com a gestão da IG sob avaliação. No entanto, a legislação brasileira praticamente não prevê o uso de mecanismos de controle externo, enquanto na União Europeia as entidades governamentais desempenham um papel fundamental nesse processo, realizando auditorias e certificando as próprias certificadoras privadas (PELLIN; SILVA, 2015; SANTOS; MENASCHE, 2015; SILVA *et al.*, 2015).

De acordo com Santos e Menasche (2015), se mesmo na Europa, onde as IGs têm uma longa trajetória, é necessário repensar as formas de implantação, que dirá no Brasil, em que esse processo ainda é muito recente, e estudos têm mostrado a necessidade de que seja reorientado à construção de propostas que atendam às singularidades dos sistemas produtivos, sobretudo os alimentares.

Ainda segundo as autoras, quando se trata de produtos alimentares:

> Há expressão de diferentes modos de fazer, características particulares impressas “pelas mãos” de quem faz. Assim, um processo de padronização pode acarretar na perda de características importante de um produto, as mesmas características que lhe conferiram notoriedade em dado território. (SANTOS; MENASCHE, 2015).

Conforme Calliari (2007), os processos de Indicação Geográfica devem levar em conta uma série de fatores, além daqueles que tipificam o local, entre eles o perfil dos produtos e o vínculo desses produtos com as condições regionais. E, ainda que conjuntamente com o processo de promoção de IG, é necessário também desenvolver trabalhos de valorização desses produtos junto a consumidores, pois os produtos brasileiros provenientes de Indicações Geográficas são, de modo geral, desconhecidos tanto por produtores e comerciantes quanto pela maior parte dos consumidores. Nesse caso, segundo o autor, é fundamental que a escolha da valorização de determinados produtos por meio de uma IG seja precedida de avaliação mais ampla dos territórios, para a definição da melhor estratégia aplicável ao alcance desse objetivo. O primeiro passo deve ser o conhecimento de cada sistema de produção alimentar tradicional por parte de todos os agentes envolvidos no processo, para que possam interpretá-los buscando proteger suas características essenciais.

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

Contudo, esse processo não termina com a Indicação de Procedência, vez que se deve trabalhar para manter o reconhecimento obtido. A título de esclarecimento,

um trabalho dessa natureza levou, em 2012, ao reconhecimento da Denominação de Origem do Vale dos Vinhedos.

Thaines e Meleu (2013) ressaltam que o reconhecimento da Indicação Geográfica não apresentou somente dificuldades e entraves, também auxiliou no desenvolvimento local da região, fomentando o investimento em outros setores da economia, além de criar oportunidades para a expansão do enoturismo na região. Os Quadros 4 e 5 mostram, de forma resumida, vários estudos que abordam direta ou indiretamente os entraves e desafios para a implantação/implementação de IG.

Quadro 4 — Principais entraves apontados por diversos autores ao processo de implantação/implementação de IG

PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO/IMPLEMENTAÇÃO DE IG	
Autores	**Principais entraves apontados**
Tahim e Araújo Júnior (2012)	A fragilidade da associação, o não envolvimento dos produtores, etc.
Mascarenhas e Wilkinson (2013)	Regulamentos muito brandos, que acabam por igualar o produto a outros similares, reduzindo seu potencial de valorização. Por outro lado, regulamentos muito restritivos excluem produtores, reduzindo a oferta de produtos, podendo inviabilizar a IG.
Valente *et al.* (2013)	A elaboração e a fundamentação técnica do regulamento de uso, a obtenção da notoriedade, a delimitação da área e a definição das características que diferenciam o produto.
Niederle e Vitrolles (2010)	A procedência da matéria-prima tem sido sistematicamente apontada como fator limitante ao desenvolvimento das IGs.
Niederle (2009)	O alto custo do processo de reconhecimento de uma IG sem contar com o apoio do Estado é um dos maiores entraves ao processo de implantação de IG.
Niederle (2011)	O baixo grau de organização dos produtores, as assimetrias na distribuição dos ganhos e a excessiva restrição estabelecida em certos regulamentos pelos próprios produtores que os elaboraram.
Pellin (2019)	Conflitos ambientais, principalmente com relação às Denominações de Origem.
Chimento (2015)	Confundir a Indicação Geográfica com qualquer outro sistema baseado num selo de certificação (ainda que seja de origem). Problemas como esse precisam ser combatidos por quem divulga o tema, visto que um erro que se cristaliza na opinião pública durante muito tempo pode se tornar irreversível. É preciso que a sociedade

	saiba o nome do ativo intangível e quem é responsável pelo registro da IG, para que possa distingui-la de marca ou de certificação.
Silva *et al*. (2012)	O jogo de poder político e econômico entre produtores e proprietários de terra, com reflexo direto na redução dos lucros é um grande gargalo para a implantação de IG.
Reis (2015)	A ausência de políticas públicas voltadas para a valorização de patrimônios identitários dentro do planejamento turístico e cultural também é uma das principais ameaças.
Santos (2017)	A informalidade é uma situação desfavorável, pois, ainda que continuem comercializando seu produto, estão sujeitos a apreensões, enfrentam restrições para aumentar sua produção e os preços auferidos pelo produto são significativamente menores.
Santana (2011)	O não enquadramento aos padrões exigidos pela vigilância sanitária. Fatores como esse obstaculizam o desenvolvimento da produção queijeira, que fica restrito à sua área de produção e não consegue alcançar outros mercados, a não ser de forma clandestina, criando grande risco para os produtores e comerciantes desse produto.
Santos (2017)	As exigências legais são muito destoantes da realidade dos produtores, fato a que se soma o risco de não conseguirem comercializar o produto a preços mais elevados.
Almeida *et al*. (2015)	Conflitos entre um setor tecnificado/especializado e um setor tradicional/não especializado.
Pellin (2019)	Falta de apoio financeiro para IG no Brasil, principalmente no estágio pós-reconhecimento.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Quadro 5 — Principais desafios apontados por diversos autores ao processo de implantação/implementação de IG

PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO/IMPLEMENTAÇÃO DE IG	
Autores	**Principais desafios apontados**
Velloso (2008)	Mapeamento dos processos-chave, mobilização e participação dos atores locais, os quais devem se comprometer em apropriar, compartilhar e utilizar diferentes conhecimentos nos produtos e serviços.
Pellin e Silva (2015)	Estruturação de um arranjo institucional eficiente e articulação de todos os atores envolvidos, são citados pelos autores como um dos principais desafios para a implantação de Indicações Geográficas no País.
Niederle (2011)	Um dos grandes desafios que a definição de uma IG enfrenta encontra-se na demarcação das áreas geográficas para bens que tenham sua produção

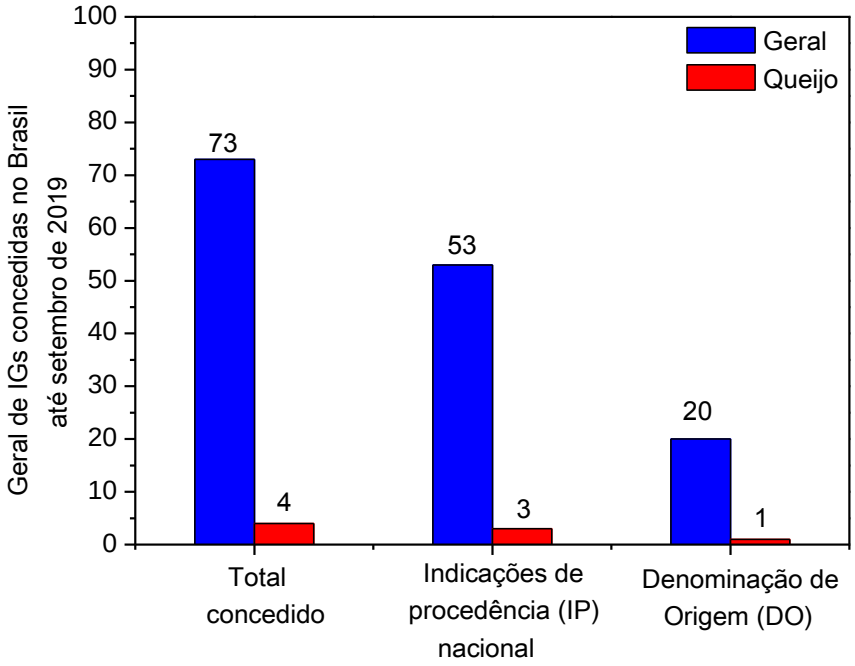
	dispersa no território ou que estejam espraiados numa ampla área, inclusive com descontinuidade.
Pellin (2019)	Inserção dos produtos em mercados mais competitivos no estágio-pós reconhecimento da IG.
Pellin (2019)	Apoio de instituições (associações, cooperativas, etc.).
Vieira *et al*. (2019)	Criação de mecanismos para aumentar a disseminação do conceito de IG, popularizar e consequentemente estimular o consumo.
Vieira *et al*. (2019)	Uso das regras impostas pelo Regulamento de Uso.
Cruz e Sgarbi (2013)	A constituição do projeto de IG é um processo abrangente, que deve ser apropriado pelos produtores e suas organizações, de modo que a decisão de adotar ou não tal ferramenta seja tomada pela maioria dos envolvidos.
Pimentel (2013)	Um dos grandes e principais desafios é deixar claro que o registro da Indicação Geográfica é um elemento importante numa estratégia competitiva baseada na territorialidade e na diferenciação. Não há, portanto, valorização automática do produto após o registro no INPI, o que não acontece nem na Europa. Por isso, ressalta que o trabalho não termina com a expedição do registro.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

3.5 O panorama das Indicações Geográficas no Brasil

No Brasil, até setembro de 2019, foram concedidas pelo INPI o total de 73 Indicações Geográficas, sendo 53 de Indicação de Procedência (IP) e 20 de Denominação de Origem (DO). Porém nem todas as IGs concedidas pelo INPI estão no território nacional, 9 entre elas estão localizadas em outros países. Com relação às IGs de queijo, verifica-se que já existem 3 de IP no Brasil e uma de DO localizada na França, mas concedida pelo INPI (BRASIL, 2019a) (Figura 1). O total de pedidos de IGs solicitados ao INPI até setembro de 2019 foi de 131 IGs, sendo 83 de Indicação de Procedência (IP) e 48 de Denominação de Origem (DO), demonstrando o interesse dos produtores em fazer registros de IGs com foco na competitividade dos produtos no mercado nacional e internacional (BRASIL, 2019a).

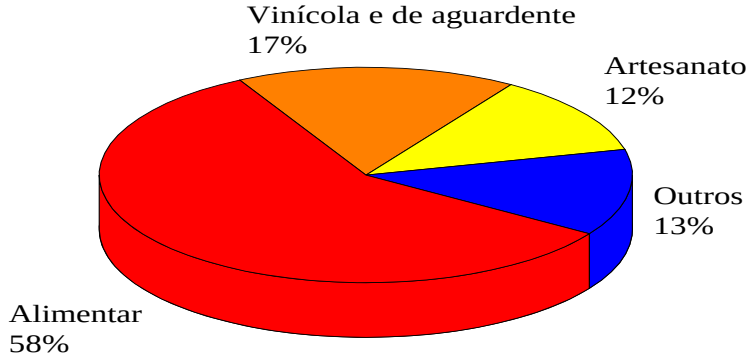
Figura 1 — Indicações Geográficas de DO e IP concedidas no Brasil até setembro de 2019



Fonte: Brasil (2019a).

Os produtos e serviços que obtiveram os registros de IG integram segmentos variados, entre os quais se destacam os segmentos de alimentos (58%) e bebidas (17%) (Figura 2). A intensificação nos pedidos de IG para esses segmentos acompanha a tendência de crescimento econômico, pois, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA), no ano de 2017, a indústria de alimentação cresceu 4,6%, atingindo a cifra de R$ 642,6 bilhões, da qual 81% refere-se ao segmento de alimentos e 19% ao de bebidas (ABIA, 2017).

Figura 2 — Setores das Indicações Geográficas de DO e IP concedidas no Brasil até setembro de 2019



Fonte: Brasil (2019a).

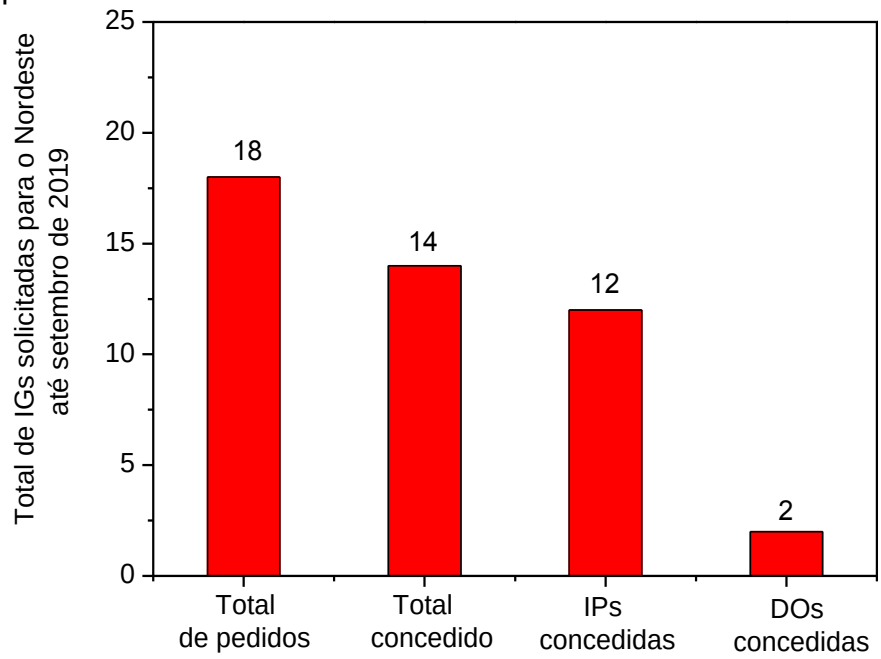
Na Figura 3, mostra-se o Mapa das Indicações Geográficas no Brasil, disponibilizado pelo INPI em 2019. Esse mapa surgiu de um Acordo de Cooperação Técnica assinado entre o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), para representar cartograficamente as áreas produtoras e de prestação de serviço brasileiras com registro concedido pelo INPI, mostrando a importância que se passou a dar aos registros de IG para as regiões e para o País. Esse mapa ganhou, recentemente, mais cinco novos produtos, os quais receberam Selos de Indicação de Procedência, entre eles a Farinha de Mandioca de Cruzeiro do Sul (AC), o Guaraná de Maués (AM), o Queijo de Colônia Witmarsum (PR), as Amêndoas de Cacau da região do Sul da Bahia e o Socol de Venda Nova do Imigrante (ES). Com isso, o número de Indicações Geográficas de Procedência certificadas no Brasil chega ao total de 53 (BRASIL, 2019a). No Apêndice A é apresentado um quadro geral das IGs reconhecidas no Brasil, com suas respectivas datas de depósito, tipo de IG, o requerente, o Estado a que pertence e a data da Publicação do Registro concedido na Revista de Propriedade Industrial.

Figura 3 — Mapa das Indicações Geográficas nos diversos estados brasileiros em 2019

Fonte: IBGE (2019).

No nordeste brasileiro foram solicitadas, até setembro de 2019, 18 IGs, sendo concedidas 14, 12 Indicações de Procedência (IP) e 2 Denominações de Origem (DO). No entanto, o Nordeste apresenta potencial de produtos que podem receber o selo de IG tanto na área de alimentos como na área de artesanato. A seguir, a Figura 4 mostra o panorama das Indicações Geográficas solicitadas e concedidas para o Nordeste até setembro de 2019.

Figura 4 — Total de IGs de DO e de IP solicitadas e concedidas para o Nordeste até setembro de 2019



Fonte: Brasil (2019a).

Constata-se que entre os produtos vinculados aos seus territórios e reconhecidos com o registro de IG no Brasil estão: destilado vínico, café, coxas de suínos frescas, presunto defumado e cru, queijos, carne bovina e seus derivados, uvas de mesa e manga, arroz, vinhos tintos, brancos e espumantes, doces tradicionais e confeitaria de frutas, camarões marinhos, cacau em amêndoas, panelas de barro, gnaisse fitado, mármore, calçados, opala preciosa e joias, própolis, biscoito, melão, mel de abelha, entre outros. Na categoria de serviços tem-se o serviço de Tecnologia da Informação e Comunicação do Porto Digital. Percebe-se ainda que as Indicações de Procedência apresentam o percentual de 72% do total de IGs concedidas, enquanto para as Denominações de Origem o percentual é de 28%, revelando a

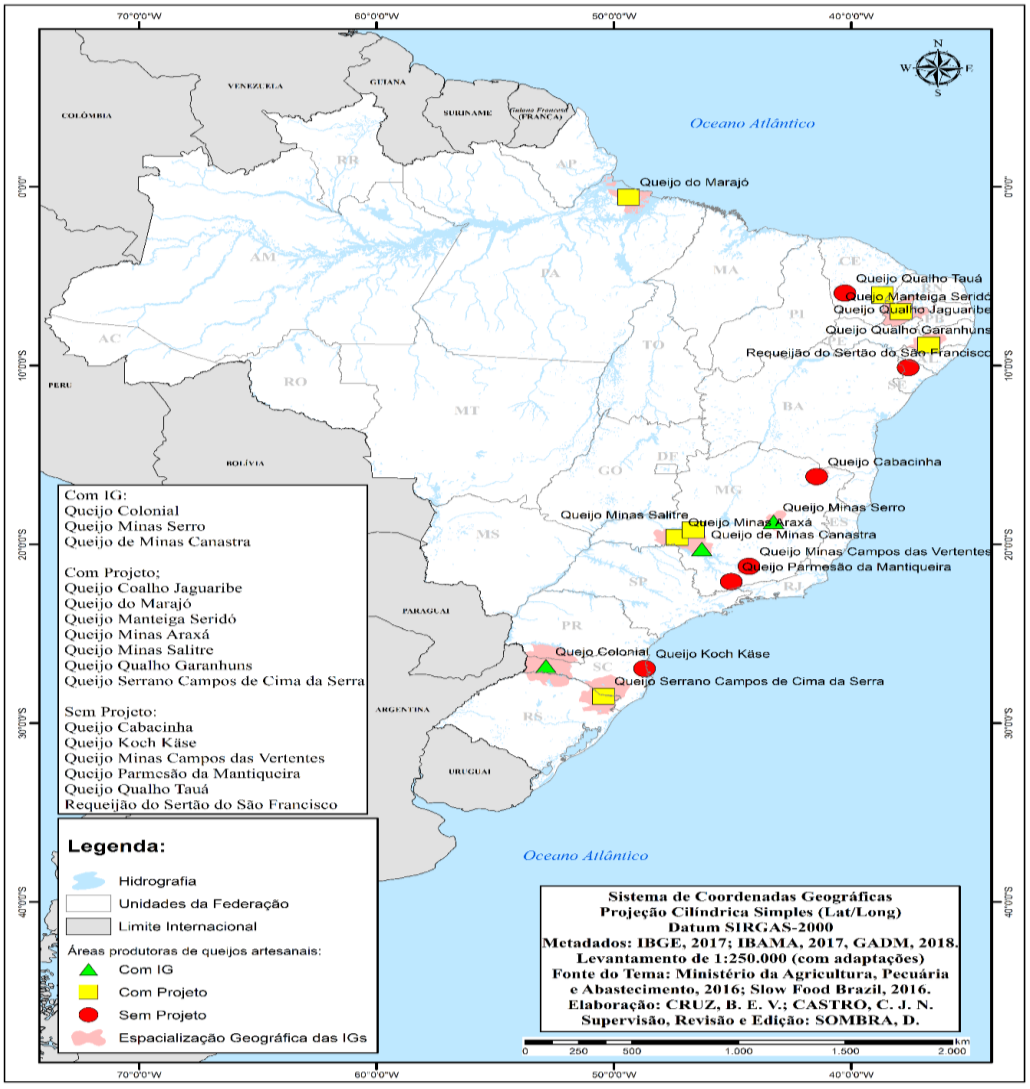
predominância da proteção de produtos/serviços típicos de determinado local/região, que apresentam originalidade, história e notoriedade (BRASIL, 2018b).

Os produtos brasileiros de origem, a cada ano, ganham mais destaque no cenário nacional e internacional. Produtos de origem, por sua essência, são de origem específica, produzidos de forma local, tradicional e constante, em alguma cidade ou região, que ao passar do tempo adquirem fama ou reputação, seja por fatores históricos, naturais, culturais ou tradicionais, sendo identificados ou denominados com o nome dessa localidade. O Café Orgânico Natura Gourmet, do produtor Luca Giovanni Allegro, produzido na cidade de Ibicoara, na Chapada da Diamantina, Bahia, conquistou o paladar do Papa Bento XVI, e desde o ano de 2011 vem sendo servido diariamente no Vaticano, seduzindo também o paladar do Papa Francisco. O Café Latitude 13, da mesma região, também foi selecionado para a rede de restaurantes, do famoso chef inglês Jamie Olivier. A Cachaça, exclusiva bebida brasileira, começa a colecionar medalhas, desde o ano de 2013, no conceituado Concurso Mundial de Bruxelas, o *Spirits Selection*, que reúne bebidas espirituosas dos quatro cantos, competindo com whisky, conhaques, runs, vodkas, tequilas, etc. Esse concurso foi realizado pela primeira vez na América Latina, em Santa Catarina, em 2014, ocasião em que as destilarias brasileiras angariaram 61 medalhas, nas categorias Dupla de Ouro e Prata (CAFÉ..., 2013; CONCOURS..., 2014). Três vinhos brasileiros, o Aurora Espumante Moscatel, o Aurora Reserva Merlot e o Garibaldi Espumante Moscatel, apareceram no ranking dos 100 melhores vinhos do mundo, em 2014, na lista elaborada pela Associação Mundial de Jornalistas e Escritores de Vinhos e Licores (WAWWJ, sigla em inglês de *World Association of Writers and Journalists of Wines and Spirits*, 2014). Em 2015, a Cooperativa Vinícola Garibaldi foi o grande destaque entre as vinícolas brasileiras, o Espumante Garibaldi Prosecco recebe o “Prêmio País” e a medalha de ouro no concurso internacional *Citadelles du Vin,* realizado em Bordeaux, na França. Isso demonstra que os produtos das IGs nacionais vêm conquistando o mercado internacional, tornando-se, portanto, competitivos por sua notoriedade e características diferenciadas.

Quando se trata de Indicações Geográficas de queijos, essas têm se expandido no País, especialmente no estado de Minas Gerais, conforme pode ser visto na Figura 5. A maioria das IGs concedidas para o Queijo Coalho é de Indicação de Procedência.

A Figura 5 também mostra o panorama das IGs em todo o País, destacando as que já foram concedidas e as que estão em processo de reconhecimento, entre elas, o Queijo Coalho de Jaguaribe.

Figura 5 — Localização das IGs de queijos artesanais no Brasil em 2018



Fonte: Cruz e Hespanhol (2018).

O Queijo da Serra da Canastra em Minas Gerais tem a IG mais conhecida, e, em 2013, foi eleito o produto do ano pela Revista Paladar. Em 2015, o Queijo do produtor Guilherme Ferreira conquistou a medalha de prata no concurso *Mondial du Fromage et des Produits Laitiers*, realizado em Tours, na França, na categoria “massa prensada não cozida de leite cru de vaca”, no qual concorreu com mais de 600 queijos de 23 países.

