

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO

RAYLENE RODRIGUES DE SENA

**SISTEMA DE PRODUÇÃO EM CASAS DE FARINHA:
UMA CONTRIBUIÇÃO AO PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DA INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA DA FARINHA UARINI**

BELO HORIZONTE

2019

RAYLENE RODRIGUES DE SENA

**SISTEMA DE PRODUÇÃO EM CASAS DE FARINHA:
UMA CONTRIBUIÇÃO AO PROCESSO DE CONSOLIDAÇÃO DA INDICAÇÃO
GEOGRÁFICA DA FARINHA UARINI**

Tese apresentada ao Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Administração.

Linha de Pesquisa: Finanças

Orientador: Prof. Dr. Luiz Alex Silva Saraiva

BELO HORIZONTE

2019

Ficha Catalográfica

S474s
2019

Sena, Raylene Rodrigues de.
Sistema de produção em casas de farinha [manuscrito] : uma contribuição ao processo de consolidação da indicação geográfica da farinha Uarini / Raylene Rodrigues de Sena. – 2019.
231 f.: il.

Orientador: Luiz Alex Silva Saraiva.
Tese (doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais,
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.
Inclui bibliografia (f. 197-210), apêndices e anexos.

1. Administração da produção – Teses. 2. Farinha como alimento – Teses. 3. Qualidade dos produtos – Teses. I. Saraiva, Luiz Alex Silva. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Leonardo Vasconcelos Renault CRB-6/2211
Biblioteca da FACE/UFMG – LVR/048/2020



Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Ciências Econômicas
Departamento de Ciências Administrativas
Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração

ATA DA DEFESA DE TESE DE DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO da Senhora **RAYLENE RODRIGUES DE SENA**, REGISTRO N° 240/2019. No dia 28 de novembro de 2019, às 15:00 horas, reuniu-se na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, a Comissão Examinadora de Tese, indicada pelo Colegiado do Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração do CEPEAD, em 13 de novembro de 2019, para julgar o trabalho final intitulado "**Sistema de produção em casas de farinha: Uma contribuição ao processo de consolidação da indicação geográfica da farinha Uarini**", requisito para a obtenção do **Grau de Doutor em Administração**, linha de pesquisa: **Finanças**. Abrindo a sessão, o Senhor Presidente da Comissão, Prof. Luiz Alex Silva Saraiva, após dar conhecimento aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra à candidata para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do seguinte resultado final:

() APROVAÇÃO;

(X) APROVAÇÃO CONDICIONADA A SATISFAÇÃO DAS EXIGÊNCIAS CONSTANTES NO VERSO DESTA FOLHA, NO PRAZO FIXADO PELA BANCA EXAMINADORA (NÃO SUPERIOR A 90 NOVENTA DIAS);


() REPROVAÇÃO.


O resultado final foi comunicado publicamente à candidata pelo Senhor Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 28 de novembro de 2019.


NOMES

Prof. Dr. Luiz Alex Silva Saraiva.....  ASSINATURAS
ORIENTADOR (CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Jonathan Simões Freitas 
(CEPEAD/UFMG)

Prof. Dr. Marcos Antônio de Camargos..... 
(CEPEAD/UFMG)

Prof^a. Dr^a. Daniela Viegas da Costa Nascimento... 
(UNA/BH)

Prof^a. Dr^a. Verônica Macário de Oliveira..... 
(PPGA/UFMG)

Para minhas mães, *in memoriam*.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Alex Silva Saraiva, pelo incentivo e apoio que foi imprescindível nesta batalha.

Aos Professores do Doutorado, pelos valiosos ensinamentos norteadores do saber científico e da expansão profissional. Em especial ao professor Dr. Carlos Alberto Gonçalves por todo apoio e amizade.

Aos funcionários do CEPEAD Erika, Vera e Marina.

Aos Entrevistados, pela espontânea disponibilidade, generosidade e inestimável colaboração para a concretização desta pesquisa.

As instituições parceiras do projeto da Indicação Geográfica da farinha Uarini dos municípios de Tefé, Alvarães e Uarini.

A Universidade do Estado do Amazonas pelo auxílio financeiro durante o doutoramento. Muito obrigada.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa de estudo durante o estágio obrigatório.

À Margareth Palhares, amizade tão generosa que espero guardar por toda minha vida, você foi uma amiga maravilhosa para ouvir tanto minhas angústias quanto minhas alegrias. Grata para sempre.

Aos meus queridos amigos da Universidade do Estado do Amazonas, professores Andréa Lanza, Izabel Seabra, Gilson Lira, Sálvio Rizzato, Lúcia Puga e Ricardo Breves, que me amparam como puderam.

À estimada Fátima Megale que foi uma mão estendida nas horas mais difíceis.

Enfim, dedico à todos os colegas de curso, pelos momentos de troca de conhecimento e informação que, sem dúvida, enriqueceram este estudo. Edna, foram muitos os momentos de estudos e angústias, mas, também de confraria e alegria. Grata pela amizade e companheirismo. Lenice, foram valiosas nossas conversas, e sua inteligência e perspicácia nos momentos necessários muito me ajudou, também por isso lhe tenho grande admiração. Georgia, amiga

especial que tive a sorte de conhecer. Grata por tudo. Cleuber, obrigada por me ensinar sobre lealdade e amizade. Carlos, grata pelo companheirismo e sabedoria. Juvenal, grata pelas conversas e encorajamento mútuo. Mirian, saímos em busca de nossos sonhos e fomos vitoriosas. Inara, Bruno, Pirangy e Marcelo, sou grata por vocês fazerem parte da minha formação acadêmica.