3.5.1 Potencial de Indicação Geográfica no estado do Ceará

No estado do Ceará, a primeira IG registrada foi a do Camarão da Costa Negra, obtida pela Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN). No entanto, essa IG passa por diversas dificuldades relacionadas à gestão pós-registros, pois até o momento nenhum produto passou a usar o selo, uma vez que para isso todos os produtores da área delimitada deveriam fazer ajustes no processo produtivo, tais como a implantação da rastreabilidade, entre outras conformações. Existem ainda vários problemas com relação à gestão da ACCN, como a ausência de reunião do Conselho Regulador, a pouca participação dos associados e a falta de financiamento, entre outros entraves (TAHIM; ARAÚJO JÚNIOR, 2012). Contudo, tais entraves podem ser superados e servir de referência para outras potenciais IGs. Conforme já ressaltado, o estado do Ceará tem potencial significativo para a criação de IG por possuir diversos produtos, principalmente agroalimentares, com certa notoriedade e características específicas que conferem sabores diferenciados a determinados produtos, além de produtos artesanais com reconhecida reputação, entre os quais se destaca o Queijo Coalho de Jaguaribe.

3.5.1.1 Queijo Coalho do Jaguaribe

A produção de queijo é um dos exemplos clássicos de conservação de alimentos, antecedendo provavelmente a Era Cristã. Na conservação dos constituintes mais importantes do leite, como a gordura e as proteínas, na forma de queijo, dois princípios clássicos de conservação de alimentos são empregados: a fermentação lática e a redução da atividade da água por meio da redução do teor de água e adição de sal (FOX *et al.*, 1993).

A historiadora Ulisses (2016) afirma que o nome Coalho se relaciona a uma enzima extraída do estômago de animais como mocó, preá, cabrito, bezerro, entre outros, utilizada desde os primeiros séculos da fabricação do Queijo Coalho até pelo menos a década de 1970.

O Queijo de Coalho é produzido tradicionalmente há mais de 450 anos no nordeste brasileiro, sendo bastante consumido pela população de todas as classes

econômicas, e se destaca como elemento de identidade cultural do povo desta região. Esse produto apresenta grande importância social e econômica para os estados nordestinos, representada significativamente na geração e formação de renda dos produtores de leite, e sua produção se dá principalmente nos estados do Ceará, Paraíba e Pernambuco (CAVALCANTE; BASTOS; FONTENELE, 2017).

No caso do Ceará se destaca o Queijo Coalho de Jaguaribe, o qual é derivado do leite fresco de vaca, de massa cozida prensada que utiliza o coalho industrial. Cavalcante (2005) salienta e afirma uma diferença no fabrico do queijo cearense, em relação ao processo desenvolvido em outros estados nordestinos:

> O queijo Coalho artesanal do Ceará é elaborado com leite de vaca cru, coalho industrializado e sal, sem adição de fermentos láticos industrializados. Um detalhe interessante na fabricação do queijo coalho artesanal no Estado do Ceará é a retirada e aquecimento de parte do soro, seguida de incorporação na massa. Esta etapa é de fundamental importância na determinação das características sensoriais (sabor, aroma e textura) do queijo coalho artesanal do Ceará, tornando-o diferente do queijo coalho artesanal produzido em outros estados nordestinos.

De acordo com Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), o Queijo Coalho de Jaguaribe apresenta especificidade que está diretamente relacionada ao saber-fazer ("*savoir-faire*"). Os autores acrescentam que

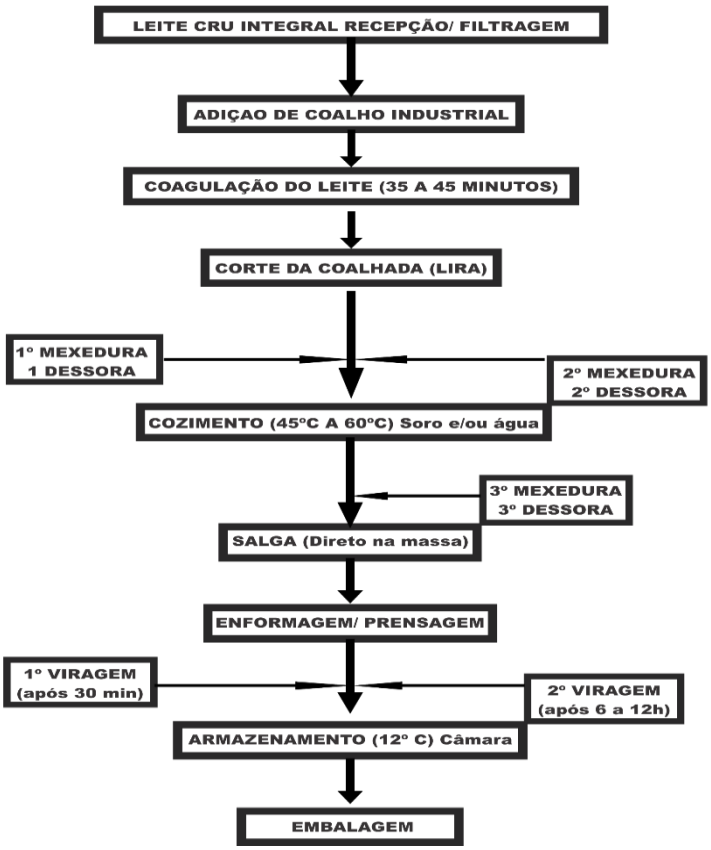
> [...] a retirada e aquecimento de parte do soro, seguida de incorporação na massa, representa a fabricação do queijo coalho artesanal no Estado do Ceará. Esta etapa é de fundamental importância para a determinação das características sensoriais (sabor, aroma e textura) do queijo Coalho fabricado com leite cru e sem nenhuma adição de produtos industrializados.

É dessa forma que o produto artesanal tem se tornado uma iguaria muito apreciada na região Nordeste e com potencial para alcance de outros mercados. Tem tradição e vem sendo associado a alguns fatores com características sensoriais, além de ser reconhecido como iguaria típica da região Nordeste, fazendo parte das refeições diárias, seja como complemento alimentar ou como petisco. Consiste em relevante valor socioeconômico e cultural, cujas bases encontram-se na história do pecuarista do semiárido, que se transmite de pai para filho, em que este último segue mantendo a tradição, produzindo queijo de forma artesanal, utilizando os conhecimentos práticos construídos através de gerações (DANTAS, 2012).

Durante dois anos o Queijo Coalho de Jaguaribe foi estudado em suas características físico-químicas, sensoriais, bioquímicas e proteômicas, como forma de contribuir para a autenticidade do produto dada a sua origem geográfica. Quanto aos parâmetros físico-químicos, o Queijo Coalho de Jaguaribe foi classificado como queijo de média umidade, massa semidura e semigordo. Os parâmetros sensoriais foram observados por uma equipe treinada formada por produtores de queijos e mestres queijeiros da região, que traçou como perfil sensorial do produto a textura flexível, uniforme e de massa lisa após o corte, o formato redondo, a cor amarelo-claro e o sabor levemente salgado, com suave acidez.

Na Figura 6, apresenta-se o fluxograma construído a partir das informações dos produtores da Queijaribe que participaram voluntariamente do Projeto de IG. Segundo Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), são etapas gerais modificadas levemente após a propositura de alterações pelos produtores que não comprometem a característica geral do Queijo Coalho da região.

Figura 6 — Fluxograma para a fabricação do Queijo Coalho de Jaguaribe



Fonte: Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017).

O Queijo Coalho artesanal de Jaguaribe na atualidade é um queijo pouco maturado e deve ser consumido em poucos dias. O ofício da produção do Queijo Coalho exige um conhecimento básico de como proceder a cálculos elementares de proporções de misturas e tempo. É preciso observar a fermentação e ver qualquer anormalidade. Cavalcante (2019) explica e recoloca a questão dos queijos artesanais, objeto de sua Tese escrita em 2005, dentro da preocupação contemporânea, relatando o protocolo de intenções da Audiência Pública realizada no dia 27 de junho de 2019, na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, para debater o Projeto de Lei nº 0087/2019, de 7 de março de 2019, que dispõe sobre a "Regulamentação da Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais", na qual esta pesquisadora estava presente, reafirmando o seguinte:

> Os queijos tradicionais, embora conhecidos e procurados pelos consumidores, nem sempre se enquadram nos padrões de segurança alimentar necessários. Para produtos pouco maturados, fabricados a partir de leite cru, como os chamados queijos artesanais, não existe ainda uma legislação brasileira direcionada a sua produção, com exceção dos Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Pernambuco e mais recentemente o Rio Grande do Norte. A comercialização desses produtos é feita, em geral, de forma clandestina, como produtos não inspecionados, o que dificulta o controle de sua qualidade e de sua autenticidade. (CAVALCANTE, 2019).

De acordo com dados da Associação dos Produtores de Leites e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), 88,8% do leite produzido no município de Jaguaribe se destina à produção do Queijo Coalho em 66 laticínios locais e o restante segue para consumo humano, sendo sua cadeia produtiva composta por pequenas e médias queijarias, responsáveis pela geração de 2.500 empregos diretos e indiretos, possuindo uma receita mensal de cerca de R$ 3 milhões, obtida somente com a venda do queijo (CAVALCANTE; BASTOS; FONTENELE, 2017).

O nome geográfico do produto tem sentido para os consumidores, visto que ao encontrar ou solicitar o Queijo Coalho de Jaguaribe, sabe-se que esse é proveniente de uma cidade com tradição queijeira e até mesmo de uma região conhecida pelo "saber em fazer" esse tipo de produto. Dessa forma, é possível fazer com que o nome do queijo também consiga levar ao mercado consumidor a cultura local e que o fator histórico existente no produto seja disseminado.

4 METODOLOGIA

Para o alcance dos objetivos propostos nesta pesquisa utilizou-se a seguinte metodologia:

4.1 Tipo de pesquisa

Desenvolveu-se uma pesquisa de natureza descritiva e exploratória, numa abordagem qualitativa, com foco em um estudo de caso, mediada pela pesquisa documental, as entrevistas e a observação direta.

Segundo Lakatos e Marconi (2002), a pesquisa descritiva procura compreender e descrever as particularidades de uma determinada situação ou fenômeno. Neste caso, a pesquisa em questão pretende descrever e analisar quais são os principais entraves que impedem a implantação, a manutenção e os avanços da IG do Queijo Coalho do Jaguaribe, buscando compreender melhor os fatores locais que determinam e que são cruciais para a definição das normas de regulamentação e se essas normas vão de encontro às tradições produtivas, como por exemplo o saber-fazer local da região em que se situa a IG.

A pesquisa exploratória, por sua vez, proporciona maior proximidade da realidade do objeto estudado, possibilitando um melhor entendimento e contextualização do problema. Segundo Andrade (2010), estudos exploratórios constituem uma maneira eficiente de descobrir “o que está acontecendo”, de ir à busca de novos entendimentos sobre o assunto, de fazer questionamentos, avaliar fenômenos sob um novo olhar e ao mesmo tempo responder às questões principais da pesquisa.

Com a pesquisa qualitativa, o pesquisador, inserido no contexto das organizações a partir da delimitação do fenômeno estudado, visa à obtenção de dados que representem a experiência das pessoas em situações específicas, favorecendo a percepção das várias dimensões, a interpretação do universo vivido e o reconhecimento de suas contradições, e a interpretação ampliada das construções subjetivas dos atores em sua rotina (STAKE, 2011).

Quanto ao seu delineamento, a pesquisa se caracteriza como um estudo de caso. De acordo com Yin (2015) e Eisenhardt e Graebner (2007), esse tipo de enfoque é recomendado quando se quer testar, expandir e/ou generalizar teorias de modo analítico. Ainda de acordo com Yin (2015), o estudo de caso tem como foco a investigação de fenômenos contemporâneos e para isso utiliza diversas fontes de evidências, apoiado pela fundamentação teórica prévia para condução da coleta e análise dos dados. Para Gil (2010), o estudo de caso "se fundamenta na ideia de que a análise de uma unidade de determinado universo possibilita a compreensão da generalidade do mesmo ou, pelo menos, o estabelecimento de bases para uma investigação posterior, mais sistemática e precisa".

4.2 Origem dos dados e instrumentos de coleta

Para um estudo de caso, são necessárias fontes de evidências múltiplas e variadas. Eisenhardt (1989) e Yin (2015) afirmam que as técnicas mais utilizadas nesses casos são a pesquisa documental, as entrevistas e a observação direta. Essas técnicas têm objetos distintos para coleta de dados, sendo possível realizá-las simultaneamente, o que as torna complementares entre si e proporciona ao pesquisador maior compreensão do fenômeno estudado.

Utilizaram-se neste trabalho a pesquisa documental, as entrevistas e a observação. A pesquisa documental foi realizada em periódicos, documentos da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (Ipece), do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), entre outros.

Quanto às entrevistas, foram semiestruturadas com roteiro preestabelecido (ver Apêndices C e D), de modo a permitir aos entrevistados total liberdade de expressão no momento de responder aos questionamentos, favorecendo dessa forma a compreensão de suas visões a respeito dos processos de implantação de uma IG, bem como os entraves e desafios (BRANDÃO, 1999; GODÓI; MATTOS, 2006).

A pesquisa se desenvolveu em três etapas. Na primeira etapa deu-se continuidade à extensa pesquisa bibliográfica em andamento para atualização da

discussão acerca do tema Indicações Geográficas. Em um segundo momento, coletaram-se dados secundários para a caracterização da região e a realização das entrevistas embasadas em um roteiro semiestruturado com os agentes públicos (Prefeitura, Embrapa, Uece, Sebrae, entre outros) e privado (Presidente da Associação), envolvidos no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe. Na terceira etapa, da observação direta, participou-se de uma Audiência Pública ocorrida no dia 27 de junho de 2019, na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, na qual se debateu e discutiu o Projeto de Lei nº 0087/2019, sobre a "Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará", na presença de quase todos os agentes envolvidos com a IG do Queijo Coalho. Isso para avaliar o modo como os atores sociais envolvidos no processo têm trabalhado a questão da implementação da Indicação Geográfica – ou a busca da diferenciação e promoção do seu produto – com relação ao território, com base em aspectos como a mobilização e motivação dos atores, o envolvimento de instituições e da comunidade, a articulação do grupo responsável (a Associação) com outros setores e atores, suas estratégias, o reconhecimento e valorização de recursos territoriais, as opiniões dos diferentes atores com relação ao "projeto IG" e o "modo de governança" territorial.

4.3 Sujeitos da pesquisa

Elegeram-se como sujeitos deste estudo os representantes de instituições como o Sebrae, em Limoeiro do Norte, o pesquisador da Embrapa envolvido no processo, o representante da Prefeitura Municipal de Jaguaribe; o presidente e mais um produtor da Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), o pesquisador da Universidade Estadual do Ceará e o representante do Mapa. A priori estava prevista a realização de entrevistas no município de Jaguaribe com a maioria dos atores envolvidos no processo de implantação e reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe. Contudo, por ocasião da realização de uma Audiência Pública sobre o assunto, anteriormente mencionada, foi possível realizar as entrevistas em Fortaleza, com 98% dos atores citados, e o restante, como os representantes da Prefeitura Municipal de Jaguaribe e do Mapa, foi

entrevistado posteriormente, nos meses de agosto e setembro/2019, respondendo aos questionários por e-mail.

4.4 Análise dos dados

Na análise qualitativa dos dados utilizou-se a técnica da análise de conteúdo, que, de acordo com Bardin (2016), caracteriza-se por tentar compreender as formas de comunicações para além dos seus significados imediatos, enriquecendo a tentativa exploratória de análise sistemática de todas as formas de expressão, formais e informais. A análise de conteúdo é, portanto, o conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (BARDIN, 2016). As entrevistas ocorreram nos meses de julho, agosto e setembro de 2019, foram registradas em áudio e posteriormente transcritas. O material obtido foi objeto da análise de conteúdo.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção apresentam-se os resultados da pesquisa conforme as variáveis identificadas na metodologia. Na primeira parte são analisadas ações realizadas para o reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará. Na segunda parte é analisado o papel das instituições envolvidas no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, e na terceira parte são analisados os principais entraves e desafios ao processo de implantação da IG do Queijo Coalho.

5.1 Ações realizadas para o reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará

Nesta subseção descrevem-se as características da IG, seu potencial e os critérios de demarcação, o papel dos atores no processo de reconhecimento da IG e os principais entraves e desafios para a implantação do selo de IG para o Queijo Coalho de Jaguaribe, de forma a atender aos objetivos propostos.

5.1.1 Características da região e do potencial da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil

A região do Vale do Jaguaribe tem uma população estimada de 390.693 habitantes, segundo o IBGE (*apud* IPECE, 2017), e é composta por 15 municípios (Figura 7), destacando-se como os mais importantes os municípios de Russas, Morada Nova, Limoeiro do Norte, Jaguaribe e Tabuleiro do Norte, por apresentarem as maiores densidades demográficas. O Vale do Jaguaribe tem a maior bacia leiteira por possuir o maior rebanho bovino leiteiro do Estado, com 78.736 cabeças e produção de 124,2 milhões de litros de leite/ano (IBGE *apud* IPECE, 2017). O município de maior produção é Morada Nova com 22.474 cabeças de vacas em ordenha e uma produção de 32,4 milhões de litros/ano, ou seja, 26,08% da produção de leite da região. Essa produtividade leiteira do Vale tem resultado em destaque na produção de queijo com características peculiares ao estilo artesanal, assumindo grande importância econômica e social na geração de emprego e renda nessa região.

Segundo Ulisses (2016), o queijo era iguaria antigamente produzida na lida doméstica como complemento alimentar e não inicialmente comercializado, no entanto, já no final do século XIX, a autora admite haver ”certa comercialização do Queijo de Coalho de Jaguaribe, por meio dos chamados comboieiros, vendedores itinerantes que percorriam longas distâncias, inclusive cruzando fronteiras do Ceará para Pernambuco e o Rio Grande do Norte”.

Figura 7 — Mapa do Vale do Jaguaribe

Fonte: IBGE *apud* Ipece (2017).

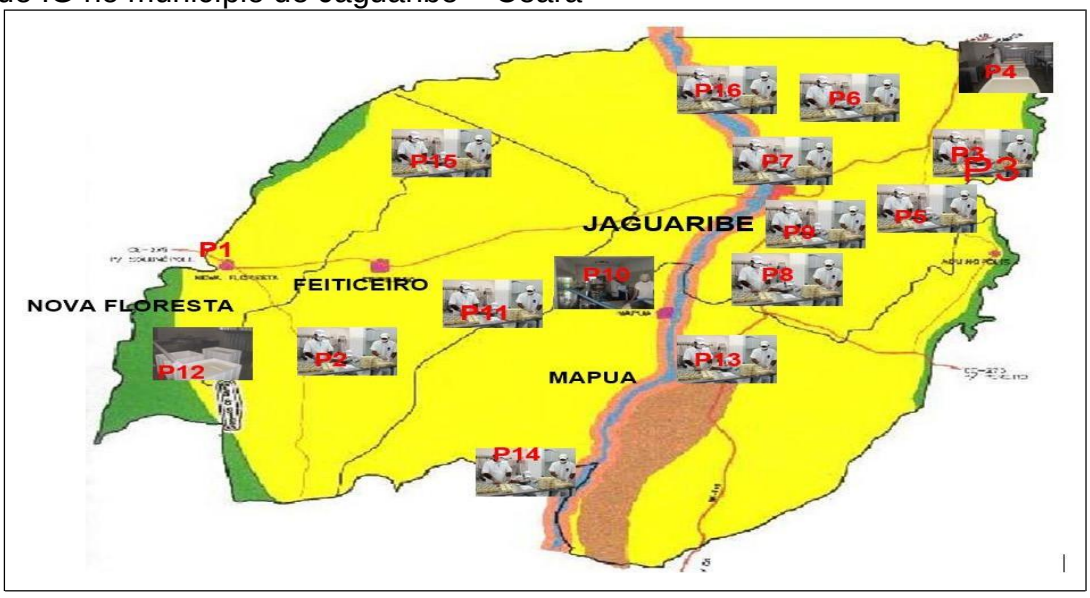
Não há limites, a priori, para a dimensão da área a ser delimitada para uma IG, desde que apresente características homogêneas e tenha tradição e reputação na produção de Queijo Coalho. Porém a utilização de grandes áreas acarreta problemas logísticos e necessita de organização descentralizada de gestão e de controle.

Do mesmo modo, observa-se uma dependência da adequação da delimitação aos elementos geográficos que, geralmente, são originários de estudos sobre o tema. Quando provenientes de base de dados, tais elementos fundamentam a coesão da delimitação com o retrato da realidade, comprovando a relação do meio geográfico com a IG. Nesses casos, o conhecimento mais profundo das características de uma região é exigência e critério para a delimitação. Esse cenário ainda é composto pela

exigência de informações georreferenciadas que tenham precisão suficiente para delimitar uma área a ser protegida pelo nome geográfico, a partir de um agrupamento de informações referentes ao espaço geográfico (FRANÇA; FERNANDES, 2015). Por esse motivo, a princípio, entre os municípios que compõem o Vale do Jaguaribe, embora a grande maioria deles produza esse tipo de queijo, a Embrapa vem desenvolvendo estudos visando à possibilidade de obtenção de uma futura IG, denominada Indicação de Procedência (IP), do queijo produzido no município de Jaguaribe-CE. Destacaram-se, como as primeiras queijarias a serem incluídas na delimitação da IG aquelas do município de Jaguaribe, afiliadas à Queijaribe. Essa é uma das condições e requisito obrigatório, determinado pelos técnicos da Embrapa para receberem das instituições envolvidas o suporte necessário à implantação da IG, segundo o Representante da Universidade Estadual do Ceará (Uece).

Na Figura 8, tem-se o mapeamento com a delimitação geográfica da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, bem como uma visualização da localização das principais queijarias escolhidas para a efetiva ação das instituições parceiras visando à melhoria de qualidade e à busca pelo selo de Indicação de Procedência (IP), o qual determinará a exclusividade de uso de nome geográfico aos produtores de queijo estabelecidos no local (ou área delimitada).

Figura 8 — Localização geográfica das queijarias envolvidas no processo de IG no município de Jaguaribe – Ceará



Fonte: Arquivo pessoal: Maria do Socorro Rocha Bastos e Maria Alves Fontenele.

Quando um produto ou serviço é indicado pela referência a um determinado local, as características de qualidade única decorrem dos atributos desse território (solo, clima, vegetação, topografia) e do conhecimento local (saber-fazer adquirido tradicionalmente) dos produtores. E quando determinado bem conquistou notoriedade (por seus atributos), pode-se considerar que existe potencial para a proteção do ativo intangível chamada de Indicação Geográfica (FRANÇA; FERNANDES, 2015), prevista na Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/96 (BRASIL, 1996).

O município de Jaguaribe, conhecido como a terra do queijo, tem nas suas raízes um modo muito peculiar de se relacionar com o produto, e é importante ressaltar que nenhum queijo é igual ao outro, pois muitos produtores aprenderam a fabricar o produto de acordo com a sua tradição familiar, ou seja, cada produtor aprendeu os segredos vindos de seus pais, que por sua vez os aprenderam com os pais deles. A sabedoria que foi passada entre gerações conta atualmente com o apoio da ciência e da tecnologia objetivando a busca de novos padrões tecnológicos e, principalmente, a manutenção da qualidade do produto por meio das boas práticas de fabricação (BPF).

O Queijo Coalho de Jaguaribe é um produto ímpar no estado do Ceará. É produzido artesanalmente, a partir do leite cru, consistindo em alimento altamente funcional que faz bem ao paladar e à saúde. É uma fonte inesgotável de cálcio, vitaminas, fósforo, proteínas, lipídios, sais minerais e carboidratos. Com um sabor marcante, genuinamente nordestino, o Queijo Coalho é uma iguaria que vai bem com tudo, ou seja, o seu potencial é imensurável, enfim, é difícil resistir a esse alimento tão peculiar, tão nordestino, seja por seu método de produção ou pelos benefícios proporcionados à saúde.

Na perspectiva de Indicação Geográfica (IG) do Queijo Coalho de Jaguaribe, foram realizados estudos a respeito dos aspectos físico-químicos, microbiológicos e sensoriais do produto. As análises relativas aos parâmetros qualitativos foram realizadas em laboratórios da Embrapa e de outros parceiros (CAVALCANTE; BASTOS; FONTENELE, 2017).

5.2 O papel das instituições envolvidas no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe

Os atores locais mais atuantes, ou seja, as instituições envolvidas que realizaram/realizam e estimularam/estimulam o desenvolvimento de ações no processo de reconhecimento e implantação da IG são: a Embrapa, a Uece, o Sebrae, o Mapa, o INPI, a PMJ e a Queijaribe.

A partir da identificação dos atores locais, procurou-se verificar os seus respectivos papéis no âmbito da implantação e reconhecimento da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe.

5.2.1 Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa

A Embrapa é uma das principais instituições que trabalha diretamente com os produtores da associação dos produtores de queijo da região jaguaribana. Vinculada ao Mapa, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) foi criada com o objetivo de gerar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sociedade brasileira. Entre suas principais subdivisões está a Embrapa Agroindústria Tropical, com sede em Fortaleza, Ceará.

A unidade foi criada em 1987, como Centro Nacional de Pesquisa de Caju. Nos anos iniciais, atuou exclusivamente com o desenvolvimento de soluções tecnológicas para a cajucultura. Em 1993, a missão do centro foi ampliada, passando a incorporar muitas outras cadeias produtivas, com foco na agroindustrialização. A unidade passou a se chamar então Embrapa Agroindústria Tropical, e nos seus principais focos de atuação estão a agroindústria, os fabricantes de insumos para a indústria e a valorização da biodiversidade brasileira.

A Embrapa Agroindústria Tropical foi a campo em 2007 para implementar o Projeto “Valorização do Queijo Coalho” produzido na região Nordeste, um dos propósitos da Indicação Geográfica. Os recursos que fomentaram esse Projeto foram oriundos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Além da Embrapa, também participaram do Projeto o Núcleo de Tecnologia e Qualidade Industrial do Ceará (Nutec), o Instituto Centro de Ensino Tecnológico (Centec),

universidades estaduais e federais, Secretarias de Meio Ambiente, Sebrae, Vigilâncias Sanitárias e o Banco do Nordeste do Brasil (BNB). Em 2009, a Embrapa promoveu o I Encontro da Cadeia Produtiva de Queijo Coalho do Nordeste: Indicação Geográfica, qualidade e segurança.

O referido projeto, embora tivesse como objetivo maior a busca da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, na tentativa de aperfeiçoar toda a cadeia produtiva, resultou também na iniciativa de diversificação dos produtos, permitindo trabalhar outros derivados como a manteiga e iogurtes. Na prática, todo o investimento iria assegurar a fabricação de um produto de qualidade – com normas de sanidade e práticas de fabricação definidas, possibilitando a conquista de novos mercados e a prática de preços competitivos. Havia também a necessidade de se identificar a origem do queijo, pois os técnicos ficaram sabendo que o Queijo Coalho era encontrado nos grandes supermercados do centro-sul do País e quase ninguém sabia a procedência, por isso era indispensável a valorização do produto para que ele se tornasse reconhecido em todo o País, objetivando identificar a sua procedência.

Foi observado pelos técnicos da Embrapa que alguns produtos fabricados em outros estados também adotavam a denominação Queijo Coalho, mesmo sem ter as mesmas características, o que se caracterizou, à época, como apropriação indevida. “Eles tinham excelentes produtos, mas o queijo coalho é tipicamente nordestino”, ressaltou Geraldo Eugênio França, Diretor Executivo da Embrapa, na ocasião.

As ações que envolveram boas práticas de fabricação no sentido de adequar o Queijo Coalho ao padrão de qualidade exigido pelo consumidor, foram somadas a outras ações desenvolvidas na fase anterior do Projeto pelos técnicos da Embrapa, quando do acompanhamento de instalações, de tecnologias e equipamentos adotados, além de analisar aspectos higiênicos-sanitários das queijarias.

A Embrapa realizou também análises microbiológicas, físico-químicas e sensoriais e acompanhou consumidores do Ceará para avaliar a aceitação do produto. Um dos resultados alcançados à época pela pesquisadora da Embrapa, Dra. Socorro Bastos, foi o isolamento de bactérias láticas, características do Queijo Coalho consumido, responsável por conferir diferencial ao produto.

Na imersão feita para discorrer sobre a trajetória do Queijo Coalho de Jaguaribe, a pesquisadora da Uece Prof.ª Dra. Ivaneide Ulisses (ULISSES, 2016)

relata que uma das primeiras ações buscando a melhoria na qualidade da produção e o reconhecimento para a IG veio por intermédio do “Projeto Bovinocultura Leiteira de Jaguaribe”, que objetivou desenvolver capacitações, oficinas e consultorias para os produtores de leite e queijo. Entre 2004 e 2005 foram realizadas etapas do projeto que envolveram várias atividades, tais como: diagnóstico para avaliar a qualidade do Queijo Coalho; capacitação em Boas Práticas de Fabricação (BPF); acompanhamento técnico das instalações físicas de indústria e laticínios; orientação aos produtores; e visitas da vigilância sanitária. Os técnicos da Embrapa, do Sebrae e das universidades fizeram o estudo e o acompanhamento.

Ainda segundo Ulisses (2016), técnicos da Embrapa descreveram o trabalho feito com os produtores e como se deu o acompanhamento da qualidade da matéria-prima (criação bovina e leite) e do próprio queijo em relatório de atividade e artigos. Assim a Embrapa desempenhou um papel fundamental na melhoria da qualidade do queijo por meio de capacitação dos produtores e das análises físico-química e microbiológicas do produto para verificar a sua qualidade.

5.2.2 Universidade Estadual do Ceará – Uece

Embora a maioria das universidades não tenha formulado políticas públicas, elas ofereceram apoio importante no desenvolvimento de IG no País, principalmente mediante projetos de pesquisa desenvolvidos no âmbito de programas *stricto sensu*. Geralmente, por estarem inseridas nas regiões de abrangência dos projetos e possuírem pesquisadores de várias áreas (facilitando abordagens interdisciplinares), elas têm conseguido oferecer contribuições importantes para fortalecimento das IGs. Em muitos casos, atuam desde o início das discussões, ou seja, no processo de implantação/implementação de Indicação Geográfica até o estágio de pós-reconhecimento (PELLIN, 2019).

A Universidade Estadual do Ceará (Uece), por meio da valorosa contribuição do Pesquisador da Instituição, desempenhou um papel de destaque no estímulo e apoio ao projeto de IG do Queijo Coalho em todo o estado. Em parceria com a Embrapa e o Sebrae, o Pesquisador ministrou cursos e treinamentos importantes, bem como elaborou várias propostas e sugestões para os produtores de Queijo

Coalho de Jaguaribe, tais como: Incentivo (bônus) pela qualidade do leite; Uso de equipamentos e utensílios adequados; Melhoria da qualidade da matéria-prima; Melhoria da eficiência na entrega do leite às queijarias; Treinamento dos queijeiros; Uso de insumos de boa qualidade, como sal, coalho, água, entre outros; Prática de higienização nas queijarias; Padronização do processo de fabricação do queijo; Implantação de Boas Práticas de Fabricação nas queijarias; Instalações adequadas, como Câmara Frigorífica; Selo de qualidade ou certificado de origem (DPO) do queijo; Implantação de um laboratório de Controle de Qualidade do leite e de queijo em Jaguaribe; Marketing do produto (Queijo Coalho de Jaguaribe); Parcerias/Convênio com Instituições de pesquisa, Universidades, Órgãos Públicos e Privados; Apoio financeiro dos bancos oficiais (BNB, BB, CEF) à atividade queijeira de Jaguaribe, entre outras.

Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017) ressaltam que o trabalho realizado pela Embrapa e por outras instituições parceiras, como o Sebrae e a Uece objetivando a construção da Indicação Geográfica (IG) para o Queijo Coalho da região Jaguaribana, foi incessante e promissor. Os dados levantados por meio do mapeamento das queijarias com potencial de IG, da descrição do produto, com todo o fluxograma de produção do Queijo Coalho artesanal da região de Jaguaribe, e da pesquisa para fazer a diferenciação do queijo concretizaram-se em requisitos para atendimento à construção da IG, visto que esse queijo tem tradição e sua associação pelos consumidores a algumas características sensoriais, o formato e outras peculiaridades o diferenciam dos produzidos em outros estados do Nordeste.

Por fim, é importante lembrar que mesmo universidades que não possuem parcerias ou convênios específicos com projetos voltados à IG, podem oferecer contribuições importantes para o fortalecimento de discussões, como foi o caso da Uece, que apresentou uma contribuição valiosíssima no tocante ao Queijo Coalho de Jaguaribe por meio de seu Pesquisador, que demonstrou/demonstra grande interesse científico pelo tema Queijo Coalho, e também do estímulo ao desenvolvimento de projetos de pesquisa que abordam temáticas relacionadas à IG e suas contribuições para desenvolvimento das regiões onde estão inseridas.

5.2.3 Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

O Sebrae é uma entidade privada sem fins lucrativos que atua na indústria, comércio, serviços e agronegócio. É agente de capacitação e promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios. Desde 1972, trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte. Com foco no estímulo ao empreendedorismo e no desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, o Sebrae atua também no acesso a novas tecnologias e inovação (SEBRAE, [2019]).

O Sebrae, por meio de seu Escritório Regional em Limoeiro do Norte-CE, desde 2005 atuou em muitos momentos interagindo com os pequenos produtores nos municípios da região jaguaribana, fazendo um trabalho no sentido de adequar as práticas desses pequenos produtores do estado do Ceará à legislação específica para a produção de queijos artesanais.

Observou-se nessa interação, segundo a Representante do Escritório em Limoeiro do Norte, que o Sebrae utilizou sua metodologia de trabalho no processo de implantação da IG do Queijo Coalho em duas fases: sensibilização e capacitação, ambas direcionadas às empresas e aos produtores rurais jaguaribanos. A fase de sensibilização envolveu publicações, vinculação de trabalhos na mídia, realização de eventos, o que redundou numa contribuição importante para popularizar o conceito de IG e estimular o interesse de produtores de queijo de Jaguaribe em reconhecer o produto com potencial para IG. A segunda etapa de trabalho foi a capacitação dos pequenos empresários e também dos produtores rurais, com treinamentos direcionados à manipulação de alimentos, associativismo, boas práticas de fabricação, análise sensorial, entre outros pontos.

Embora a instituição desempenhe um papel importante no fortalecimento de IG no Brasil, sua metodologia de trabalho possui algumas limitações. Geralmente suas ações, em formato de consultorias e assessorias, muitas vezes com prazos determinados, acabam priorizando a elaboração e depósito do projeto de reconhecimento da IG no INPI. Outro ponto relaciona-se ao fato de que o excessivo

foco no mercado acaba privilegiando a dimensão econômica das IGs, levando-a a enxergar nelas apenas um negócio.

Em função disso, preocupações relacionadas ao fortalecimento de capital social na região do Vale do Jaguaribe, por intermédio da sensibilização e mobilização dos atores locais, do estímulo a processos de governança representativos e legítimos, da participação de atores da cadeia produtiva com relação indireta com a IG, entre outras questões, acabam relegadas a segundo plano e podem comprometer o processo de reconhecimento e implantação e a sustentabilidade da IG no médio e longo prazo.

Ressalta-se também que o Sebrae realizou/realiza vários eventos promocionais voltados ao Queijo Coalho, tais como: A Feira de Negócios da Região do Jaguaribe (Fenerj), em parceria com a Prefeitura Municipal de Jaguaribe e a Queijaribe, cujo objetivo é promover e ampliar ainda mais o mercado do Queijo Coalho, além de propiciar aos produtores maior divulgação de seus negócios, desenvolvendo neles a consciência de que a pecuária leiteira é uma atividade lucrativa em plena expansão.

O Sebrae atuou ainda nas bacias leiteiras da região do baixo Jaguaribe buscando qualificar os produtores e melhorar a qualidade dos produtos lácteos, realizando esse trabalho nos laticínios há mais de 4 anos, objetivando sempre a melhoria nas estruturas das queijarias, levando inovação para os processos de produção e para a gestão da cadeia produtiva do queijo. Além disso, criou também um importante evento promocional para divulgar o produto lácteo na região, denominado “Festival de Queijo de Jaguaribe”, que é realizado anualmente e que hoje está na sua XIV edição.

Roizman (2015) destaca que o enfoque do Sebrae no incentivo à IG iniciou-se em 2003 e ganhou força após 2008, com a “Chamada Nacional de Projetos de Indicação Geográfica”, cuja meta foi selecionar projetos para apoio técnico e financeiro. Foi em meio a essas iniciativas que foram idealizados os projetos de IG do Cariri Paraibano (PB) e de Divina Pastora (SE) junto às rendeiras dessas localidades. Entretanto, observa-se na metodologia do Sebrae uma excessiva predominância da dimensão econômica em detrimento de outras dimensões como a cultural, a ambiental

e a social, o que sugere que a contribuição do Sebrae não possui preocupação em considerar a IG como ferramenta para estímulo e promoção do desenvolvimento local.

5.2.4 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – Mapa

O Mapa é responsável pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária, pelo fomento do agronegócio e pela regulação e normatização de serviços vinculados ao setor. Por intermédio da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), criou a Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) para planejamento, fomento, coordenação, supervisão e avaliação de atividades, programas e ações relacionadas à IG de produtos agropecuários. Suas ações envolvem apoio financeiro para estruturação de projetos de IG, capacitação e organização de produtores (BRASIL, 2018c).

Em 2005, o Mapa estabeleceu convênio com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e se consolidou como principal entidade em nível nacional para planejar, fomentar e coordenar atividades e programas relacionados à IG de produtos agropecuários no País. Para auxiliar na expansão das IGs no Brasil, a CIG desenvolveu ações importantes como um roteiro que busca explicar, de maneira clara e objetiva, as principais etapas na elaboração do processo de reconhecimento de IG, tais como*:* 1) organização dos produtores; 2) levantamento histórico-cultural; 3) elaboração do regulamento técnico de produção; 4) criação do Conselho Regulador da IG; e 5) apresentação de projeto ao INPI (GLASS; CASTRO, 2009).

A partir de 2013, o Mapa tem utilizado uma metodologia de trabalho com IG, procurando investir em ações integradas para organizar toda a cadeia produtiva. A nova metodologia foi inspirada em proposta de trabalho estruturada conjuntamente pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO – sigla para *Food and Agriculture Organization of the United Nations*) e a Rede Internacional de Pesquisa sobre Indicações Geográficas (Siner-IG – sigla para *Strengthening International Research on Geographical Indications*), instituição financiada pela União Europeia (PELLIN; VIEIRA, 2016).

Essa nova metodologia busca a promoção do desenvolvimento local e regional sustentável por intermédio das IGs e considera os atores locais protagonistas desse processo de desenvolvimento. O Mapa adaptou a metodologia à realidade brasileira, dividindo-a em três etapas:

1) **Prospecção:** A prospecção não se limita apenas a identificar na região produtos agroalimentares com potencial para reconhecimento, mas também a mapear atores (em seus mais diversos níveis) que poderiam auxiliar no reconhecimento da IG e se beneficiar direta ou indiretamente desse reconhecimento. A partir disso, o objetivo é construir uma rede de trabalho envolvendo esses atores. Trata-se de estimular o desenvolvimento da região a partir de seus ativos territoriais e estimular investimentos em capital social, enquanto procura identificar e articular atores locais do território e resguardar os ativos, sustentando-os no tempo e espaço;
2) **Mobilização e caracterização:** A etapa de mobilização e caracterização envolve principalmente a sensibilização dos atores em torno de sua responsabilidade coletiva nas discussões relacionadas à produção e comercialização dos produtos e/ou serviços reconhecidos. É nessa etapa que produtores são capacitados para cooperar entre si, e não apenas competir. É a etapa em que frequentemente surgem conflitos, e o processo de governança territorial (legítimo e representativo) passa a ser ponto nevrálgico. Interesses coletivos devem estar acima de interesses individuais, e isso é particularmente um grande desafio diante do pensamento empresarial, individualista e da cultura política predominante; e
3) **Organização e promoção:** A etapa de organização e promoção é uma etapa que ocorre geralmente após o reconhecimento do produto e/ou serviço e, por isso, tem importância significativa para a sustentabilidade do projeto. No Brasil, a grande maioria das ações de apoio às Indicações Geográficas preocupam-se excessivamente

com o processo de reconhecimento em detrimento da etapa de pós-reconhecimento.

É na terceira etapa que o Mapa procura desenvolver estratégia para inserir o produto e/ou serviço no mercado mediante a adoção de ações efetivas de marketing ou mesmo a construção de canais de distribuição. Trata-se de dar sustentabilidade, principalmente econômica, para a IG.

Um dos principais requisitos para fins de registro de IG, consiste na apresentação do instrumento oficial que delimita a área geográfica, que deve ser expedido por órgão competente de cada Estado, conforme disposto no art. 7º da IN INPI nº 25/2013 (BRASIL, 2013a). Nesse sentido, no âmbito da esfera federal, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) enquadra-se como órgão competente para lidar com os assuntos relativos aos produtos agropecuários. Ademais, o Mapa representa a instância central para assegurar à agropecuária a qualidade, a origem e a identidade dos produtos e insumos agropecuários, além de responder pelas atividades de natureza política, estratégica, normativa e reguladora do setor.

Na maioria das vezes, a qualidade ou sua característica está diretamente relacionada aos fatores humanos, podendo ainda estar relacionada exclusivamente ao meio geográfico onde aconteceu a extração e produção do produto (PINTO; PAIXÃO, 2018). Por isso, para a criação de uma Indicação Geográfica é necessária a sua delimitação, garantindo a exclusividade das características de um produto circunscritas a uma área específica, tornando-a atrativa para o desenvolvimento tecnológico, o turismo, a inclusão social, os ganhos financeiros e a melhoria de qualidade de vida das comunidades (SANTOS JÚNIOR; SANTOS, 2018).

No tocante às ações voltadas à implantação e ao reconhecimento da IG do Queijo Coalho, o Mapa atuou em conjunto com outras instituições, entre elas a Embrapa, o Sebrae, a Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Ceará (Adagri) e a Prefeitura Municipal de Jaguaribe, integrando o grupo de trabalho desde meados dos anos 2000, na prospecção, sensibilização, mobilização e caracterização do produto. Segundo o Representante do Mapa, em 2009 foram realizadas reuniões, encontros e seminários, audiências públicas com e sem a participação de associados, objetivando disseminar o tema na região jaguaribana.

5.2.5 Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI

Criado em 1970, o INPI, vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic), é autarquia federal responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria. Entre os serviços do INPI está o registro das Indicações Geográficas. O setor que trata dessas questões é a Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros (Dicig), que atua na deliberação sobre registros. Além disso, a Dicig participa de atividades articuladas entre o INPI e órgãos parceiros, empresas privadas e outras entidades, promovendo a divulgação e a maior participação de brasileiros nos sistemas de proteção da propriedade intelectual (BRASIL, 2016).

O INPI desempenha papel importante na orientação de produtores e empresários, ou mesmo associações já constituídas quanto à elaboração e encaminhamento dos projetos de solicitação de registro para IG. Essas orientações são fundamentais para diminuir o tempo de espera no reconhecimento da IG e até mesmo para verificar a viabilidade de solicitação da IG para determinado produto e/ou serviço.

Frequentemente técnicos do INPI percorrem o Brasil participando de eventos relacionados à IG. Trata-se de estratégia importante para torná-las conhecidas de produtores e consumidores e fomentar o surgimento de novas experiências. Em muitos casos são abordadas questões técnicas importantes relacionadas à legislação e tramitação de processos no instituto.

Outra atividade importante desenvolvida pelo órgão é a elaboração e publicação de materiais de divulgação relacionadas à IG, em parceria com outras entidades, principalmente com o Sebrae. São publicações que contêm orientações para desenvolvimento e encaminhamento de projetos de reconhecimento de IG junto ao INPI e orientações para diagnósticos de potencialidades. O objetivo é popularizar a IG e estimular o surgimento de novos produtos e/ou serviços com potencial de reconhecimento.

5.2.6 Prefeitura Municipal de Jaguaribe – PMJ

A Prefeitura Municipal de Jaguaribe em parceria com o Sebrae, no intuito de impulsionar a cadeia produtiva e dar mais visibilidade ao Queijo Coalho**,** criou em 2005 um evento todo voltado ao queijo, denominado “Festival do Queijo de Jaguaribe”. Esse evento já está na sua XIV Edição e teve/tem como objetivo divulgar a cadeia produtiva de leite e queijo no município de Jaguaribe, buscando coordenar ações e projetos, bem como articular esforços, otimizar recursos e integrar competências para viabilizar econômica e socialmente o desenvolvimento da região jaguaribana.

No referido evento, além de palestras e oficinas, que foram/são ministradas por especialistas nas áreas de produção de leite e queijo, aconteceram/acontecem também concursos gastronômicos para a escolha do melhor queijo e o melhor prato à base de Queijo Coalho. O “Festival do Queijo de Jaguaribe” tem o intuito de reunir produtores, valorizar a produção do queijo artesanal local, bem como contribuir com informações técnicas para toda a cadeia do leite e do Queijo Coalho do Vale do Jaguaribe.

5.2.7 Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe – Queijaribe

A Queijaribe foi fundada em 29 de maio de 2005, e conta atualmente com 15 associados. Seu principal objetivo é fortalecer por meio do associativismo a atividade dos produtores de queijos e leite da região de Jaguaribe, Ceará. Cabe à Associação desencadear e catalisar o interesse coletivo de agregação, cooperação e integração dos associados no intuito de fortalecer a sua representatividade.

De acordo com o INPI, para receber a concessão de uma Indicação Geográfica para produtos alimentares, os requerentes devem contar com a mediação de uma entidade com característica de representação coletiva que congregue produtores interessados em obter a concessão, normalmente uma associação ou sociedade cooperativa. A organização solicitará, então, por meio de formulário específico, o registro, agregando os demais documentos solicitados para cada caso. Cabe ressaltar que, no caso de Indicação de Procedência, além dos documentos listados, é

necessária a apresentação de elementos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de elaboração do produto, enquanto para a Denominação de Origem, deverá ser apresentada uma descrição das características do produto que se devem essencialmente ao meio geográfico, aí inclusos fatores naturais e humanos.

A Queijaribe, em parceria com o Sebrae e a Prefeitura Municipal de Jaguaribe, realizou vários eventos promocionais voltados ao Queijo Coalho, tais como: A Feira de Negócios da Região Jaguaribana (Fenerj), cujo objetivo é promover e ampliar ainda mais o mercado do Queijo Coalho e propiciar aos produtores maior expectativa de vida de seus negócios, desenvolvendo neles a consciência de que a pecuária leiteira é uma atividade lucrativa em plena expansão.

A associação nasceu da necessidade dos produtores de leite e derivados de Jaguaribe de conjugar forças para barganhar valores que viessem somar com o produto, no caso, o leite e o queijo. Segundo o atual Presidente da Queijaribe, até há pouco tempo, chegou-se a um ponto de que a associação não podia fazer nada. Por quê? Porque a associação não podia vender e nem podia comprar porque simplesmente não tinha Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), pois existia/existe uma lei que não permitia/permite que uma associação negociasse/negocie sem CNPJ. O que isso acarretou para a associação? Os associados passaram a negociar com seus próprios nomes, pois não podiam usar o nome da associação e, em decorrência desse impasse houve uma grande debandada de associados e, consequentemente, um enfraquecimento da associação.

O Presidente da Queijaribe ainda está se familiarizando com os trâmites legais da associação e está buscando o fortalecimento da entidade, bem como envidando esforços para conseguir se familiarizar com o tema Indicação Geográfica. Segundo ele, o Projeto de Lei (PL nº 0087/2019) que regulamenta a produção e a comercialização dos queijos e manteigas artesanais no estado do Ceará, que está em tramitação na Assembleia Legislativa, irá fortalecer a associação, e tudo ficará mais fácil, a exemplo da busca de financiamento e de parcerias, possibilitando que a associação possa dar continuidade ao processo de Indicação Geográfica que está estagnado e não conseguiu avançar até a realização desta pesquisa. O Quadro 6, a

seguir, apresenta as principais contribuições das instituições no processo de implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe.

Quadro 6 — Principais atores no processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe e suas respectivas ações/contribuições

Ator	Descrição sucinta da ação/contribuição	Descrição sucinta das contribuições para o Desenvolvimento Local
Embrapa	1. Atores locais são protagonistas no processo. 2. Metodologia ancorada em quatro etapas: a) Prospecção; b) Caracterização; c) Mobilização e caracterização; d) Organização e promoção). 3. Procura trabalhar em toda cadeia produtiva (da produção à comercialização). 4. Metodologia prevê apoio contínuo a processos de IG. 5. Apoio técnico para elaboração de projetos de reconhecimento de IG. 6. Capacitação de atores locais.	1. Estímulo e fortalecimento do capital social local. 2. Fortalecimento de toda a cadeia produtiva do setor, gerando emprego e renda local. 3. Estímulo à governança territorial local. 4. Inserção de produtores e produtos no mercado, gerando emprego e renda local. 5. Estímulo ao desenvolvimento de atividades complementares (turismo). 6. Preocupação com a sustentabilidade social, ambiental, cultural e econômica da IG.
INPI	1. Socialização do tema de IG no País. 2. Orientação técnica a produtores, empresários e associações em relação à IG (potencialidades e limites). 3. Elaboração e distribuição de material informativo sobre IG. 4. Qualificação de profissionais por meio de cursos *stricto sensu*.	1. Estímulo ao reconhecimento de IG no Brasil. 2. Fortalecimento das discussões de IG enquanto estratégia de desenvolvimento local e regional.
Sebrae	1. Metodologia ancorada em duas etapas: sensibilização e capacitação. 2. Capilaridade em suas ações. 3. Apoio técnico na elaboração de projetos de reconhecimento de IG.	1. Atua próximo à região e aos produtores (capilaridade da organização). 2. Expertise na elaboração de planos de negócios, fundamental na etapa pós-reconhecimento (vitalidade da IG).

	4. Elaboração e distribuição de material informativo sobre IG. 5. Promoção de eventos. 6. Capacitação de atores locais.	
Uece	1. Apoio técnico para elaboração de projetos de reconhecimento de IG. 2. Capacitação e treinamento para produtores. 3. Apoio na realização de pesquisas laboratoriais.	1. Possibilita abordagem multidisciplinar do desenvolvimento regional. 2. Geralmente atua próximo à região e aos produtores, o que garante fácil inserção nos projetos de discussão e reconhecimento de IG.

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.3 Principais entraves e desafios ao processo de implantação da IG do Queijo Coalho

Apesar de todos os esforços envidados pelas instituições e do reconhecimento de qualidades e da procedência do Queijo Coalho de Jaguaribe, características básicas para a implantação da IG, verificou-se a existência de alguns entraves que não permitiram o avanço da institucionalização dessa IG, bem como alguns desafios a serem superados.

5.3.1 Principais entraves

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

No entanto, no caso dos produtores do Vale do Jaguaribe, esse fato não se constituiu necessariamente em um entrave, tendo em vista o questionamento prévio a que foram submetidos sobre a aceitação desse projeto para a implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, manifestando-se, de acordo com a Pesquisadora da

Embrapa, uma das pioneiras no trabalho de orientação para os produtores, da seguinte forma:

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

Observou-se nesses questionamentos que a Pesquisadora chamou a atenção dos produtores para o fato de que a solicitação ou pedido do registro de IG só poderia ser feito por eles, por meio da associação, e que as Instituições que lá estavam tinham tão somente o papel de orientadores na busca pela certificação e, posteriormente, o registro de Indicação Geográfica. De acordo com a entrevistada (Pesquisadora da Embrapa), o principal entrave identificado por ela que impediu o avanço da implantação da IG foi a questão da legislação, inclusive, segundo ela, quando deram entrada no pedido de registro da IG do queijo de Jaguaribe, esse pedido foi barrado pelo Mapa, por intermédio da Superintendência do Estado do Ceará, pela inexistência de legislação específica para a regulamentação do fabrico de queijos artesanais.

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

A Pesquisadora da Embrapa falou ainda que foram realizadas várias reuniões com os órgãos (Mapa e Adagri) responsáveis pela legislação e enfatizou que o problema maior está no uso do leite cru para a produção do queijo, e que essas instituições fiscalizadoras só aceitariam a produção do queijo com leite cru se o mesmo fosse maturado por pelo menos 60 dias, conforme as condições preconizadas pela legislação vigente (Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017) (BRASIL, 2017), para manter a segurança microbiológica e a qualidade do produto. Porém, os

produtores de queijo de Jaguaribe não fazem esse procedimento. Isso pode ser comprovado pela fala da Pesquisadora da Embrapa:

> A gente fez várias reuniões aqui na Embrapa tentando elaborar essa legislação e quando a gente ia discutir com as instituições que são legisladoras que não é a Embrapa e nem a Queijaribe... que tem que ser o Mapa e a Adagri, eles não aceitam leite cru... eles só aceitam leite cru se tiver maturação comprovada como fez com o queijo mineiro, ou seja 60 dias de maturação e o queijeiro do Ceará não fez/faz isso então não é aceito e nós não temos legislação... a IG não vai ocorrer sem a legislação... [eu perguntei se esse era o principal entrave do processo]. (Pesquisadora da Embrapa).

Da mesma forma, existe um conjunto de leis e decretos que tratam da inspeção sanitária de alimentos, no entanto, até poucos anos atrás a legislação sanitária não fazia distinção entre os produtos industriais produzidos em grande escala e os produtos artesanais feitos em pequenas quantidades, que nem mesmo eram citados nos textos legais. A partir do século XXI, após expressiva reivindicação dos produtores artesanais e dos agricultores familiares, procedeu-se a algumas mudanças na legislação sanitária, abrindo espaço para os produtos artesanais, mesmo que ainda de forma bastante tímida. Depois disso, outros decretos, instruções normativas e até mesmo novas leis foram publicadas tratando desse tema.

Nesse mesmo período, diversas unidades da federação têm criado legislações que incluem algum tratamento diferenciado ao processamento artesanal, como por exemplo, os estados de Minas Gerais, Rio grande do Sul, Santa Catarina, Rio Grande do Norte, Sergipe, Pernambuco e Bahia. Destaca-se a publicação da recente Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018 (BRASIL, 2018a), que tratou da fiscalização de produtos e alimentos de origem animal produzidos de forma artesanal. Essa lei reconheceu definitivamente o tema e criou o Selo Arte, que passou a identificar os produtos artesanais, e em 18 de julho de 2019 foi publicado o Decreto Federal nº 9.918/2019 (BRASIL, 2019b) regulamentando o uso do Selo Arte, o qual irá permitir a comercialização dos produtos artesanais em todo o Brasil mesmo que tenham sido inspecionados somente pelo Serviço de Inspeção Municipal (SIM) ou pelo Serviço de Inspeção estadual (SIE). Essa é a principal vantagem do Selo Arte. Outra lei federal recente é a de nº 13.860, de 18 de julho de 2019 (BRASIL, 2019c), que estabelece normas para a elaboração e comercialização de queijos artesanais, ainda não

regulamentada. Também na esfera federal, a Anvisa publicou a Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) nº 49, de 1º de novembro de 2013 (BRASIL, 2013c), que estabeleceu procedimentos simplificados para o registro e inspeção da pequena produção da agricultura familiar e economia solidária, incluindo os produtos artesanais, considerados de baixo risco sanitário. No entanto, não estão detalhadas as normas técnicas para o processamento desses produtos. Mas ainda há muito o que fazer, as mudanças da legislação em geral têm sido focadas em aspectos gerais, e o termo artesanal não tem ainda um conceito claro necessário para embasar a regulamentação. Além disso, as exigências estruturais devem ser simplificadas para a realidade da pequena produção artesanal, bem como os procedimentos de registro e de inspeção sanitária como estratégia para alcançar segurança sanitária e alimentar, e a inclusão dos produtos artesanais no mercado formal.

A Pesquisadora da Embrapa relatou ainda que o SIE, à época, até concordava em ter produtos de leite cru, só que eles também exigiam que houvesse um tempo de maturação de 22 (vinte e dois) dias, procedimento que a maioria dos queijeiros de Jaguaribe e praticamente de todo o Ceará não faz, ou seja, eles não obedecem e não cumprem até hoje o tempo necessário à maturação, pois fazem o queijo num dia e no outro já está no mercado. Também observou que houve grande resistência às mudanças por parte dos produtores da região, pois boa parte deles não tinha nenhuma flexibilidade e não via com bons olhos as orientações para adotar e se adequar às Boas Práticas de Fabricação (BPF). Esse seria o primeiro passo a ser dado para o cadastramento dos produtores, por isso somente os queijeiros filiados à Queijaribe puderam participar de várias ações do processo de reconhecimento da IG do Queijo Coalho.

Segundo a mesma, foi de fundamental importância esclarecer os produtores à época de que as mudanças vigentes na legislação sanitária não trariam só encargos, mas proporcionariam também maior valorização do produto frente ao mercado consumidor conferindo ao queijo de Jaguaribe uma imagem de credibilidade e segurança.

O Pesquisador da Uece, ao ser questionado sobre o papel da Instituição no processo de implantação da IG do Queijo Coalho, esclareceu que a Instituição participou tão somente do treinamento e capacitação dos produtores de queijo de

Jaguaribe. Ele ressaltou ainda que o Projeto em si não era da Uece e sim da Embrapa, e que participou dele como colaborador, ministrando treinamentos e alguns cursos de capacitação.

Segundo o Pesquisador, a aceitação dos produtores da região foi muito boa, pois eles gostaram muito de participar das capacitações e dos treinamentos, aprenderam bastante e ficaram muito entusiasmados com a perspectiva de melhoria de renda. Para o Pesquisador, os produtores são muito práticos, eles gostam de ver os resultados lá no fim. Então, quando esclareceu a todos que esses esforços iriam trazer uma melhoria de renda e de meta como resultado positivo desse trabalho, eles ficaram bastante entusiasmados. Infelizmente o processo não teve continuidade, não foi levado adiante, e, no caso específico do Queijo Coalho de Jaguaribe, eles tinham toda a condição necessária para a obtenção do selo de Indicação Geográfica.

Ao ser questionado sobre quais os principais entraves para a implantação de uma IG para o produto Queijo Coalho, o Pesquisador da Uece respondeu:

> Na minha opinião, primeiro é falta de uma Associação ou Cooperativa forte que consiga agregar todos os produtores, pois o que acontece é que lá, por exemplo, em Jaguaribe, tem muita interferência política, então isso é ruim porque a política interfere dentro da Associação e aí começa a fragmentar a Associação. (Pesquisador da Uece, 2019).

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

O segundo grande entrave é a falta de vontade dos produtores de querer levar à frente esse processo de Indicação Geográfica, e o terceiro é a acomodação. Segundo o Pesquisador, os produtores estão muito acomodados, pois sabem que mesmo na informalidade já têm garantida a venda do queijo, pelo menos a maioria deles. Assim não se preocupam em melhorar para conseguir uma IG, porque o queijo deles é tão reconhecido, tão procurado, que mesmo na informalidade e na clandestinidade eles vendem tudo.

O Pesquisador da Uece também informou que uma grande autoridade em queijos artesanais, da Universidade Federal de Viçosa-MG, por ocasião do 1º

Encontro em Defesa e Valorização do Queijo Coalho Artesanal de Jaguaribe, realizado no dia 24 de agosto de 2017, no Auditório da Emater de Jaguaribe-CE, conversou com todos os produtores presentes, e que estavam lá mais de 30 produtores da região de Jaguaribe. Ela ouviu atentamente e anotou tudo, e depois, ao conversar informalmente com o Pesquisador, falou que o problema maior deles é a acomodação. Segundo ela, “eles estão acomodados, e por assim estarem, eles não têm uma visão de futuro de que podem galgar mais um degrau acima, ou seja, eles estão acomodados... e por eles venderem tudo o que eles produzem eles não pensam no futuro” (Pesquisador da Uece, 2019).

Quanto a esse aspecto, Santos (2017) aponta que a informalidade pode ser desfavorável, pois, mesmo que os produtores continuem comercializando seu produto, eles estão sujeitos a apreensões, enfrentam restrições para aumentar sua produção e auferem preços significativamente menores pelo produto.

Para a Representante do Sebrae, os maiores entraves estão nas exigências da legislação e na baixa capacidade de investimento do produtor para se adequar à legislação. Por ocasião da Audiência Pública realizada em 27 de junho de 2019, no Auditório da Assembleia Legislativa do estado do Ceará, ficou bastante evidente essa questão da baixa capacidade do produtor para investir e se adequar às normas vigentes. A maioria dos produtores que se manifestou fazendo uso da palavra na Audiência Pública, queixou-se da falta de condições financeiras para melhorar as suas instalações e fazer uso de todos os procedimentos necessários para a obtenção de um alimento saudável e livre de contaminações, por meio das Boas Práticas de Fabricação (BPF), atendendo dessa forma às exigências constantes na legislação.

Na opinião do Presidente da Queijaribe, o principal entrave para a implantação da IG do Queijo Coalho é a falta da legislação estadual para a regulamentação do fabrico de queijos artesanais, pois sem amparo legal não se consegue financiamento, segundo ele, o que dificulta a definição da situação atual dos produtores, bem como que se dê continuidade ao processo de implantação da Indicação Geográfica, confirmando que esse é de fato um dos maiores entraves para a implantação da IG.

Para o produtor artesanal de Queijo Coalho de Jaguaribe, o principal entrave é:

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

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

Para o Técnico da Prefeitura Municipal de Jaguaribe, o maior entrave é a formação sobre o processo de criação da área de Indicação Geográfica, junto aos produtores de queijo do município. Já o Prefeito do município de Jaguaribe, considera como um grande entrave à implantação da IG a ausência da legislação. Ao fazer uso da palavra na Audiência Pública, o Prefeito falou que o estado do Ceará está devendo aos produtores de queijo essa legislação e ressaltou que quase todos os estados do Nordeste já têm a lei que protege e regulamenta a produção e comercialização do queijo artesanal. Acrescentou que a elaboração da lei constitui também uma forma de respeito aos consumidores, que estão consumindo queijo cuja origem e modo de transporte desconhecem. Segundo o Prefeito, a legislação também oferecerá proteção contra a venda de queijos que vêm de outros estados para o Ceará como se de Jaguaribe fossem. Ele ressaltou ainda que apesar da seca a produção de leite em Jaguaribe aumenta de forma milagrosa e, no inverno, o preço do leite desaba. Então a iniciativa da aprovação da lei é apropriada, inclusive porque vai possibilitar gerar emprego em toda a cadeia produtiva, pois o município produz mais de cem mil litros/dia de leite e 80% dessa produção é transformada em queijo, na sua grande maioria coalho, como é a tradição do município.

No Quadro 7, apresenta-se um resumo dos principais entraves que impedem o avanço da implantação/implementação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe, apontados pelos atores locais. Nele identifica-se que é quase unanimidade entre os entrevistados que o fator legislação é um dos grandes entraves para se levar à frente o processo de IG. Também ficou visivelmente evidenciado que o fator político influencia sobremaneira na continuidade das ações.

Quadro 7 — Principais entraves apontados pelos entrevistados à implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil

INSTITUIÇÕES	PRINCIPAIS ENTRAVES APONTADOS
Embrapa	Ausência da legislação para queijos artesanais.
Uece	A falta de uma Associação ou Cooperativa forte que consiga agregar todos os produtores; A interferência política; A falta de visão de futuro e a acomodação dos produtores.
Mapa	A ausência da legislação estadual referente ao produto Queijo Coalho constitui o principal entrave ao andamento da implantação do projeto.
Sebrae	O rigor nas exigências da legislação; Baixa capacidade de investimento do produtor para se adequar às normas.
Prefeitura Municipal de Jaguaribe (Prefeito)	A ausência da legislação estadual referente ao produto Queijo Coalho constitui o principal entrave ao andamento da implantação do projeto.
Prefeitura Municipal de Jaguaribe (Técnico)	Para o técnico da PMJ, a formação sobre o processo de criação de uma área de Indicação Geográfica junto aos produtores é o maior entrave.
Queijaribe (Presidente)	O Presidente da associação também apontou a legislação como um dos maiores entraves, e A falta da cultura do associativismo e cooperativismo.
Produtor de queijo B	O produtor artesanal de Queijo Coalho apontou como principal entrave a questão política, ou seja, as politicagens que não deixam as coisas andarem como têm que andar.

Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2019).

Com o intuito de tentar resolver o problema da legislação estadual, conforme já ressaltado, foi realizada no dia 27 de junho de 2019, no Auditório da Assembleia Legislativa do estado do Ceará, uma audiência pública para discussão do Projeto de Lei nº 0087/2019, que dispõe sobre a Regulamentação da Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará. Essa audiência contou com a presença de produtores, do presidente da associação de produtores de leite e derivados e das instituições que contribuíram/contribuem para o processo de implantação/implementação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, além dos representantes de outras instituições como Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará (Adece). As Figuras 9 e 10 registram a participação dos atores mencionados.

Figura 9 - Audiência Pública sobre Projeto de Lei nº 0087/2019 - Regulamentação da Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará

Fonte: Foto de Jorge Dáurio (2019).

Figura 10 — Audiência pública realizada com a participação das instituições e produtores

Fonte: Foto de Ana Augusta (2019).

Percebeu-se, nessa audiência, a popularidade do Queijo Coalho de Jaguaribe, amplamente consumido e amado pela população local, pelo povo cearense, os nordestinos e pelos turistas do País e do exterior que visitam a Terra da Luz, devido à notoriedade, reputação e relevância que assume para a economia regional, assim como ao imensurável saudosismo mental que provoca/produz naqueles que o reconhecem.

Esse debate e discussão acerca da legislação foi de fundamental importância para os produtores de queijo ali presentes, e isso pode ser percebido pelas palavras de um dos produtores de queijo mais antigo da região do Vale do Jaguaribe:

> Eu queria agradecer pelo reconhecimento da legislação que foi iniciado... dado o pontapé em 2011, no I Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil, lá no Banco do Nordeste do Brasil (BNB), aqui em Fortaleza, no qual eu fui Palestrante quando se elaborou uma Carta e eu fui um dos assinantes dessa Carta.... e de lá pra cá eu venho batalhando para que se realizasse esse sonho... a Dra. Socorro Bastos (Pesquisadora da Embrapa) está de prova, pois eu também participei do II Simpósio em Porto Alegre, onde a Dra. Socorro Bastos também estava... e lá foi feita também a segunda Carta, regularizando essa lei... é lamentável que nós ainda não temos a regularização dessa lei e hoje eu vejo que o Ceará não tem a lei enquanto Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Alagoas, Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte já estão com suas legislações. (Produtor B de queijo de Jaguaribe, 2019).

Percebe-se nas palavras do Produtor um grande anseio para que as autoridades deem continuidade ao processo em busca do reconhecimento da IG do Queijo Coalho, segundo ele, iniciado em 2011, no I Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil, realizado em Fortaleza, e que até o presente momento não foi concretizado. Em seu relato também destaca a grande necessidade de qualificação de produtores e agricultores rurais por meio das capacitações oferecidas pela Emater-CE, para que possam dispor de matéria-prima de qualidade sem necessariamente precisar ter toda a infraestrutura exigida pela legislação em vigor, como se verifica na transcrição de suas palavras a seguir:

> Aquilo que eu vejo a mais, da parte da dificuldade é que vocês poderiam também criar uma lei de incentivo aos agricultores e que esse incentivo viesse por uma extensão de qualidade preparando os nossos produtores para terem uma matéria-prima de qualidade... porque o que tem na Extensão do Ceará, e eu fui Extensionista por três anos e eu observei todo o tempo que eu passei lá é que a Extensão é uma “brincadeira” e não está levando melhoria para o

> campo... é um dinheiro que está sendo dado em vão... jogado fora... era para que “seje” preparado os Extensionistas para dar assistência ao homem do campo pra produzir um leite de qualidade... disseram aqui que comeram queijo artesanal com leite cru... primeiro que leite cru de péssima qualidade ele não dá queijo artesanal... se veio queijo artesanal pra prateleira do supermercado é porque o leite tinha qualidade... e outra coisa, produto artesanal com leite cru não existe nenhum outro no mundo até hoje... foi feita a pesquisa pela Slow Food, uma ONG internacional, enquanto que o leite pasteurizado tem vários outros constatados por ela... aí fica uma discussão né do que é que deve ser feito ou não [aplausos] ...o que deve ser feito é procurar incentivar o nosso produtor a fazer uma matéria-prima de qualidade e o prédio (instalação) não precisa necessariamente ter essa estrutura que estão pedindo. (Produtor B de queijo de Jaguaribe, 2019).

O Slow Food citado na fala do Produtor é uma ONG com mais de cem mil membros com escritórios em diferentes países, que tem como princípio básico o direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que se respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção, os produtores, e defende como essencialidade de toda a sua filosofia que o consumidor esteja sempre bem informado sobre o que come, tornando-se coprodutor.

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

Quando se diz que um produto ou serviço é notório, quer-se indicar que ele provoca reconhecimento, lembrança e evocação espontânea, de tal forma que ele se distingue de similares e afins. O reconhecimento é o primeiro passo para atingir um nível básico de notoriedade. A notoriedade tem a ver com o alto grau de conhecimento pelo público consumidor específico, com valores transmitidos decorrentes de

características intrínsecas ou específicas daquele produto ou serviço. A qualidade do Queijo Coalho de Jaguaribe é bem conhecida e sua notoriedade e reputação é comprovada em pesquisas, livros, artigos, dissertações, teses, links de reportagens televisiva, entre outros registros, como se pode observar no fechamento do depoimento do Produtor de queijo A e também no Anexo B.

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

Quando o Produtor de queijo A falou em alto e bom som a todos os presentes na Audiência: "vocês querem atrapalhar a nossa vida", ele se referiu à falta de legislação estadual para a produção e comercialização do Queijo Coalho objetivando a saída do produto da informalidade e, consequentemente, da clandestinidade. A falta dessa legislação é um dos grandes entraves para a realização do sonho do produtor queijeiro de um dia ver o seu produto ser comercializado legalmente em todo o País, e também no exterior, conforme se viu no depoimento do Produtor de queijo A, além de ser um fator impeditivo e um gargalo no avanço e no reconhecimento da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe.

5.3.2 Principais desafios

A Pesquisadora da Embrapa apontou como principal desafio à implantação da Indicação Geográfica (IG) do Queijo Coalho de Jaguaribe, a conscientização do produtor para seguir as normas constantes nas Boas Práticas de Fabricação (BPF), que são os procedimentos necessários para a obtenção de alimentos saudáveis e livres de contaminação. Segundo a Pesquisadora, o que aconteceu/acontece é o seguinte:

> Os produtores trabalhavam/trabalham com a tradição do saber-fazer familiar há várias gerações e, por conta disso, eles não viam/veem com bons olhos a questão da maturação, que é o processo de transformações físico-químicas, microbiológicas e sensoriais que ocorre com o queijo ao longo de um certo tempo, em determinadas condições de temperatura e umidade. (Pesquisadora da Embrapa, 2019).

Segundo Cavalcante, Bastos e Fontenele (2017), a maturação do queijo é uma etapa muito importante na fabricação de queijos, na qual ocorre o desenvolvimento das características do queijo produzido. Durante essa etapa se permite que milhões de microrganismos e enzimas atuem, quebrando as moléculas de proteínas e gorduras, resultando numa complexa combinação de compostos que influenciam na textura, sabor e aroma do queijo.

Entretanto, é oportuno ressaltar que, para ter sua circulação e comercialização asseguradas, os queijos, mesmo que artesanais, devem estar de acordo com a legislação que rege a produção de alimentos no Brasil, e, para isso, faz-se necessária ampla conversão dos sistemas tradicionais (práticas, utensílios, instalações) a sistemas modernizados, o que frequentemente leva ao desaparecimento das práticas tradicionais.

Para a Pesquisadora da Embrapa, não se trata de uma questão de resistência por parte deles e sim de falta de flexibilização e conscientização dos produtores acerca da necessidade de se adaptarem às boas práticas de fabricação.

Santos (2017) esclarece que as evidências empíricas permitem dizer que os produtos alimentares tradicionais estão sujeitos a dois Estados: um que protege, salvaguarda e valoriza; outro que persegue, apreende e condena. O primeiro representado principalmente pelo apoio às ações de salvaguarda e proteção de bens, desenvolvidos por instituições estatais com o apoio e a articulação com organizações da sociedade civil. Nesse campo de atuação estatal, noções como as de cultura e patrimônio estão entrelaçadas e tornam-se pertinentes de ser acionadas. O “segundo Estado”, representado principalmente pelas instituições de normatização que elaboram as leis que regem a produção de alimentos no País, tem uma perspectiva voltada para os produtos em si, dissociados de contextos e ambientes de produção.

No centro dessas questões estão as pessoas simples e milhares de famílias que com suas práticas, saberes há muito constituídos que, para além da preocupação

com produtos e posicionamentos estatais, buscam viver e trabalhar de acordo com suas lógicas e visões de mundo.

Outro grande desafio apontado pela Pesquisadora relaciona-se à procedência da matéria-prima (leite cru).

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

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

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

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

Além disso, há também o desafio da questão da delimitação da área, pois segundo a Pesquisadora, havia na época queijeiros de vários lugares fora dos limites do município de Jaguaribe que queriam fazer parte da IG, por isso que o critério de ser associado à Queijaribe teve que ser obrigatório.

Niederle (2011) também considera como desafio de grande complexidade a demarcação das áreas geográficas para bens cuja produção esteja dispersa no

território ou espraiada numa ampla área, inclusive com descontinuidade, como é o caso do Queijo Coalho do Vale do Jaguaribe.

O Pesquisador da Uece apontou como principal desafio a saída da ilegalidade, argumentando que a informalidade não é benéfica nem para o estado nem para os produtores de queijo. Ele ressaltou ainda a importância do Projeto de Lei que dispõe sobre a Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais em tramitação na Assembleia, objeto de discussão na Audiência Pública com representantes de várias instituições e também pelos produtores de queijos que estiveram presentes no evento, cuja aprovação e consequente transformação em lei irá sanar essa situação.

Outro grande desafio apontado pelo Pesquisador foi a necessidade de se fazer um trabalho sério no tocante à disseminação das informações básicas e necessárias aos consumidores para que eles saibam o que é o queijo artesanal, qual o seu valor e a sua representatividade para o município e também para o estado do Ceará, pois é imprescindível informar à população sobre os benefícios do queijo artesanal feito de leite cru para a saúde. Adequar-se às BPF e procurar sempre melhorar a qualidade da matéria-prima, no caso o leite cru, também é um desafio imensurável.

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

Para o Secretário Municipal de Educação e Cultura, representante da Prefeitura Municipal de Jaguaribe, o único desafio é a conscientização dos produtores e da população sobre a importância que o Queijo Coalho tem para a cidade, na vertente cultural e econômica. Para o Presidente da Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (Queijaribe), o grande desafio será conseguir que os produtores de queijos se associem. Segundo ele, um dos grandes entraves ao desenvolvimento da região do Jaguaribe é a falta da cultura do associativismo, pois

cada um só quer trabalhar individualmente, e boa parte dos produtores ainda não tem essa consciência e isso dificulta muito. O Presidente da Queijaribe ressaltou ainda que esse é um grande desafio, “pois a gente tem que mostrar que unidos somos mais fortes”. Conforme ainda o Presidente da Queijaribe, a lei que regulamentará a produção e a comercialização dos queijos e manteigas artesanais irá fortalecer a associação, e tudo ficará mais fácil, como por exemplo a busca de financiamento e de parcerias, possibilitando que a associação dê continuidade no processo de Indicação Geográfica que até agora está estagnado.

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

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

O Quadro 8 apresenta um resumo dos principais desafios apontados pelos entrevistados.

Quadro 8 — Principais desafios apontados pelos entrevistados à implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, Ceará, Brasil

PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO/IMPLEMENTAÇÃO DE IG	
Instituições/Associação/Produtor	**Principais desafios apontados**
Embrapa	Conscientizar o produtor a seguir as normas Boas Práticas de Fabricação, que são procedimentos necessários para obtenção de alimentos saudáveis e livres de contaminação; Fazer com que eles trabalhem a questão da maturação do queijo; Verificar a procedência da matéria-prima.
Uece	Sair da ilegalidade. O Projeto de Lei nº 0087/2019, que está tramitando na Assembleia Legislativa é para justamente sairmos da informalidade; Levar mais informações aos consumidores sobre o queijo artesanal;

	Mostrar qual é o valor do queijo artesanal, quais os benefícios do queijo feito de leite cru para a nossa saúde; Melhorar a qualidade da matéria-prima, no caso o leite cru.
Sebrae	Sensibilizar os produtores, parceiros e instituições públicas para a integração de esforços, conhecimento técnico e recursos financeiros.
Prefeitura Municipal de Jaguaribe	Conscientizar os produtores e a população sobre a importância que o Queijo Coalho tem para cidade, na vertente cultural e econômica é o maior dos desafios.
Mapa	Promulgar o regramento legal em nível de estado. Embora a atividade esteja regulada nacionalmente, por conta das particularidades locais, necessita-se de um conjunto normativo próprio para que se alavanque a consecução da referida Indicação Geográfica.
Queijaribe (Associação)	Envidar esforços para que os produtores se associem e trabalhem em conjunto; Fortalecer a associação; Conseguir a Indicação Geográfica. A gente tem que mostrar que unidos somos mais fortes.
Produtor de queijo A	Inovar sempre no produto; Buscar melhorias para o seu laticínio; Agregar valor à sua produção.

Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da pesquisa (2019).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve o objetivo de analisar o processo de implantação da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-CE, apontando os entraves e desafios que impedem o avanço do processo de implantação dessa IG e ainda avaliar como se dá a participação dos agentes institucionais locais envolvidos no processo.

O estado do Ceará apresenta grande potencial para ingressar com o pedido de reconhecimento para implantação e implementação de Indicação Geográfica (IG) junto ao INPI, por possuir em algumas regiões do estado produtos altamente diferenciados, com tradição, reputação, notoriedade e peculiaridades únicas, que apresentam um modo de produção com base em tradição familiar ou comunitária.

Entre essas regiões, destaca-se o Vale do Jaguaribe – região socioeconômica do estado do Ceará, composto por 15 municípios nos quais é produzido o tradicional Queijo Coalho de leite de vaca cru, que goza reputação por suas características peculiares. Percebe-se que a extensão territorial da região, de certa forma dificultará a definição da área a ser delimitada para a implantação da IG, visto que o queijo artesanal é produzido praticamente em todo o Vale do Jaguaribe. Entretanto, para facilitar a delimitação da área geográfica para o processo de reconhecimento da IG do Queijo Coalho junto ao INPI foi considerado apenas o município de Jaguaribe, onde está localizada a Associação dos Produtores de Leite e Derivados do município – Queijaribe. Os técnicos da Embrapa decidiram então que somente os produtores de queijo afiliados à Queijaribe iriam participar dos workshops, treinamentos, seminários de sensibilização e capacitação técnica, deixando de fora desse processo outros produtores de queijo do Vale do Jaguaribe.

A produção de queijos e derivados do leite é a principal atividade econômica do município de Jaguaribe-CE, localizado na segunda maior bacia leiteira do estado do Ceará. A maioria da produção de leite da região é destinada à produção de Queijo Coalho, que possui mercado garantido e é uma das atividades que mais gera emprego e renda na região jaguaribana, o que justifica o reconhecimento nacional do município pelo título “a terra do Queijo Coalho”. Esse fato fica notório pela quantidade de estudos (artigos científicos, dissertações e teses) e de reportagens na imprensa escrita e televisiva sobre o Queijo Coalho de Jaguaribe-CE.

Verificou-se que diversas instituições se empenharam para a normatização e padronização da produção de Queijo Coalho, o que resultou na ocorrência de vários treinamentos com os produtores, entre as quais se destacam a Embrapa como principal parceira, e a Prefeitura de Jaguaribe, a Uece e o Sebrae como instituições que desempenharam papel fundamental no processo de sensibilização dos produtores bem como nos treinamentos/capacitação

As ações pioneiras foram realizadas e capitaneadas pela Embrapa, no sentido de adequar o Queijo Coalho ao padrão de qualidade exigido pelo mercado, somando-se a outras ações que foram desenvolvidas na fase anterior por meio do “Projeto Bovinocultura Leiteira de Jaguaribe”, apoiado pela prefeitura do município, que também capacitou os produtores de leite e queijo da região jaguaribana, utilizando-se para isso de um diagnóstico no qual se objetivou avaliar a qualidade do Queijo Coalho; de capacitação em Boas Práticas de Fabricação (BPF); de oficinas e consultorias, acompanhamento técnico das instalações físicas de indústria e laticínios; de orientação aos produtores; e de visitas da vigilância sanitária. Os técnicos do Sebrae e da Uece fizeram o estudo e o acompanhamento

A caracterização do Queijo Coalho de Jaguaribe feita pelos técnicos da Embrapa e demais parceiros foi uma das primeiras ações realizadas objetivando a implantação da IG do produto. Além disso, ações de pesquisa, de desenvolvimento e conscientização foram intensificadas por parte dos parceiros dos produtores, para alcançar o intuito. Entre as ações foram realizados workshops, treinamentos, seminários de sensibilização, capacitação técnica e reuniões com produtores, promovidos por instituições como Embrapa, Uece e Sebrae.

No entanto, ainda era predominante nesse município o mercado informal do leite, caracterizado pelo comércio direto do produtor ao consumidor doméstico ou ao fabricante de produtos lácteos não fiscalizados, principalmente queijos. A maioria dos queijeiros era resistente às mudanças e não aceitava as normas constantes no Manual de Boas Práticas de Fabricação. Essa prática era decorrente da falta de uma legislação para a produção e comercialização de queijos e manteigas artesanais no estado do Ceará.

A Embrapa foi a instituição que mais se envolveu no processo, realizando inclusive pesquisas incessantes como análises microbiológicas, físico-químicas e

sensoriais e acompanhou consumidores do Ceará para avaliar a aceitação do produto. À época, foi feito o isolamento de bactérias láticas, características do Queijo Coalho consumido, responsável por conferir diferencial ao produto, fato que permitiria reconhecer a IG do Queijo Coalho tanto como de Indicação de Procedência quanto de Denominação de Origem. Em síntese, a Embrapa exerceu papel fundamental na melhoria da qualidade do queijo por meio de capacitação dos produtores, das análises físico-química e microbiológica para verificar a qualidade do produto e do resgate e da valorização da história e da cultura desses produtores, que vêm trabalhando arduamente para viabilizar sua principal atividade econômica, desenvolvida com responsabilidade social e ambiental.

As ações do Sebrae foram pautadas principalmente pela sensibilização e capacitação dos produtores. Essa instituição teve um caráter focado mais na gestão das propriedades, desenvolvido por meio de consultorias e assessorias, processo do qual nem sempre os produtores são protagonistas. Porém, outro ponto a ser considerado na metodologia do Sebrae é o excessivo foco no mercado, priorizando a dimensão econômica nas discussões, em detrimento das outras dimensões do desenvolvimento (ambientais, sociais e culturais). Sua maior preocupação, portanto, é com a sustentabilidade econômica dos empreendimentos, o que não deixa de ser salutar, tendo em vista que a maioria dos empreendimentos rurais tem problemas de gestão. Como ponto positivo em relação aos demais atores, é importante destacar a capilaridade da instituição. Essa capilaridade permitiu ao Sebrae estar presente em todo o estado, atuando de maneira mais próxima aos projetos de IG junto à Embrapa e à Uece.

As contribuições da Uece no processo de reconhecimento e implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe foram feitas, em parceria com a Embrapa e o Sebrae, a título de colaboração. Como Instituição colaboradora a Uece participou das principais etapas para a construção do processo da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, tais como: o mapeamento das queijarias com potencial para IG; a descrição e a caracterização do produto; a pesquisa para fazer a diferenciação do queijo; ministrando ainda cursos e treinamentos importantes, bem como elaborou várias propostas e sugestões para os produtores de Queijo Coalho de Jaguaribe objetivando

a melhoria da qualidade da matéria-prima e a incessante busca da implantação de Boas Práticas de Fabricação nas queijarias.

As ações pertinentes à Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe - Queijaribe no processo de reconhecimento e implantação da IG, foram pautadas pelas inúmeras reivindicações de seus afiliados desde a época de sua fundação que eram/são a necessidade de regulamentação das queijarias que trabalhavam/trabalham com o leite cru, por meio de uma legislação adequada ao produtor de Queijo Coalho artesanal. Para fortalecer ainda mais essas reivindicações, a Queijaribe montou uma caravana com todos os seus associados que vieram, em massa, do município de Jaguaribe para participar da 27ª Audiência Pública na Assembleia Legislativa, em Fortaleza, para debater sobre a produção e comercialização dos queijos e manteigas artesanais.

Outra ação de destaque da Queijaribe foi a sua contribuição para a implantação do Museu do Queijo Coalho na cidade de Jaguaribe-CE, que foi inaugurado no dia 31 de agosto de 2019, mostrando que a cidade é “a terra do Queijo Coalho”, sendo um atrativo turístico (e cultural) e promovendo a maior divulgação do produto.

Além disso a Queijaribe tem parceria com o Sebrae, a Uece e a Embrapa com o intuito de disponibilizar a seus associados cursos de capacitação tecnológica, workshops, treinamentos, seminários de sensibilização, capacitação técnica e promover reuniões com produtores, entre outros eventos.

No entanto, apesar de todos os esforços das instituições no sentido de se criar um ambiente favorável à implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe, por meio da melhoria da qualidade do queijo, da introdução de boas práticas de fabricação, da demarcação e seleção dos produtores, observou-se que o processo de implantação não conseguiu avançar por vários entraves, sendo o mais contundente deles a não existência de uma legislação específica para a produção e comercialização de queijos artesanais no estado do Ceará. Nessa condição, os produtores não podem comercializar o queijo fora do estado, por ser um produto pouco maturado, fabricado a partir de leite cru. Além disso, os empreendimentos não possuem SIE e (Sistema de Inspeção Federal) SIF. Esse fato por si só inviabiliza a implantação da IG. Outros entraves citados foram a falta de recursos e ainda a carência de informação e esclarecimento acerca do que realmente significa a ferramenta da IG, do potencial e

da capacidade de melhoria para o desenvolvimento significativo do setor, enfim o que representaria de fato o selo de uma IG para eles.

Quanto aos desafios, sem dúvida, o primeiro apontado por todos os entrevistados foi a luta para se resolver a questão da legislação específica voltada para a comercialização do queijo artesanal, seguido da adequação das queijarias às exigências para a obtenção do SIE e do SIF, embora esse trabalho já tenha sido iniciado pelos técnicos do Sebrae; a busca de financiamento e uma maior mobilização, sensibilização e motivação dos atores do processo; a articulação da associação com outros setores e atores; a definição de suas estratégias; o reconhecimento e a valorização de recursos territoriais por parte da comunidade, e o fortalecimento do "modo de governança" territorial, entre outros.

O marco inicial de resolução da questão da legislação foi dado com a realização do primeiro Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil em novembro de 2011, resultando na elaboração da Carta de Fortaleza (Anexa), solicitando providências imediatas de todas as autoridades e entidades governamentais envolvidas com o setor para a manutenção da atividade, e também com a realização da Audiência Pública na Assembleia Legislativa do estado do Ceará para tratar do Projeto de Lei nº 0087/2019 (Anexo), que dispõe sobre a regulamentação da Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará, importante passo para a obtenção do selo de Indicação Geográfica para o Queijo Coalho de Jaguaribe. Esse projeto tem como objetivos específicos a adequação sanitária e melhoria do rebanho bovino destinado à produção de queijos e manteigas artesanais e a qualificação técnica e educação sanitária do produtor e comerciante de queijo e manteigas artesanais, entre outros.

Percebe-se ainda a grande necessidade de realização de ações extensivas nesse setor produtivo, o que demanda uma série de atitudes incentivadoras por parte do poder público capazes de fortalecer mais ainda o caráter empreendedor dos produtores de queijos da região jaguaribana. Sabe-se que é um processo que exige arranjos institucionais fortes e integrados por ser complexo e por abranger atividades múltiplas e interdisciplinares, além de ser extremamente dispendioso.

Ficou bastante evidente durante a realização desse trabalho que é na dimensão econômica que se espera que aconteçam as maiores contribuições da IG para o

desenvolvimento, local e consequentemente o regional. Para os produtores da cadeia produtiva do queijo, a IG pode agregar valor ao produto e/ou serviço, resultando no aumento das vendas por meio da conquista de novos mercados ou mesmo expansão de mercados já existentes. Para a região do Vale do Jaguaribe, pode proporcionar maior visibilidade e impulsionar atividades complementares como o turismo, que pode fortalecer a economia e alavancar a cadeia produtiva do queijo, gerando emprego e renda local. Por fim, estímulos à dimensão social, cultural e ambiental do desenvolvimento também podem e devem ser observados, conforme ressaltou a Prefeitura Municipal de Jaguaribe, enaltecendo a necessidade do fortalecimento do capital social, destacando que a preservação do patrimônio material e imaterial e a preservação da biodiversidade regional são alguns exemplos que, inclusive, aproximam IG do desenvolvimento regional sustentável.

Contudo, é ponto fundamental que essas políticas públicas considerem o protagonismo dos produtores locais como fator determinante para promover ou estimular o desenvolvimento local e regional.

Constatou-se então que foi feito todo um trabalho criterioso de pesquisa voltado ao Queijo Coalho de Jaguaribe, abrangendo desde a diferenciação da qualidade e da origem do produto, a delimitação da área da IG feita por intermédio do mapeamento das queijarias, a identificação das características relevantes do produto mediante indicadores proteômicos, físico-químicos, microbiológicos e sensoriais, objetivando a implantação da Indicação Geográfica de Procedência (IP), no qual se destacou o grande potencial que o produto apresenta. Além de estar relacionado com a história de vida dos consumidores, o Queijo Coalho se torna um atributo de qualidade e um patrimônio gastronômico tradicional não só para o município de Jaguaribe, mas para todo o estado do Ceará.

REFERÊNCIAS

ALAVOINE-MORNAS, F. Fruit and vegetables of typical local areas: consumers' perception and valorization strategies through distributors and producers. *In*: EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS SEMINAR, 52., 1997, Parma. Seminar on typical and traditional productions: rural effect and agro-industrial problems: proceedings. **Anais** [...]. Parma: Università di Parma, 1997. p. 317-329.

ALMEIDA, V. M. *et al.* Identificação geográfica para o queijo de São Bento como estratégia de desenvolvimento territorial para a microrregião da baixada maranhense. **Cad. Prospec.**, v. 8, n. 4, p. 808-816, 2015.

ALTMANN, R. Certificação de qualidade e origem e desenvolvimento rural: novo paradigma no mercado de alimentos. *In*: LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C. (org.). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. 2. ed. Brasília: Sebrae, 2006. p. 147-154.

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ANJOS, F. S. dos; CRIADO, E. A.; CALDAS, N. V. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: um diálogo entre a realidade europeia e brasileira. **Dados**, v. 56, n. 1, p. 207-236, 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS. ABIA. **Relatório Anual 2017**. Disponível em: https://www.abia.org.br/vsn/temp/z201843relatorio ABIA2017.pdf. Acesso em: 10 out. 2018.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELAS, C. A.; WILKINSON, J. Indicações geográficas e a valorização comercial do artesanato em Capim-Dourado no Jalapão. **Sustentabilidade em Debate**, v. 5, n. 3, p. 56-78, 2014.

BORDA, A. L. de S. **Por que somente os italianos podem produzir queijos com o nome "parmesão"?** 2008. Disponível em: https://ids.org.br/por-que-somente-os-italianos-podem-produzir-queijos-com-o-nome-parmesao/. Acesso em: 10 nov. 2019.

BRANCO, N. P. N. C. de S. *et al*. A farinha de mandioca (*manihot esculenta crantz*) de copioba e a vida no campo, em Nazaré – BA: contribuições da pesquisa qualitativa à indicação geográfica. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, n. 2, p. 383-394, 2015.

BRANDÃO, C. D. **Fatores intervenientes na implementação de ações estratégicas para a promoção do selo de indicação geográfica das panelas de**

barro de Goiabeiras. 2014. 143 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2014.

BRANDÃO, C. R. **Repensando a pesquisa participante**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 8353, 15 maio 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Primeiro produto agrícola brasileiro recebe denominação de origem**. Brasília, 2010a. Disponível em: http://www.agricultura.gov.br/vegetal/noticias/2010/09/primeiro-produtoagricola brasileiro-1recebedenominacao-de-origem. Acesso em: 21 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Perguntas frequentes**: indicação geográfica. 2010b. Disponível em: http://www. inpi.gov.br/servicos/perguntas-frequentes-paginas-internas/perguntas-frequentes-indicacao-geografica Acesso em: 2 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Instrução normativa nº 25, de 21 de agosto de 2013**. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. 2013a. Disponível em: http://www.inpi. gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em: 2 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Indicação Geográfica**. 2013b. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/portal/acessoa informacao/artigo/indicacao_geografica_1351692102723. Acesso em: 15 mar. 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução da Diretoria Colegiada – RDC nº 49, de 31 de outubro de 2013. Dispõe sobre a regularização para o exercício de atividade de interesse sanitário do microempreendedor individual, do empreendimento familiar rural e do empreendimento econômico solidário e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 56, 1º nov. 2013c. Disponível em: http://portal. anvisa.gov.br/legislacao#/visualizar/29092. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Quem somos**. 2016. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/sobre/quem-somos. Acesso em: 15 mar. 2019.

BRASIL. Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017. Regulamenta a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989, que dispõem sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 3, 30 mar. 2017. Disponível em: http:// www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9013.htm. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRASIL. Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018. Altera a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, para dispor sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 2, 15 jun. 2018a. Disponível em: http://www. planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13680.htm. Acesso em: 20 nov. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Planilha de acompanhamento dos pedidos/registros de indicações geográficas**. 2018b. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/menu-serviços/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil. Acesso em: 15 mar. 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Indicação Geográfica e Marcas. **Indicação Geográfica**. 2018c. Disponível em: http://www.agricultura.gov. br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica. Acesso em: 20 jul. 2018.

BRASIL. Ministério da Economia. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **INPI concede registro de indicação geográfica para Pirenópolis**. 2019a. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-concede-registro-de-indicacao-geografica-para-pirenopolis. Acesso em: 15 nov. 2019.

BRASIL. Decreto nº 9.918, de 18 de julho de 2019. Regulamenta o art. 10-A da Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, que dispõe sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 4, 19 jul. 2019b. Disponível em: http:// www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9918.htm. Acesso em: 20 nov. 2019.

BRASIL. Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019. Dispõe sobre a elaboração e a comercialização de queijos artesanais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 19 jul. 2019c. Disponível em: http://www.planalto. gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13860.htm. Acesso em: 20 nov. 2019.

CAFÉ orgânico da Bahia é servido no Vaticano. **Revista Cafeicultura**, 2013. Disponível em: http://revistacafeicultura.com.br/?mat=51264. Acesso: 23 jan. 2019.

CALDAS, A. dos S.; CERQUEIRA, P. da S.; PERIN, T. de F. Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, BA, v. 7, n. 11, p. 5-15, jan. 2005.

CALDAS, N. V. **Estudo comparativo entre sistemas de certificação de produtos orgânicos no contexto da agricultura familiar brasileira e espanhola**. 2011. 208 f. Tese (Doutorado em Ciências Agrárias) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2011.

CALLIARI, M. Proteção às indicações geográficas: a experiência brasileira. *In*: SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTION TECNOLÓGICA-ALTEC, 12., 2007, Buenos Aires. **Anais** [...]. Disponível em: http://www.asociacionaltec.org/Documents/40292.pdf. Acesso em: 23 jan. 2018.

CAVALCANTE, J. F. M. **Sistema de Apoio à Decisão na Produção de Leite e Queijo Coalho com Segurança Alimentar**. 2005. 158 f. Tese (Doutorado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2005.

CAVALCANTE, J. F. M.; BASTOS, M. do S. R.; FONTENELE, M. A. Queijo coalho artesanal no estado do Ceará. *In*: CAVALCANTE, J. F. M. (org.). **Queijo coalho artesanal do nordeste do Brasil**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2017. p. 35-78.

CERDAN, C. Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. *In*: NIEDERLE, P. (org.). **Indicações geográficas**: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: UFRGS, 2013. p. 125-150.

CHIMENTO, M. R. **Indicação geográfica na imprensa**: cenário e desafios. 2015. 217 f. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2015.

CONCOURS Mondial Spirits Selection, pela 1ª vez em um país da América Latina, premiará melhores destilados do mundo, no Brasil. **Guia GPHR**, 2014. Disponível em: https://www.guiagphr.com.br/noticias/06-a-0806-concours-mondial-spirits-selection-pela-1%C2%AA-vez-em-um-pais-da-america-latina-premiara-melhores-destilados-do-mundo-no-brasil/. Acesso em: 23 jan. 2019.

CRUZ, B. E. V. da; HESPANHOL, R. A. M. Indicação geográfica e queijos artesanais: marco legal e desafios a uma política para este segmento no Brasil. **Revista Confins**, n. 37, 2018. Disponível em: https://journals.openedition.org/confins/15222. Acesso em: 23 nov. 2018.

CRUZ, F. T. da; SGARBI, J. S. Reflexões sobre a Instrução Normativa nº 30, de 2013. **SertãoBras**, 5 set. 2013. Disponível em: https://www.sertaobras.org.br/2013/09/05/reflexoes-sobre-a-instrucao-normativa-no-30-de-2013/. Acesso em: 18 nov. 2019.

CRUZ, M. C. da *et al*. **Análise de pedidos de indicação geográfica para definição de critérios que possam contribuir para a competitividade do agronegócio brasileiro**. 2008. Disponível em: http://www.cnpma.embrapa.br/boaspraticas/download/Analise_Pedidos_Indica_Geograficas.pdf. Acesso em: 23 nov. 2018.

DALLABRIDA, V. R. Territorial governance: from the theoretical debate to evaluation of their practice. **Anál. Social**, n. 215, p. 304-328, 2015.

DANTAS, D. S. **Qualidade microbiológica do queijo de coalho comercializado no município de Patos, PB**. 2012. 80 f. Dissertação (Mestrado em Zootecnia) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2012.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial**: as experiências do Rio Grande do Sul. 2009. 148 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

DUPIM, Luiz Claudio de Oliveira. **Indicações Geográficas e o Desenvolvimento Local**: estudo exploratório e comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty. 2015. 246 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

DUTRA, D. M. R. **Ações públicas e privadas na implantação e desenvolvimento da indicação geográfica do café em Minas Gerais**: evolução e perspectivas na visão de seus gestores. 2009. 166 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2009.

EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study Research. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

EISENHARDT, K. M.; GRAEBNER, M. E. Theory building from cases: opportunities and challenges. **Academy of Management Journal**, v. 50, n. 1, p. 25–32, 2007.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. FAO; STRENGTHENING INTERNATIONAL RESEARCH ON GEOGRAPHICAL INDICATIONS. **Uniendo personas, territorios y produtos**: uma guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles. Roma: FAO, 2010.

FOX, P. F. **Cheese**: Chemistry, physics and microbiology. 2nd. ed. London: Chapman & Hall, 1993.

FRANÇA, E.; FERNANDES, L. R. R. M. V. Proteção intelectual através da indicação geográfica “Chã de Jardim” do artesanato em folha da bananeira (musa sp.) no Estado da Paraíba. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, v. 3, n. 1, p. 83-102, 2015.

FROEHLICH, J. M. *et al.* As experiências de Indicações Geográficas no Brasil meridional e a agricultura familiar. *In*: FROEHLICH, J. M. (org.). **Desenvolvimento Territorial**: produção, identidade e consumo. Ijuí: EdUnijuí, 2012.

GEBRIM, S. **Indicação Geográfica valoriza produtos agropecuários**. 2011. Disponível em: www.agricultura.gov.br. Acesso em: 23 nov. 2018.

GIESBRECHT, H. O.; SCHWANKE, F. H.; MÜSSNICH, A. G. (org.). **Indicações geográficas brasileiras**. Brasília: Sebrae; INPI, 2011.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIOVANNUCCI, D. **The new 'local'**: linking geographical indications and organics. Geneva: International Trade Center, 2008.

GLASS, R. F.; CASTRO, A. M. G. de. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinho**. Brasília: Embrapa – Informação Tecnológica, 2009. (Texto para Discussão 35).

GODÓI, C. K.; MATTOS, P. L. C. L. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. *In*: GODÓI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. da. (org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 301-324.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. de. **Indicações geográficas no brasil**: as indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação. Belém: Embrapa, 2008.

HAYES, D. J.; LENCE, S. H.; STOPPA, A. **Farmer-owned brands?** Iowa: Iowa State University, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. **Indicações Geográficas 2019** [Mapa]. 2019. Disponível em: http://geoftp.ibge.gov.br/cartas_e_mapas/mapas_do_brasil/sociedade_e_economia/indicacoes_geograficas_2019_20190919.pdf. Acesso em: 20 nov. 2019.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. IPECE. **Perfil das regiões de planejamento**: Vale do Jaguaribe - 2017. Disponível em: http://www2.ipece.ce.gov.br/estatistica/perfil_regional/2017/PR_Vale_do_Jaguaribe_2017.pdf. Acesso em: 20 nov. 2019.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. ITC. **Guide to Geographical Indications**: linking products and their origins. Geneva, ITC, 2009.

KAKUTA, S. M. *et al*. **Indicações geográficas**: guia de respostas. Porto Alegre: Sebrae, 2006.

KRUCKEN, L. **Design e Território**: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Técnicas de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIMA, F. D.; GIESBRECHT, H. O.; LIMA, S. U. de. Indicação geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, v. 5, n. 11, p. 42-48, jun. 2007.

LIMA, M. A. C. *et al*. **Subsídios técnicos para a indicação geográfica de procedência do Vale do Submédio São Francisco**: uva de mesa e manga. Petrolina-PE: Embrapa Semiárido, 2009. (Documentos, 222).

MARINS, M. F.; CABRAL, D. H. Q. O papel da indicação geográfica como propulsor da inovação e do desenvolvimento local: caso Vale dos Vinhedos. **Cad. Prospec.**, Salvador, v. 8, n. 2, p. 406-414, abr./jun. 2015.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Desafios institucionais e operacionais das IGs no Brasil. *In*: NIEDERLE, P. (org.). **Indicações Geográficas**: qualidade e origem nos mercados alimentares. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2013. p. 261-283.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, v. 23, n. 2, p. 103-115, abr./maio/jun. 2014.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. *In*: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais** […]. Porto Alegre: Sober, 2009.

NIEDERLE, P. A. **Compromissos para a qualidade:** projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França. 2011. 263 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

NIEDERLE, P. A.; GELAIN, L. Geographical indications in Brazil and food markets quality conventions. **Journal of Rural Social Science**, v. 28, n. 1, p. 26-53, 2013.

NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C.; WILKINSON, M. J. Governança e Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. **RESR**, v. 55, n. 1, p. 85-102, 2017.

NIEDERLE, P. A.; VITROLLES, D. Indicações geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 18, n. 1, p. 5-55, 2010.

OLIVEIRA, O. M. A. B. *et al*. Ações de pesquisa e de desenvolvimento para reconhecimento da Indicação Geográfica do Queijo Coalho de Jaguaribe-Ce. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE LATICÍNIOS, 26., 2009, Juiz de Fora. **Anais** [...]. Juiz de Fora: Instituto de Laticínios Cândido Tostes, 2009. Disponível em: https://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/580702. Acesso em: 2 out. 2017.

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

PELLIN, V.; SILVA, L. F. Indicações geográficas: uma estratégia para o desenvolvimento territorial rural. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO NACIONAL, 7., 2015, Santa Catarina. **Anais** [...]. Santa Catarina: Unisc, 2015.

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

PEREIRA, L. C.; VIEIRA, A. C. P. O desenvolvimento regional a partir do enoturismo na região delimitada pela Indicação de procedência dos Vales da Uva Goethe – sul de Santa Catarina. *In*: SEMINÁRIO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, 4., 2014, Criciúma. **Anais** [...]. Criciúma: Editora Unesc, 2014.

PIMENTEL, L. O. Os desafios dos aspectos legais na prática de estruturação das Indicações Geográficas. *In*: DALLABRIDA, V. R. (org.). **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional:** reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial. São Paulo: LiberArs, 2013. p. 135-143.

PINTO, J. C.; PAIXÃO, A. E. A. Indicação Geográfica: um estudo sobre seus aspectos legais no Brasil. **Revista INGI**, v. 2, n. 2, p. 71-79, 2018.

REIS, L. L. M. **Indicação Geográfica no Brasil**: determinantes, limites e possibilidades. 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015. Disponível em: https://109epositório.ufba.br/ri/bitstream/ri/19772/1/Livia_Liberato_Matos_Reis_Tese_Doutorado_Final.pdf. Acesso em: 3 out. 2018.

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

REZENDE, A. A. de *et al*. Considerações sobre as potenciais indicações geográficas do Sudoeste da Bahia. **Revista de Política Agrícola**, v. 24, n. 4, p. 18-31, 2015.

ROIZMAN, Maysa Blay. **Estudo de Caso da Indicação Geográfica do Cariri Paraibano**. 2015. 112 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Academia da Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2015.

SANTANA, A. C. **A cadeia de valor da pecuária de corte e leite em Soure e Salvaterra, Marajó, Belém-PA-2011**. Belém: UFRA, 2011.

SANTOS, J. S. **Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil**: um estudo a partir do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul. Pelotas: Ed. UFPel, 2017. (Ciências Agrárias. Pós-Graduação, v. 5).

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

SANTOS JÚNIOR, J. E. dos; SANTOS, V. M. L. dos. Indicações Geográficas para produtos do Agronegócio no Brasil e no Vale do São Francisco. **Revista INGI**, v. 2, n. 1, p. 54-70, 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. SEBRAE. **O que é o Sebrae?** [2019]. Disponível em: https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos. Acesso em: 20 nov. 2019.

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

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

SILVEIRA, V. C. P.; VARGAS, I. C. S. Indicações geográficas no Brasil: possibilidades para os produtores da área de proteção ambiental do Ibirapuitã, Rio Grande do Sul. *In*: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 45., 2007, Londrina. **Anais** [...]. Londrina: Sober/UEL/Iapar, 2007.

SOEIRO, A. **Denominações de origem e indicações geográficas protegidas**: a sua importância. 2005. Disponível em: http://www.pluridoc.com/Site/FrontOffice. Acesso em: 17 nov. 2018.

SOUZA, J. M. L. de *et al*. Potencial da IG da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul. **Cad. Prospec.**, v. 8, n. 1, p. 182-191, jan./mar. 2015.

STAKE, R. E. **Pesquisa qualitativa**: estudando como as coisas funcionam. Porto Alegre: Penso, 2011.

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

THAINES, A. H.; MELEU, M. Indicação geográfica como instrumento de desenvolvimento: um estudo de caso no Vale dos Vinhedos/RS. *In*: ASSAFIM, J. M. de L.; MORO, M. C. F. (coord.). **Propriedade intelectual**. Florianópolis: Funjab, 2013. p. 214-234. Disponível em: http://www.publicadireito.com.br/publicacao/uninove/livro.php?gt=27. Acesso em: 23 jan. 2019.

TONIETTO, J. **Vinhos brasileiros de 4ª geração**: o Brasil na era das indicações geográficas. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2003. (Comunicado Técnico, 45).

ULISSES, I. B. **Consumo da tradição**: a inserção do queijo coalho de Jaguaribe-CE no mercado de produtos artesanais, (1970-2010). 2016. 227 f. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

VALENTE, M. E. R. *et al*. O processo de reconhecimento das Indicações Geográficas de Alimentos e Bebidas Brasileiras: Regulamento de Uso, Delimitação da Área e Diferenciação do Produto. **Ciência Rural**, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/cr/2013nahead/a18113cr2012-0405.pdf. Acesso em: 20 out. 2018.

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

VELLOSO, C. Q. *et al*. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. *In*: CERDAN, C. M. *et al*. (org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: módulo II, indicação geográfica. 2. ed. Brasília: Mapa; Florianópolis: SEaD/UFSC/Fapeu, 2010. p. 92-91.

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

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. O uso do instituto das indicações geográficas como instrumento de promoção do desenvolvimento territorial rural: o caso dos Vales da Uva Goethe, Brasil – SC. *In*: APDR CONGRESS - RENAISSANCE OF THE REGIONS OF SOUTHERN EUROPE, 20., 2014, Évora. **Anais** [...]. Évora: Universidade de Évora, 2014. Disponível em: http://apdr.pt/data/documents/Proceedings_20_congresso_APDR.pdf. Acesso em: 15 dez. 2019.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe. **Revista Gestão, Inovação e Tecnologias**, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 327-329, 2012. Disponível em: http://www.revistageintec.net/index.php/revista/article/view/49/125. Acesso em: 5 out. 2017.

VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C.; BRUCH, K. L. Políticas públicas como instrumento de desenvolvimento de indicações geográficas. **Revista Foco**, v. 9, n. 2, p. 138-155, ago./dez. 2016.

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

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

WORLD ASSOCIATION OF WRITERS AND JOURNALISTS OF WINES AND SPIRITS. WAWWJ. **Resultados de todos os Concursos Internacionais de Vinhos**. 2014. Disponível em: https://www.clubevinhosportugueses.pt/vinhos/concursos/wawwj-2014-associacao-mundial-de-jornalistas-e-escritores-de-vinhos-e-licores/. Acesso em: 20 nov. 2019.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. WIPO. **Geographical Indications**: What is a geographical indication? 2019. Disponível em: https://www.wipo.int/geo_indications/en/. Acesso em: 15 nov. 2019.

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

APÊNDICES

APÊNDICE A – Indicações Geográficas devidamente reconhecidas no Brasil até 30/09/2019

Tipo	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Publicação na RPI
DO	19/9/1997	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	PT	-	Vinhos	1492, de 10/08/1999
DO	12/3/1998	Bureau National Interprofessionel du Cognac	FR	-	Destilado vínico ou aguardente de vinho	1527, de 11/04/2000
DO	20/10/1998	Consorzio del Prosciutto di San Daniele	IT	-	Coxas de suínos frescas, presunto defumado crú	1996, de 07/04/2009
IP	28/1/1999	Cons. das Ass. dos Cafeicultores do Cerado - CACCER	BR	MG	Café	1797, de 14/04/2005
IP	6/7/2000	A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - Aprovale	BR	RS	Vinho tinto, branco e espumantes	1663, de 19/11/2002
DO	5/6/2001	Consorzio Per la Tutela Del Franciacorta	IT	-	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	1711, de 21/10/2003
DO	21/9/2001	Conf. Gen.des Prod. Lait de Brebis et des Ind.de Roquefort	FR	-	Queijos	2212, de 28/05/2013
IP	8/8/2005	Ass. Prod. Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	BR	RS	Carne Bovina e seus derivados	1875, de 12/12/2006
IP	27/11/2006	Ass. dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty	BR	RJ	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada.	1905, de 10/07/2007
IP	31/8/2007	Conselho da União das Ass. e Coop. dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do	BR	-	Uvas de Mesa e Manga	2009, de 07/07/2009

		Submédio São Francisco				
IP	14/9/2007	Associação das Indústrias de Cortumes do Rio Grande do Sul	BR	RS	Couro Acabado	2002, de 19/05/2009
IP	26/9/2007	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	BR	SP	Café	2228, de 17/09/2013
IP	3/10/2007	Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira	BR	MG	Café	2108, de 31/05/2011
DO	1/8/2008	Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho	BR	RS	Arroz	2068, de 24/08/2010
IP	7/10/2008	Associação dos Produtores de Vinhos Finos de Pinto Bandeira	BR	RS	Vinhos tinto, brancos e espumantes.	2062, de 13/07/2010
IP	12/3/2009	Associação dos Produtores de Doces de Pelotas	BR	RS	Doces tradicionais e confeitaria de frutas	2121, de 30/08/2011
IP	18/5/2009	Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins	BR	TO	Artesanato em Capim Dourado	2121, de 30/08/2011
IP	18/5/2009	Associação dos Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná	BR	PR	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	2177, de 25/09/2012
IP	27/7/2009	Cooperativa de produção têxtil de afins do algodão	BR	PB	Têxteis de algodão naturalmente colorido	2180, de 16/10/2012
DO	20/10/2009	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra	BR	CE	Camarão	2119, de 16/08/2011
IP	22/12/2009	Associação dos Produtores de Cachaça de	BR	MG	Aguardente de cana tipo Cachaça	2180, de 16/10/2012

		Salinas				
IP	22/12/2009	Associação dos Cacauicultores de Linhares	BR	ES	Cacau em amêndoas	2169, de 31/07/2012
IP	16/4/2010	Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	BR	MG	Queijo minas artesanal do serro	2136, de 13/12/2011
IP	16/4/2010	Associação dos Produtores do Queijo Canastra	BR	MG	Queijo canastra	2149, de 13/03/2012
IP	19/5/2010	Associação das Paneleiras de Goiabeiras – APG	BR	ES	Panelas de barro	2126, de 04/10/2011
DO	23/6/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro – SINDGNAISSES	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela. Nas pedreiras é feito o desplacamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	2159, de 22/05/2012
IP	14/7/2010	Centro Tecnológico do Mármore e Granito – CETEMAG	BR	ES	Mármore	2160, de 29/05/2012
DO	16/8/2010	Ass. Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - Aprovale	BR	RS	Vinhos e espumantes	2077, de 25/09/2011
IP	18/8/2010	Ass. dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe – PROGOETHE	BR	SC	Vinho de uva Goethe	2145, de 14/02/2012
IP	15/9/2010	Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del – Rei	BR	MG	Peças artesanais em Estanho	2144, de 07/02/2012

DO	11/11/2010	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	BR	MG	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	2243, de 31/12/2013
IP	25/11/2010	Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca	BR	SP	Calçados	2144, de 07/02/2012
DO	27/11/2010	Instituto dos Vinhos do Douro e Porto	PT	-	Vinho generoso (vinho licoroso)	2154 de 17/04/2012
IP	17/12/2010	IGO PEDRO II	BR	PI	Opala preciosa de Pedro II e Joias artesanais de opalas de Pedro II	2152, de 03/04/2012
DO	29/3/2011	União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas	BR	AL	Própolis Vermelha e extrato de própolis vermelha	2167, de 17/07/2012
DO	4/8/2011	Comté Interprofessionnel Du Vin de Champagne	FR	-	Vinhos Espumantes	2188, de 11/12/2012
IP	5/8/2011	Porto Digital	BR	PE	Serviços de tecnologia da informação	2188, de 11/12/2012
IP	23/8/2011	Associação São – Tiaguense dos produtores de biscoito	BR	MG	Biscoito	2169, de 05/02/2013
DO	1/9/2011	Napa Valley Vitner Association	US	-	Vinho	2175, de 11/09/2012
IP	22/9/2011	Associação para o Desenv. da Renda Irlandesa de Divina Pastora	BR	SE	Renda de Agulha em lacê	2190, de 26/12/2012
IP	28/11/2011	Comitê Executivo de fruticultura do RN	BR	RN	Melão	2228, de 17/09/2013
IP	13/3/2012	Associação de Produtores Dos Vinhos dos Altos Montes	BR	RS	Vinhos	2188, de 11/12/2012
IP	13/4/2012	Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda	BR	PB	Renda Renascença	2229, de 24/09/2013

		Renascença-Conarenda				
IP	23/8/2012	Associação dos vitivinicultores de Monte Belo Sul	BR	RS	Vinhos e espumantes	2230, de 01/10/2013
IP	13/04/2012	União das Associações e Cooperativas e Produtores de Cajuína do Piauí – PROCAJUÍNA	BR	PI	Cajuína	2277, de 26/08/2014
DO	08/05/2013	Associação dos Produtores Ortigueirenses de Mel – APOMEL	BR	PR	Mel de Abelha – Apis Melífera	2330 de 01/09/2015
IP	22/08/2013	Conselho das Cooperativas, Associações, Entrepostos e Empresas de Afins a Apicultura do Pantanal do Brasil – CONFENAL	BR	MS	Mel	2305, de 10/03/2015
DO	30/09/2013	FEMAP-FEDERAÇÃO Mineira de Apicultura	BR	MG	Própolis Verde	2383, de 06/09/2016
IP	11/10/2013	Cooperativa dos Produtores de Açafrão de Mara Rosa – COOPERAÇAFRÃO	BR	GO	Açafrão	2352, de 02/02/2016
IP	05/02/2014	Conselho do Café da Mogiana de Pinhal COCAMPI	BR	SP	Café Verde e Café Torrado e Moído	2376, de 19/07/2016
IP	03/07/2014	Associação dos Produtros de Inhame S. Bento do Espírito Santo – APISBES	BR	ES	Inhame	2385, de 20/09/2016
IP	03/07/2014	Associação dos Produtores de Socol de Venda Nova do Imigrante - ASSOCOL	BR	ES	Socol	2475, de 12/06/2018
IP	17/07/2014	Associação dos Cafeicultores do Oeste da Bahia – ABACAFE	BR	BA	Café verde em grãos, da espécie Coffea arábica	14/05/2019
IP	27/05/2014	Associação Farroupilhense de	BR	RS	Vinho Fino Branco Moscatel, Vinho Moscatel	323, de 14/07/2015

		Produtores de Vinho, Espumantes, sucos e derivados – AFAVIN			Espumante; Vinho Frisante Moscatel; Vinho Licoroso Moscatel; Mistela Simples Moscatel; Brandy de Vinho Moscate	
IP	30/07/2014	Associação dos Produtores da Tradicional Linguiça de Maracaju – APTRALMAR	BR	MS	Linguiça	342, de 4/11/2015
IP	23/09/2014	Associação dos Produtores de Derivados de Jabuticaba de Sabará	BR	MG	Derivados de Jabuticaba, licor, geléia, molho, casca cristalizada e compota	494, de 3/10/2018
IP	28/10/2014	Associação Cultural e Fomento Agrícola de Tomé-Açu - ACTA	BR	MG	Cacau	508, de 9/01/2019
IP	24/11/2014	Associação dos Produtores de Cacau do Sul da Bahia	BR	BA	Amêndoas de cacau (Theobroma Cacao L.)	508, de 4/04/2018
IP	09/12/2014	Instituto Bordado Filé das Lagoas Mundaú Manguaba	BR	AL	Bordado Filé	363, de 9/04/2016
IP	06/02/2015	Associação dos Produtores de Guaraná da Indicação Geográfica de Maués	BR	AM	Guaraná da espécie Paullínia cupana Var.Sorbilis	454, de 6/01/2018
IP	16/10/2015	Central das Cooperativas dos Produtores Familiares do Vale do Juruá – CENTRAL JURUÁ	BR	AC	Farinha de Mandioca	433, de 2/08/2017
IP	21/10/2015	Associação Norte Noroeste Paranaense dos Fruticultores - (ANFRUT)	BR	PR	Uvas Finas de Mesa	425, de 7/06/2017
IP	28/10/2015	Associação dos Olericultores e Fruticultores de Carlópolis (APC)	BR	PR	Goiaba	367, de 7/05/2016
IP	04/11/2015	Cooperativa Mista Agropecuária Witmarsum Ltda	BR	PR	Queijo	468, de 4/04/2018

IP	04/11/2015	Associação dos Amigps da Erva Mate de São Mateus	BR	PR	Erva-mate	425, de 7/06/2017
IP	09/12/2015	COOPERATIVA Agrofamiliar Solidária – COOFAMEL	BR	PR	Mel de Abelha *Ápis Melífera Escutelata* (Apis Africanizada) – Mel de Abelha *Tetragonisca Angustula* (Jataí)	426, de 4/07/2017
DO	01/09/2016	Associação dos Bananicultores a Região de Corupá	BR	SC	Banana (subgrupo Cavendish)	486, de 8/08/2018
IP	12/12/2017	Associação Cultural e Ecológica dos Artesãos em Prata de Pirenópolis	BR	GO	Jóias artesanais em prata	2531, de 09/07/2019

Fonte: Elaborado pelo autor (2019). Elaborado a partir dos dados do site http://www.inpi.gov.br/ acesso em 31/07/2019.
Legenda IP: Indicação de Procedência.
DO: Denominação de Origem.
RPI: Revista da Propriedade Industrial (INPI).

APÊNDICE B – Links de reportagens sobre o Queijo Coalho artesanal contendo algumas reportagens bem específicas sobre o Queijo Coalho de Jaguaribe ressaltando a sua fama e notoriedade

Título da reportagem	Link da reportagem	Ano da reportagem
Projeto da Embrapa vai valorizar queijo regional.	http://www.seagri.ba.gov.br/noticias/2007/03/21/projeto-da-embrapa-vai-valorizar-queijo-regional	2007
Seridó potiguar busca indicação geográfica do queijo regional.	http://www.rn.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/RN/seridó-potiguar-busca-indicacao-geografica-do-queijo-regional,5659c80905c26410VgnVCM1000003b74010aRCRD	2009
Evento discute indicação geográfica de queijo de Coalho nordestino.	https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/18061393/evento-discute-indicacao-geografica-de-queijo-de-Coalho-nordestino	2009
Evento discute indicação geográfica de queijo de Coalho nordestino.	http://www.ceinfo.cnpat.embrapa.br/noticia_materia.php?id=1153	2009
Embrapa discutirá legislação para queijo Coalho	https://www.milkpoint.com.br/noticias-e-mercado/giro-noticias/ce-embrapa-discutira-legislacao-para-queijo-Coalho-63445n.aspx	2010
Oficina discutirá legislação para queijo Coalho.	https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/18126148/oficina-discutira-legislacao-para-queijo-Coalho	2010
Oficina discute legislação para queijo Coalho	http://www.ceinfo.cnpat.embrapa.br/noticia_materia.php?id=1181	2010
Agropacto trata de Indicação Geográfica do Queijo Artesanal	https://blogdoedilson.com.br/2011/05/16/agropacto-trata-de-indicacao-geografica-do-queijo-artesanal/	2011
Pacto da agropecuáriacearense debate valorização do queijo artesanal.	https://www.studiorural.com.br/pacto-da-agropecuaria-cearense-debate-valorizacao-do-queijo-artesanal/	2011
Queijos	https://lauriberto.blogspot.com/2011/11/queijos.html	2011
Agropacto participa do festival do queijo Coalho de Jaguaribe	http://blogdoeliomar.com.br/2011/11/07/agropacto-participa-do-festival-do-queijo-Coalho-de-jaguaribe/	2011
Adagri participa de debate sobre o queijo Coalho artesanal	https://www.adagri.ce.gov.br/2011/05/19/adagri-participa-de-debate-sobre-o-queijo-Coalho-artesanal/	2011
Queijo Coalho: sabor do Nordeste	https://www20.opovo.com.br/app/colunas/gastronomia/2011/06/04/noticiasgastronomia,2251826/queijo-Coalho-sabor-do-nordeste.shtml	2011
Jaguaribe, terra do queijo Coalho, é retratada na TV Verdes Mares	http://blogs.diariodonordeste.com.br/valedojaguaribe/cultura/jaguaribe-a-terra-do-queijo-Coalho-e-retratada-na-tv-verdes-mares/	2012

Queijo Coalho de Jaguaribe conquista mercado nacional	https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/regiao/queijo-Coalho-de-jaguaribe-conquista-mercado-nacional-1.681231	2012
Queijo Coalho de Jaguaribe conquista mercado nacional	http://blogdocrato.blogspot.com/2012/11/queijo-Coalho-de-jaguaribe-conquista.html	2012
Festival: O queijo com a marca do Nordeste	http://conhecendooceara.com.br/festival-o-queijo-com-a-marca-do-nordeste/	2012
Queijo Coalho	http://www.jaguaribe.ce.gov.br/municipio/produtos-locais/	2013
O Nosso Coalho	http://ufchefs.blogspot.com/2014/05/normal-0-21-false-false-false-pt-br-x_19.html	2014
Jaguaribe - Ceará - uma cidade conhecida internacionalmente	http://revistainstigada.blogspot.com/2014/06/jaguaribe-ceara-uma-cidade-conhecida.html	2014
Queijos artesanais aregam valor com Indicação Geográfica	http://indicacaogeografica.com.br/queijos-artesanais-agregam-valor-com-indicacao-geografica/	2015
X Festival do Queijo Coalho de Jaguaribe	https://anoticiadoceara.com.br/noticias/cidades/jaguaribe-sebrae-realiza-x-festival-do-queijo-Coalho/ -	2015
Embrapa isola bactérias e cria queijo de Coalho similar ao artesanal	http://radios.ebc.com.br/nossa-terra/edicao/2015-06/embrapa-isola-bacterias-e-cria-queijo-de-Coalho-similar-ao-artesanal	2015
FENERJ 2016 em Jaguaribe supera expectativas	https://www.tvjaguar.com.br/noticia/1866/FENERJ-2016-em-Jaguaribe-supera-expectativas.html	2016
O raio X do queijo Coalho	http://www.somosvos.com.br/especial-o-raio-x-do-queijo-Coalho/	2016
Aniversário: Jaguaribe recebe homenagem do Governo do Ceará	https://www.ceara.gov.br/2016/11/08/aniversario-jaguaribe-recebe-homenagem-do-governo-do-ceara/	2016
Frutã participa do I Potencializa Vale do Jaguaribe	http://polpasefrutas.com.br/noticias/materias/fruta-participa-do-i-potencializa-vale-do-jaguaribe/	2017
Concurso de melhor queijo Coalho encerra II Potencializa Jaguaribe	https://www.blogdoamauryalencar.com.br/2018/10/concurso-de-melhor-queijo-Coalho.html	2018
SENAR-CE participa do Potencializa Jaguaribe	http://senarce.org.br/novo/senar-ce-participa-do-potencializa-jaguaribe/	2018
Concurso de melhor queijo Coalho encerra II Potencializa Jaguaribe	https://www.blogdoamauryalencar.com.br/2018/10/concurso-de-melhor-queijo-Coalho.html	2018
Queijo produzido no Vale do Jaguaribe vira destaque nacional	https://www.cearaagora.com.br/site/queijo-produzido-no-vale-do-jaguaribe-vira-destaque-nacional/	2019

Audiência Pública para discussão do PL 0087/2019, realizada na Assembleia Legislativa do Ceará	https://www.al.ce.gov.br/index.php/ultimas-noticias/item/83161-27062019audienciaproducaoqueijos	2019
Selo Arte	http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-07/selo-arte-vai-beneficiar-170-mil-produtores-de-queijos-artesanais	2019
Como vai funcionar o Selo Arte	http://www.agricultura.gov.br/noticias/mapacast-explica-como-vai-funcionar-o-selo-arte	2019
Festivais anuais do Queijo Coalho de Jaguaribe	https://kilokura.com/coberturas/ix-festival-do-queijo-Coalho-de-jaguaribe/pagina/6/	2019
Terra do melhor Queijo do mundo em destaque	https://www.jaguaribe.ce.gov.br/informa.php?id=10	2019

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

APÊNDICE C – Questionário 1

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE LEITE E DERIVADOS DE JAGUARIBE-CE (Queijaribe)

IDENTIFICAÇÃO

1. Nome da associação_____
2. Presidente entrevistado_____
3. Você tem consciência da notoriedade/reconhecimento do produto na região?
4. Do seu ponto de vista qual a importância da implantação da Indicação Geográfica para a Associação dos produtores?
5. Alguma instituição já procurou a associação para analisar a possibilidade de criação de uma Indicação Geográfica para o produto?
6. Qual instituição está diretamente envolvida nesse processo? Tem mais de uma Instituição?
7. Você conhece todos os regulamentos e normas para a implantação de uma Indicação Geográfica?
8. Já houve reunião da Associação para tratar desse assunto com os associados?
9. Os associados receberam algum tipo de treinamento, palestras ou cursos sobre a importância da criação de uma Indicação Geográfica?
10. A Associação recebeu financiamento para realizar esse processo? Se sim, que tipo de financiamento e qual o órgão financiador?
11. Na sua opinião quais os principais entraves para a implantação da Indicação Geográfica para o seu produto?
12. E quais os principais desafios?

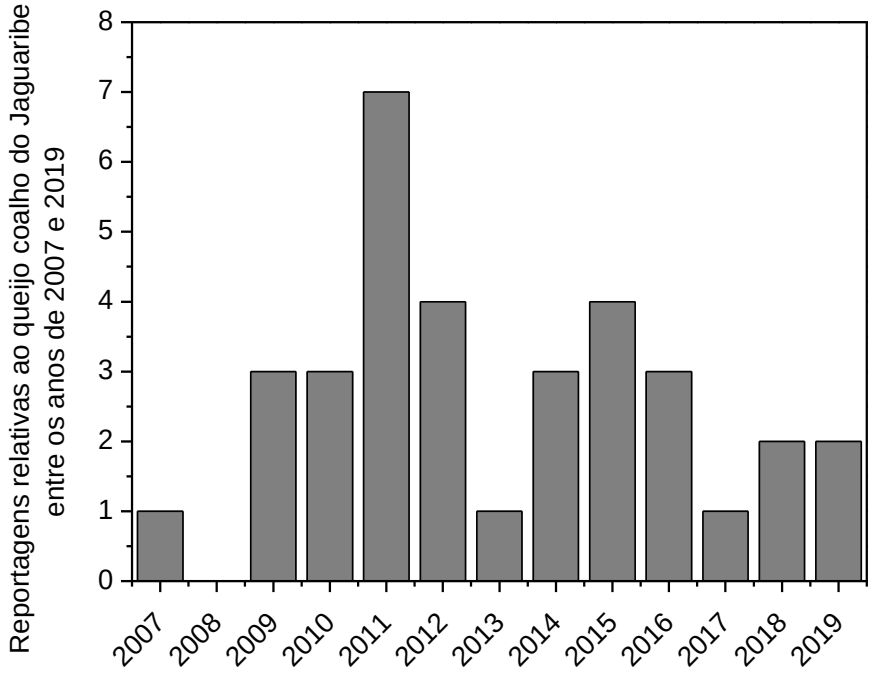
APÊNDICE D – Questionário 2

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA AS INSTITUIÇÕES

IDENTIFICAÇÃO

1. Nome da instituição_____
2. Técnico entrevistado_____
3. A sua Instituição trabalha ou trabalhou com os produtores de Queijo Coalho de Jaguaribe com o intuito de orientá-los para a implantação de uma Indicação Geográfica em sua respectiva região?
4. Se trabalhou como foi a aceitação dos produtores da região?
5. Do seu ponto de vista qual a importância da institucionalização de uma IG para a região ou produto?
6. Houve por parte da instituição mobilização dos produtores, treinamento ou capacitação sobre Indicação Geográfica?
7. Houve treinamento com os produtores para a conformação/padronização do processo de produção com vistas ao registro de Indicação Geográfica?
8. Você conhece todos os regulamentos e normas para a implantação de uma Indicação Geográfica?
9. Já houve reunião com a Queijaribe para tratar desse assunto com os associados?
10. A Queijaribe recebeu financiamento para realizar esse processo. Se sim, que tipo de financiamento e qual o órgão financiador?
11. Na sua opinião quais os principais entraves para a implantação de uma Indicação Geográfica para o produto queijo Coalho de Jaguaribe-CE?
12. E quais os principais desafios?

APÊNDICE E - Número de reportagens relativas ao Queijo Coalho produzido na região do Jaguaribe entre os anos de 2007 e 2019



Fonte: Elaborado pelo Autor (2019).

APÊNDICE F - Linha do tempo das ações voltadas para a implantação da IG do Queijo Coalho de Jaguaribe

2004 – Primeiras ações da Embrapa Agroindústria Tropical para o reconhecimento da **Indicação Geográfica,** realizadas por meio do "Projeto Bovinocultura Leiteira de Jaguaribe" voltado ao segmento da cadeia produtiva do leite, que tinha como objetivo desenvolver capacitações, oficinas e consultorias aos produtores de leite e queijo artesanal do Vale do Jaguaribe;

2004-2005 – Realização das etapas seguintes do Projeto tais como: diagnóstico para avaliar a qualidade do queijo coalho, capacitação em BPF; dentre outros;

2005 – Criação da Queijaribe com o objetivo principal de fortalecer por meio do associativismo, a atividade dos produtores da região de Jaguaribe. A Embrapa participou da criação da Queijaribe uma vez que para se obter o registro de uma **Indicação Geográfica**, a criação da Associação é indispensável;

2006 – Realização do I Festival do Queijo Coalho de Jaguaribe, organizado pelo Sebrae, pela Prefeitura Municipal de Jaguaribe e pela Queijaribe, com o apoio da Embrapa, Uece, Mapa, Senac, Instituto Centec, BNB, Banco do Brasil e o Governo do Estado do Ceará. O objetivo do festival é dar oportunidade de negócios, estreitar o relacionamento entre produtores e consumidores, além de fortalecer a identidade gastronômica do Queijo Coalho e o mais importante: o reconhecimento do Produtor de Queijo Artesanal;

2007 – Fortalecimento da Queijaribe ganhando espaço político demonstrado com a construção de sua sede própria no espaço onde fica situado o Parque de Exposições, terreno doado pela Prefeitura Municipal de Jaguaribe;

2007 – Ações de pesquisa e de desenvolvimento para reconhecimento da indicação geográfica do queijo Coalho de Jaguaribe-CE (Artigo feito pelos Pesquisadores da Embrapa e demais Colaboradores objetivando mostrar que "as características específicas mediante a diferenciação da qualidade da origem do produto abrem possibilidade de tornar-se um produto de alto valor agregado por **Indicação Geográfica**". O trabalho se propôs a caracterizar mediante indicadores bioquímicos, proteômicos, fisico-químicos, microbiológicos e sensorias do queijo produzido, bem como dar suporte para o reconhecimento da **Indicação Geográfica**. (Autores: Otília

Mônica Alves Borges Oliveira, Maria do Socorro Rocha Bastos, Maria Alves Fontenele e Benoit Paquereau);

2009 – Reunião do Agropacto (Pacto de Cooperação da Agropecuária Cearense) para divulgação e discussão do Projeto de Indicação Geográfica;

2009 – Realização do I Encontro da Cadeia Produtiva de Queijo Coalho do Nordeste, realizado em novembro/2009, na sede da EMBRAPA em Fortaleza-CE, cujo tema: "**Indicação Geográfica**, qualidade e segurança", serviu para mostrar aos participantes a importância da **Indicação Geográfica** para produtos diferenciados como o Queijo Coalho de Jaguaribe. Nesse evento foram abordados diversos aspectos da Indicação Geográfica, as normas do INPI, além de discussão sobre os resultados do andamento do Projeto de **Indicação Geográfica** do Queijo Coalho;

2010 – Determinação de minerais em queijos Coalho do Vale do Jaguaribe/CE visando uma Indicação Geográfica. (Artigo: Estudo feito pelos Pesquisadores da Embrapa Agroindústria Tropical e da Universidade Federal do Ceará), com amostras do Queijo Coalho de Jaguaribe que atestou que suas concentrações minerais servem como referência inicial podendo tornar-se um produto com **Indicação Geográfica** – Denominação de Origem. (Autores: Elder Simplicio Ferro, Maria Elisabeth Barros de Oliveira, Maria de Fátima Gomes Lopes, Maria Mozarina Beserra Almeida e Maria do Socorro Rocha Bastos);

2010-2011 – Capacitação tecnológica dos produtores de leite e queijo de Jaguaribe, Jaguaretama, Morada Nova, e Quixadá, realizado pela Uece em parceria com a Embrapa, Sebrae-CE, IEL-CE, para que o produto artesanal seja reconhecido por sua tradição e qualidade;

2011 – Realização do I Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil, coordenado pela Embrapa do Ceará e Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio Grande do Sul (Emater-RS), ocorrido na cidade de Fortaleza no mês de novembro do ano de 2011. O simpósio teve como objetivo reunir profissionais, produtores de pequenas e médias empresas e associações que se alinham com as ações relacionadas à qualidade, segurança e comercialização dos queijos artesanais. O slogan do evento foi a "Valorização, Origem e Tradição". Um grande legado desse evento foi a elaboração da **Carta de Fortaleza** em defesa dos queijos artesanais do Brasil;

2011 – Agropacto trata da Indicação Geográfica do Queijo Coalho Artesanal - Estratégias para valorização do queijo artesanal foram debatidas na reunião do Pacto de Cooperação da Agropecuária Cearense. O encontro ocorreu na sede da Embrapa Agroindústria Tropical, em Fortaleza, onde foi desenvolvido o projeto que visa a obtenção da Indicação Geográfica do Queijo Coalho produzido na região de Jaguaribe (CE);

2012 – Reportagem da TV Verdes Mares sobre o Queijo Coalho de Jaguaribe - O alimento que se transformou em identidade de um povo conquistou não só o Estado, mas também o reconhecimento do País inteiro;

2015 – Queijos artesanais agregam valor com Indicação Geográfica - Além do Serro e a da Canastra – regiões que já têm o registro de IG concedido pelo Mapa – outras áreas produtoras já são reconhecidas pelo mercado consumidor pela qualidade e tipicidade de sua produção de queijos artesanais. Entre elas, o Cerrado Mineiro, a Serra do Salitre e Araxá, também em Minas, o Arquipélago do Marajó (PA), o Agreste Pernambucano (PE), o Seridó (RN), a região Serrana (RS e SC) e a **região do Jaguaribe (CE)**;

2016 – Realização da 27ª Feira de Negócios da Região Jaguaribana (Fenerj). A Fenerj tem como objetivo organizar e fortalecer a cadeia produtiva do leite, promovendo a melhoria da qualidade e a competitividade dos pequenos negócios da região. A cidade de Jaguaribe se preparou e foi escolhida para sediar a 27ª edição da Feira, com destaque para o setor de laticínios no qual o município é referência. Durante o evento a programação foi bastante diversificada tendo como atração o Festival do Queijo e concurso gastronômico voltado para a cadeia produtiva do leite e queijo;

2017 – Criação do site “Queijo Coalho Artesanal”, hoje “Queijo Coalho Brasil”, pelo Prof. Dr. José Fernando Mourão Cavalcante, escritor, pesquisador e grande entusiasta do tema “Queijo Coalho”. O site tem como objetivos desenvolver e priorizar as seguintes ações no sentido de:

- ✓ Regulamentar a produção de Queijo Coalho artesanal para sair da **informalidade**;
- ✓ Levar **informações aos consumidores** sobre as qualidades sensoriais e a segurança alimentar do produto artesanal elaborado com **leite cru**;

- ✓ Chamar a atenção das autoridades governamentais e sanitárias sobre a importância da **legalização** desta atividade econômica que emprega milhares de pessoas no Nordeste do Brasil;
- ✓ Mostrar por meio de estudos científicos recentes, que é possível produzir queijos com leite cru, com **segurança alimentar**;
- ✓ Defender os interesses dos produtores de queijos artesanais do Nordeste do Brasil.

2019 – Realização de Audiência Pública para discussão e debate do Projeto de Lei 0087/2019 que dispõe sobre a "Produção e Comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará", realizada no dia 27/06/2019, na Assembleia Legislativa do Estado do Ceará;

2019 – Lançamento dos produtos da Expedição Jornalística Ceará Gastronômico, com a presença dos Representantes da Prefeitura de Jaguaribe. O famoso Queijo Coalho ("Neto do Brum"), acompanhado da sopa de queijo (Eliana Silva) e do brigadeiro de queijo (Iracema Costa Silveira), ganharam mais um espaço na gastronomia cearense;

2019 – Criação do museu do **"Queijo Coalho de Jaguaribe"** – O primeiro museu de Queijo Coalho do Brasil foi inaugurado no dia 31 de agosto de 2019, na cidade de Jaguaribe, Ceará, que fica a cerca de 300 km da capital, Fortaleza. O município de Jaguaribe tem a tradição e reputação nacional de produzir Queijo Coalho de excelente qualidade. O museu do Queijo Coalho está localizado numa sala do antigo e histórico prédio denominado "Palácio da Intendência". A construção do prédio "**A INTENDÊNCIA**" teve início em junho de 1877 e seu objetivo era servir de "Casa de Câmara e Cadeia";

2019 – Sancionada pelo Governador do Estado, Camilo Sobreira de Santana, a Lei No. 17.098, que inclui no Calendário Oficial de Eventos do Estado do Ceará, o **Dia Estadual do Queijo Coalho Artesanal**. Segundo a Lei Nº 17.098, o dia Estadual do Queijo Coalho Artesanal será comemorado no dia 15 de julho.

ANEXOS

ANEXO A – Carta do I Simpósio de queijos artesanais do Brasil

Os mais de 300 participantes do 1º Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil, realizado em Fortaleza-CE, em novembro de 2011, entre eles representantes de entidades públicas e privadas, profissionais de ensino, pesquisa e extensão, membros da sociedade civil ligados ao setor e produtores de queijos artesanais de várias regiões do país aprovam, de forma unânime, em plenária, o conteúdo desta carta. Os queijos artesanais brasileiros são valiosas expressões da nossa cultura. Suas qualidades estão intimamente ligadas ao ambiente onde são produzidos e o "modo de fazer" tradicional, expressando a cultura local e a história das famílias que há séculos os elaboram, mantendo uma tradição de várias gerações. No Brasil, segundo o último censo agropecuário, cerca de 100 mil pequenos estabelecimentos rurais têm na produção de queijos artesanais sua renda principal. Esta atividade garante renda e emprego no campo, sustentabilidade social, econômica e ambiental. Atualmente, a produção e comercialização de queijos artesanais enfrentam um grave problema: a inexistência de uma legislação adequada à produção artesanal e à comercialização de queijos de leite cru. As leis estaduais e federais não tratam das especificidades da produção artesanal, submetendo-as aos mesmos padrões sanitários e de instalações dos estabelecimentos industriais, inviabilizando, assim, a produção artesanal devido aos elevados custos de adaptação, inacessíveis ao pequeno produtor. Ao mesmo tempo, tal adaptação compromete a qualidade sensorial e a identidade o produto e o "saber-fazer", consolidado há séculos. Assim, vivemos uma situação paradoxal: enquanto muitos países do mundo vêm resgatando, preservando e protegendo seus patrimônios culturais e gastronômicos, o Estado brasileiro age no sentido inverso, não disponibilizando mecanismos que preservem a produção dos muitos alimentos adicionais, levando-os ao desaparecimento, caso dos queijos artesanais. Neste simpósio observamos um público comprometido com a qualidade dos queijos, a segurança dos alimentos e a manutenção da tradição. Os relatos feitos confirmam que muitas ações vêm sendo desenvolvidas para melhorar a qualidade dos queijos artesanais, para resgatar e valorizar a história e cultura destes produtores, que vêm trabalhando arduamente para viabilizar sua principal atividade econômica, desenvolvida com responsabilidade social e ambiental. O 1.º Simpósio de Queijos

Artesanais do Brasil discutiu amplamente durante três dias o contexto atual da produção, sua história, suas especificidades, suas limitações e potencialidades. Esta discussão resultou no encaminhamento deste documento, solicitando providências imediatas de todas as autoridades e entidades governamentais envolvidas com o setor para a manutenção da atividade. Estas providências são:

- Estabelecer legislação sanitária própria para a produção artesanal de queijos de leite cru;
- Estabelecer legislação ambiental própria para a produção artesanal de queijos de leite cru;
- Estabelecer legislação tributária própria para a produção artesanal de queijos de leite cru;
- Permitir a livre comercialização de queijos artesanais e do queijo de leite cru, inspecionado no município ou no estado, em todo o território nacional;
- Garantir acesso às políticas públicas voltadas para o produtor artesanal, tais como crédito, capacitação e comercialização;
- Fomentar a pesquisa direcionada à produção de queijos artesanais;
- Fomentar ações de promoção e acesso a mercado dos queijos artesanais do Brasil, interna e externamente. Fortaleza, 25 de novembro de 2011.

ANEXO B – Projeto de Lei nº 0087/2019

Assembleia Legislativa do Estado do Ceará

Nº da proposição	Data de autuação
00087/2019	07/03/2019

Assunto principal: PROPOSIÇÕES
Assunto: PROJETO DE LEI

Autor: DEPUTADO LEONARDO PINHEIRO
DEPUTADA FERNADA PESSOA
ANTONIO GRANJA
DEPUTADO ELMANO FREITAS
DEPUTADO LEONARDO ARAUJO
DEPUTADO MOISES BRAZ

Ementa:

DISPÕE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS E MANTEIGAS ARTESANAIS NO ESTADO DO CEARÁ E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

Autoria:
- Deputado LEONARDO ARAÚJO;
- Deputado LEONARDO PINHEIRO.

Coautoria:
- Deputado MOISÉS BRAZ
- Deputado ANTÔNIO GRANJA
- Deputado ELMANO FREITAS
- Deputado FERNANDA PESSOA

Comissão temática:

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO, JUSTIÇA E REDAÇÃO
COMISSÃO DA AGROPECUÁRIA
COMISSÃO DE IND. E COMERCIO, TURISMO E SERVIÇOS
COMISSÃO DE TRAB. ADM. E SERVIÇO PÚBLICO
COMISSÃO DE ORÇAMENTO, FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

Nº do documento:	(S/N)	**Tipo do documento:**	PROJETO DE LEI
Descrição:	DISPÕE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS E MANTEIGAS ARTESANAIS ...		
Autor:	99691 - DEPUTADO LEONARDO ARAUJO		
Usuário assinador:	99691 - DEPUTADO LEONARDO ARAUJO		
Data da criação:	01/03/2019 11:23:17	**Data da assinatura:**	01/03/2019 11:23:25

Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará

GABINETE DO DEPUTADO LEONARDO ARAÚJO

AUTOR: DEPUTADO LEONARDO ARAUJO

AUTOR: DEPUTADO LEONARDO PINHEIRO

PROJETO DE LEI
01/03/2019

DISPÕE SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS E MANTEIGAS ARTESANAIS NO ESTADO DO CEARÁ E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ DECRETA:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a regulamentação daprodução e a comercialização de queijos e manteigas artesanais no Estado do Ceará.

§ 1º Considera-se queijo artesanal, o queijo produzido com leite integral, fresco e cru respeitados os métodos tradicionais, culturais e regionais.

§ 2º Considera-se manteiga da terra ou de garrafa aquela produzida com nata e sal, respeitados os métodos tradicionais, culturais e regionais.

Art. 2º A produção artesanal do queijo representa uma alternativa econômica de conservação e aproveitamento da produção leiteira do Estado, cuja tradição se baseia no modo de fazer próprio, expresso na forma de manipulação do leite, conferindo a cada queijo aparência e sabor peculiares.

Art. 3º São produtos lácteos artesanais do Ceará:

I - queijo coalho;

II - queijo de manteiga;

III - manteiga da terra, ou de garrafa ou do sertão.

Art. 4º O Estado do Ceará poderá:

I - reconhecer como artesanais outros tipos de queijo, com base nos seus processos de produção e observado o disposto no § 1º do art. 1º desta Lei.

II - identificar variedades de queijo artesanal derivadas das estabelecidas no *caput* deste artigo;

III - documentar o processo de produção de queijos artesanais para fins de proteção do Patrimônio Histórico e Cultural, como também, Identificação Geográfica (IG).

Art. 5º Considera-se para efeitos desta Lei, queijeiro artesanal ou produtor de queijos artesanais, aquele que preserva a cultura regional na elaboração de queijos, empregando técnicas tradicionais e observando a especificidade de elaboração para cada tipo de queijo e suas variedades.

CAPÍTULO II

PRODUÇÃO DE QUEIJOS E MANTEIGAS ARTESANAIS

SEÇÃO I

DOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO

Art. 6º São condições para a produção de queijos e manteiga artesanais, visando assegurar a qualidade e a inocuidade dos produtos:

I - a utilização de leite proveniente de rebanho sadio, que não apresente sinais clínicos de doenças infectocontagiosas, mastite, brucelose e tuberculose e cujos testes oficiais de zoonoses realizados pelos órgãos competentes apresentem resultados negativos;

II - o atendimento de medidas higiênico-sanitárias, nos termos das diretrizes e normas em vigor.

Art. 7º A produção do queijo coalho compreende o seguinte processo:

I - pesagem e filtração do leite;

II - adição do coalho;

III - coagulação;

IV - corte da coalhada;

V - repouso;

VI - dessoragem;

VII - aquecimento do soro e da massa;

VIII - salga;

IX - enformagem;

X - prensagem;

XI - cozimento opcional no soro ou na água.

Parágrafo único. No processo a que se refere o *caput* deste artigo, devem ser observadas as seguintes condições:

I - a produção será iniciada até 02 (duas) horas após o começo da ordenha, admitido o resfriamento do leite por até 24 (vinte e quatro) horas;

II - serão utilizadas culturas lácteas naturais.

Art. 8º O processo de produção de queijo de manteiga artesanal compreende as seguintes fases:

I - desnate;

II - adição ou não de soro;

III - coagulação;

IV - dessoragem;

V - lavagem da massa com leite;

VI - fusão da massa com o sal e a manteiga de garrafa pura;

VII - enformagem.

Parágrafo único. No processo a que se refere o caput deste artigo, o leite poderá sofrer tratamento térmico distinto da pasteurização e serem utilizadas culturas lácteas naturais.

Art. 9º A produção de manteiga da terra ou de garrafa compreende o seguinte processo:

I - separação e pesagem da nata;

II - adição ou não de sal;

III - aquecimento e cozimento;

IV - resfriamento;

V - envase.

Parágrafo único. A manteiga de garrafa, da terra ou do sertão poderá ser produzida na própria queijeira ou em instalações adequadas para tal, observadas as diretrizes e normas vigentes.

SEÇÃO II

DAS QUEIJEIRAS

Art. 10. Para os fins desta Lei, considera-se queijeira a unidade de produção do queijo artesanal, localizada em propriedade rural, com área útil construída não superior a 250m² (duzentos e cinquenta metros quadrados), na qual são processados até 2.000 (dois mil) litros diários de leite.

Art. 11. A queijeira deve dispor dos seguintes ambientes:

I - área para recepção e armazenagem do leite;

II - área de fabricação;

III - área de maturação, se necessário; e,

IV - área de embalagem e expedição.

Art. 12. As instalações da queijeira devem atender às seguintes exigências:

I - localizar-se distantes de pocilgas e galinheiros e demais fontes de mau cheiro e de contaminações;

II - impedimento físico, por meio de cerca, tela, muro ou similar, do acesso de animais e de pessoas estranhas à produção; e,

III - ser construída de alvenaria, segundo normas técnicas em vigor e com área compatível com o volume máximo da produção, observado o limite previsto no art. 10 desta Lei.

§ 1º A queijeira poderá ser instalada junto a estábulo ou local de ordenha, respeitadas as seguintes condições:

I - inexistência de comunicação direta entre o estábulo e a queijeira;

II - revestimento com cimento do piso da sala de ordenha do estábulo;

III - existência de valetas, na sala de ordenha, para o escoamento da água de lavagem e da água da chuva; e,

IV - existência de torneira independente para higienização do estábulo e dos animais.

§ 2º Para o atendimento do disposto neste artigo, serão observadas as especificidades regionais e identidade locais.

Art. 13. Para os fins do disposto nesta Lei, são considerados responsáveis pelas queijeiras:

I - o produtor do queijo devidamente capacitado;

II - o profissional responsável registrado em conselho de classe;

III - o profissional responsável indicado por associação ou cooperativa.

Parágrafo único. Os produtores de queijos artesanais deverão integrar os programas de desenvolvimento profissional e programas de qualidade e higiene sanitária específicos para produção artesanal, oferecidos e certificados por instituições públicas e/ou privadas legalmente reconhecidas, para fins de cumprimento das exigências necessárias à obtenção dos registros referidos nesta Lei.

Art. 14. A queijeira deve dispor de água para limpeza e higienização de suas instalações, observada a proporção de 03 (três) litros de água para cada 01 (um) litro de leite processado.

SEÇÃO III

DOS INSUMOS

SUBSEÇÃO I

DA ÁGUA

Art. 15. A água utilizada na produção de queijos artesanais deverá ser:

I - potável;

II - proveniente de nascente, açudes, barragens, de cisterna revestida e protegida do meio exterior ou de poço artesiano, carros-pipa;

III - canalizada dentro da queijeira;

IV - tratada por sistema de filtração e cloração;

V - acondicionada em caixa d água tampada, construída com material sanitariamente adequado.

§ 1º As nascentes deverão ser protegidas do acesso de animais e livres de contaminação por água de enxurrada e outros agentes.

§ 2º A água utilizada na produção de queijos artesanais será, periodicamente, submetida à análise físico-química e bacteriológica, nos termos da legislação em vigor.

§ 3º A higienização de caixas d água, cisternas e similares devem ser realizadas a cada 06 (seis) meses ou, sempre que necessário.

SUBSEÇÃO II

DO LEITE

Art. 16. O leite empregado na produção de queijos artesanais deverá ser proveniente de propriedade ou posse rural nos termos do art. 6º desta Lei e seus incisos.

Art. 17. Em situações de assentamento familiar ou agrupamento de produtores, a critério do órgão de controle sanitário competente, admitir-se-á o compartilhamento da queijeira para o processamento de leite produzido em outras propriedades, desde que o responsável pela queijeira assuma a responsabilidade pela qualidade do leite processado e do queijo artesanal produzido.

CAPÍTULO III

DO REGISTRO

Art. 18. Para a produção de queijos artesanais o estabelecimento deverá ter registro emitido pelo órgão de controle sanitário do Estado do Ceará e/oudo Município em que o empreendimento estiver devidamente instalado.

§ 1º Para os fins desta Lei, entende-se por registro o ato autorizativo que atesta que o estabelecimento foi prontamente inspecionado e atende à legislação que disciplina a produção e a manipulação de queijos artesanais, observando o risco sanitário, independentemente das condições jurídicas do imóvel em que está instalado, podendo ser, inclusive, anexo à residência.

§ 2º A emissão de ato autorizativo por órgão municipal a que se refere o *caput* deste artigo, está condicionada à constatação da efetividade do serviço de inspeção em auditoria prévia requerida pelo município, bem como a sua supervisão regular pelo órgão de controle sanitário estadual competente.

§ 3º A obtenção de registro no Sistema de Inspeção Federal - SIF, supre a necessidade de obtenção dos atos autorizativos a que se refere o *caput* deste artigo.

Art. 19. A obtenção do registro na ADAGRI (Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Ceará) ou o órgão estadual que vier a substituí-lo, e/ou, no órgãode controle sanitário municipal, está condicionada à efetivação de cadastro.

§ 1º Para obtenção do cadastro a que se refere o *caput* artigo, o produtor ou responsável legal do estabelecimento, deverá formalizar pedido, individualmente ou por meio de associação ou cooperativa nos termos seguintes:

I - requerimento solicitando o registro e a inspeção;

II - apresentar o registro no CNPJ ou CPF para o agricultor familiar e a inscrição no Cadastro Nacional da Agricultura Familiar – CAF para produtor rural ou empresa;

III - apresentar documentação que ateste as condições sanitárias dos animais, sobretudo os que vão dar origem à matéria-prima a ser utilizada no processamento artesanal do queijo;

IV - apresentar a planta baixa ou croqui do estabelecimento;

V - apresentar o alvará de funcionamento expedido pelo órgão público municipal competente onde se localiza o estabelecimento;

VI - apresentar a licença expedida pelo órgão ou pela entidade dotada de competência para o exercício de poder de polícia em matéria ambiental, conforme previsto na legislação vigente;

VII - apresentar a documentação fornecida por profissional técnico legalmente habilitado, contendo análises: física, química e microbiológica da água de abastecimento da unidade de produção, dentre outros documentos pertinentes e exigidos pela legislação em vigor.

§ 2º Nos casos de necessidade de adequação sanitária da queijeira, deverá ser firmado termo de compromisso fornecido pelo órgão de controle sanitário do Estado ou Serviço de Inspeção Municipal e assinado pelo representante legal do estabelecimento, com vistas ao cumprimento, no prazo definido, das exigências desta Lei e de seus regulamentos.

§ 3º Durante a vigência do Termo de Compromisso, o requerente fica autorizado a comercializar seus produtos.

CAPÍTULO IV

DA COMERCIALIZAÇÃO

SEÇÃO I

DA EMBALAGEM

Art. 20. Os queijos artesanais deverão ter na peça ou na embalagem o nome da sua tipificação ou variedade, o número do registro, o nome do município de origem, e as datas de fabricação e validade, respeitada a legislação federal vigente.

§ 1º Os queijos artesanais poderão ser comercializados sem embalagem desde que estejam estampados na peça ou acompanhados a estes, os dados mencionados no *caput* deste artigo, por um dos seguintes meios:

I - impressão em baixo relevo;

II - carimbo com tinta inócua à saúde;

III - outro meio de identificação que contenha, desde que não seja prejudicial à saúde do consumidor.

§ 2º Os queijos de manteiga produzidos em tachos de inox, ferro ou alumínio, bem como os que utilizam água e soro fermento, desde que atendam às outras especificidades de produção, deverão ser identificados como "QUEIJO TIPO DE MANTEIGA".

Art. 21. O órgão de controle sanitário no qual esteja registrada a queijeira disponibilizará instruções detalhadas para a confecção do rótulo para queijos artesanais embalados e a impressão em baixo relevo.

Art. 22. O transporte de queijos artesanais será realizado em caixa ou depósito fechado, livrando-os do contato com fatores contaminantes, garantindo a sua integridade. O uso da refrigeração no transporte dos produtos artesanais não é obrigatório.

Parágrafo único. O acondicionamento para transporte do queijo artesanal não embalado, será realizado em caixa ou tubo plástico, de fibra de vidro ou similar, com tampa ou vedação e de uso exclusivo para o produto.

SEÇÃO II

DOS EXAMES LABORATORIAIS

Art. 23. Serão realizados exames laboratoriais de rotina para atestar a qualidade do produto final.

§ 1º Os exames a que se refere o *caput* deste artigo terão sua frequência determinada pelo órgão de controle sanitário competente e as amostras para as análises especificadas deverão ser coletadas exclusivamente nas queijeiras.

§ 2º Constatada a não conformidade nos exames de rotina, o órgão de controle sanitário competente poderá exigir novos exames, às expensas do produtor e/ou queijeira, sem prejuízo de serem adotadas outros procedimentos pertinentes.

§ 3º A critério do órgão de controle sanitário competente, a realização, por este órgão, de exame laboratorial para fins de inspeção e fiscalização poderá suprir a obrigatoriedade de exame laboratorial de rotina programado para o mesmo período ou data.

§ 4 Os resultados dos exames laboratoriais para fins de inspeção e fiscalização a que se refere o § 3º serão disponibilizados para o estabelecimento.

CAPÍTULO V

DA FISCALIZAÇÃO

Art. 24. A inspeção e a fiscalização sanitária da produção do queijo artesanal serão realizadas periodicamente pelo órgão de controle sanitário competente, visando assegurar o cumprimento das exigências desta Lei e dos demais dispositivos legais aplicáveis à espécie.

Art. 25. As ações de fiscalização na unidade de produção de queijo artesanal deverão ter natureza prioritariamente orientadora, de acordo com Art. 2º, § 2º da Lei Federal nº 13.860/2018 e a legislação sanitária em vigor, possuindo linguagem acessível ao produtor de queijo ou responsável.

§ 1º O auto de infração apenas poderá ser lavrado pela autoridade competente a partir da segunda visita em diante, após a orientação da fiscalização devidamente comprovada, exceto quando o ato importe em ação ou omissão dolosa, resistência ou embaraço à fiscalização.

§ 2º A orientação a que se refere este artigo dar-se-á por meio de notificação escrita ao produtor ou responsável pela produção e comercialização do produto.

SEÇÃO I

DAS PENALIDADES

Art. 26. A ocorrência de descumprimento ao disposto nesta Lei e na legislação pertinente acarretarão, isoladas ou cumulativamente, as seguintes sanções:

I - advertência, nos casos de primeira infração, em que não se configure dolo ou má-fé e desde que não haja risco iminente de natureza higiênico-sanitária, devendo a situação ser regularizada no prazo estabelecido pela fiscalização;

II - multa, fixada em resolução, nos casos não compreendidos no inciso anterior;

III - apreensão das matérias-primas, dos produtos, dos subprodutos e dos derivados do leite, adulterados ou que não apresentarem condições higiênico- sanitárias adequadas ao fim a que se destinam;

IV - suspensão das atividades do estabelecimento, quando causarem risco ou ameaça de natureza higiênico-sanitária ou no caso de o proprietário ou responsável dificultar a ação fiscalizatória ou reincidência dos incisos I e/ou II deste artigo;

V - interdição total ou parcial do estabelecimento, na hipótese de adulteração ou falsificação de produto ou de inexistência de condições higiênico-sanitárias que permitam o funcionamento de estabelecimento;

VI - cancelamento do registro quando o motivo da interdição, prevista no inciso anterior, não for sanado.

Art. 27. A unidade de produção de queijo e manteiga artesanais e/ou o produtor de queijo responderão criminalmente conforme a legislação em vigor, pelos danos causados à saúde pública, caso se comprove ação ou omissão delituosa no que se refere à observância dos padrões higiênico-sanitários, físico-químicos e microbiológicos, a adição indevida de produtos químicos e biológicos e o uso indevido de práticas de beneficiamento, embalagens, conservação, transporte e comercialização, independentemente das sanções administrativas previstas em lei e a obrigação de reparar os danos causados.

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 28. Para o desenvolvimento da produção e comercialização de queijos artesanais, o Estado do Ceará e/ou o Município, diretamente ou por meio de convênios, consórcio público e outros instrumentos congêneres, implementará e adotará, observados o planejamento e a previsão orçamentária, mecanismos que promovam:

I - adequação sanitária e melhoria do rebanho bovino destinado à produção de queijos e manteigas artesanais;

II - qualificação técnica e educação sanitária do produtor e comerciante de queijo e manteigas artesanais;

III - apoio financeiro e incentivo à adequação sanitária dos estabelecimentos de produção;

IV - facilitação ao acesso ao crédito para financiamentos destinados à melhoria do rebanho, da gestão e dos processos de produção de queijos e manteigas artesanais;

V - organização de rede laboratorial adequada às demandas da produção de queijos e manteigas artesanais;

VI - pesquisa e desenvolvimento tecnológico, voltados para o aprimoramento dos processos de produção e comercialização de queijos e manteigas artesanais;

VII - estímulo às práticas associativistas e cooperativistas no âmbito da produção e comercialização de queijos e manteigas artesanais;

VIII - campanhas informativas voltadas para o consumidor de queijos e manteigas artesanais;

IX - respeito e conhecimento do patrimônio cultural e gastronômico do Ceará, salvaguardando o fazer tradicional e a memória coletiva como um fator de desenvolvimento local.

Parágrafo único. O Estado do Ceará desenvolverá iniciativas com a finalidade de sensibilizar as comunidades locais, governos e autoridades municipais para defender e valorizar as riquezas do patrimônio cultural alimentar do Estado e as razões da necessidade de sua preservação.

Art. 29. Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 30. Revogam-se as disposições em contrário.

LEONARDO ARAÚJO **LEONARDO PINHEIRO**

DEPUTADO **DEPUTADO**

JUSTIFICATIVA

Quando degustamos uma iguaria, como o Queijo Coalho Artesanal feito com leite cru integral, estamos, na verdade, provando um sabor ligado à sua história familiar, ao espaço geográfico e ao tempo geracional.

A produção artesanal de queijo no estado do Ceará é uma atividade relevante para a economia local, por se tratar de um produto lácteo muito consumido pela população local e pelos turistas que visitam o nosso Estado.

A fabricação de Queijo Coalho Artesanal demanda grande volume de leite e envolve uma parcela considerável de pequenos e médios produtores familiares para os quais esta atividade econômica representa fonte de renda e trabalho no campo.

O Queijo Coalho é um produto típico da propriedade familiar do sertão nordestino e cearense, onde a pecuária leiteira ainda encontra água suficiente para o crescimento de pastagens para a alimentação do gado leiteiro.

Desprovida de sofisticação tecnológica, a Queijaria Artesanal inclui-se entre os poucos empreendimentos adequados para alterar o perfil sócioeconômico de pequenos municípios do Ceará. Muitas vezes, o que distância esse potencial de um futuro promissor e concreto é a ausência da organização cooperativista, de apoio financeiro de crédito oficial (Governo Federal, Estadual e Municipal) e de programas de aperfeiçoamento técnico dos produtores de queijos artesanais.

O mais difícil, na verdade, já existe que é a marca forte "Queijo de Coalho" de uma tradição que sobrevive há mais de quatro séculos no Nordeste do Brasil.

Em vários países, sobretudo na Europa, os queijos artesanais conquistaram um lugar privilegiado no meio do patrimônio gastronômico e cultural. Foram justamente os queijos fabricados com leite cru que deram à França a reputação mundial de *Pays de fromages* (País dos queijos).

Esta reputação foi conquistada com muito trabalho e dedicação dos produtores artesanais e suporte de crédito oficial, acompanhadas de garantias de segurança e higiene para o consumidor.

As normas e exigências legais vigentes no Brasil, em relação ao local de produção dos queijos artesanais, requerem regras rígidas de higiene e instalações muito dispendiosas, às quais, a maioria dos produtores familiares não tem condições financeiras para suportar. É esta a principal razão pela qual muitos trabalham na clandestinidade.

Portanto, fazem-se necessárias à implementação urgente de programas governamentais visando a valorização e a proteção especial à produção e comercialização do Queijo Coalho Artesanal, produto típico do Ceará, que apresenta características peculiares.

Para sua preservação, o controle de qualidade e a retirada da informalidade são fatores fundamentais.

Importante ressaltar que, a presente Lei visa regulamentar a produção e a comercialização de Queijos e Manteigas Artesanais no Estado do Ceará e preservar o direito dos pequenos produtores rurais do nosso estado de produzir e comercializar este saboroso, típico e importante produto lácteo. Em assim procedendo, estamos garantindo e ampliando a geração de emprego e renda no interior do nosso Estado e exaltando a nossa cultura e tradição.

Ante o exposto, solicito dos meus ilustres pares a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões da Assembleia Legislativa do Ceará, 1 de março de 2019.

DEPUTADO LEONARDO ARAUJO

DEPUTADO (A)

DEPUTADO LEONARDO PINHEIRO

DEPUTADO (A)