*“O elemento fundamental da produção de
farinha é o conhecimento humano”.*

Lucia Hussak Van Velthem e Esther Katz

RESUMO

SENA, Raylene Rodrigues de. *Sistema de produção em casas de farinha: uma contribuição ao processo de consolidação da indicação geográfica da farinha Uarini*. 2019, 224 f. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

Sabe-se que, em maior ou menor proporção, a mandioca faz parte do cardápio da mesa dos brasileiros, sobretudo, em forma de farinha. Nas regiões Norte e Nordeste do Brasil a farinha de mandioca compõe porção significativa das refeições diárias. Estas são as regiões onde mais se consome o produto, e onde o mesmo representa, para a maioria dos produtores locais, a principal fonte de renda. No estado do Amazonas estão reunidas várias comunidades de pequenos produtores rurais e indígenas que produzem farinhas artesanais nas tradicionais Casas de Farinha. Com a industrialização da produção da farinha de mandioca, especialmente no sul e sudeste do Brasil, comunidades do município amazonense de Tefé e entorno estão se mobilizando para manter a tradição do processo de produção artesanal e, ao mesmo tempo, garantir competitividade no mercado. Nesse sentido, concentraram esforços na implementação de mudanças e adequações nos procedimentos de produção nas Casas de Farinha a fim de atender às exigências estruturais e sanitárias do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) para concessão do registro de Indicação Geográfica (IG). Este caminho conduziu ao reconhecimento da já conhecida e popular Farinha Uarini produzida naquela região, culminando com a aprovação de sua IG em agosto de 2019. Com o intuito de conhecer melhor o trabalho dos produtores da Farinha Uarini e acompanhar o processo de mudanças implementadas para atender às exigências para obtenção da IG, esta pesquisa delimitou quatro municípios amazonenses como área de abrangência da IG da Farinha Uarini: Tefé, Uarini, Alvarães e Marã. O objetivo central deste estudo foi analisar, qualitativamente, o significado da aquisição da IG da Farinha Uarini como instrumento de contribuição na emergência de novas configurações de cadeias produtivas, adentrando o espaço de sua produção tradicional tendo, como pano de fundo, as novas condições mercadológicas proporcionadas pela obtenção da IG. Os resultados da pesquisa apontaram que as mudanças eventualmente implementadas no processo de produção da Farinha Uarini, voltadas para a obtenção da IG, poderão contribuir não somente para promover o produto, mas, também, para preservar a cultura, a história e a tradição das Casas de Farinha e do “saber fazer” dos produtores; com isso, será possível propiciar aos trabalhadores das casas de farinha um sustento com melhores condições de trabalho e qualidade de vida, já que determinadas mudanças preveem a redução de esforço físico e de inalação de fumaça durante a produção da farinha. É possível, ainda, que a IG, a partir das exigências uma vez cumpridas para sua obtenção, confira maior efetividade à divulgação da Farinha Uarini junto aos consumidores, principalmente, de fora do estado do Amazonas, ao mesmo tempo – e sobretudo - combatendo informações distorcidas sobre a qualidade do produto e a apropriação indevida do nome e da popularidade da Farinha Uarini por parte de outras marcas. Sob esta perspectiva, o monitoramento do processo de produção se faz necessário de modo a garantir o cumprimento regular das exigências previstas pela IG, bem como a justa reputação da Farinha Uarini. Da mesma forma, é preciso assegurar o engajamento dos produtores nos municípios envolvidos disponibilizando a eles os devidos suportes técnico, administrativo e financeiro.

Palavras-chave: Casas de Farinha, Farinha Uarini, Indicação Geográfica, Reputação.

ABSTRACT

SENA, Raylene Rodrigues de. *Production system in flour houses: a contribution to the consolidation of the geographic indication process of Uarini flour*. 2019, 224 p. Dissertation - (Doctoral Program in Administration) - Faculty of Economics, Federal University of Minas Gerais, Belo Horizonte, State of Minas Gerais, Brazil, 2019.

It is generally assumed that cassava is part of the feeding habits of a large number of Brazilian citizens, mainly in its processed variety as flour. In northern and northeastern Brazil cassava flour is an outstanding food item in daily meals, these two regions being the leading ones in consuming the product; for most local producers it is the dominant income source. The state of Amazonas concentrates numerous communities of small-scale rural and indigenous producers dedicated to the production of artisanal flours in traditional flour houses. The industrialization of cassava flour production, especially in southern and southeastern Brazil, motivated communities in the municipality of Tefé (state of Amazonas) and surrounding areas to work together in order to keep going the traditional artisanal production process of cassava flour, as well as to guarantee competitiveness in the market. To accomplish this, these communities joined efforts toward the implementation of changes and adjustments along the production process within flour houses, aiming to comply with structural and sanitary requirements established by the National Institute of Intellectual Property (INPI) in the way to attain the Geographic Indication (GI) registration. The end point of this path was the recognition of the already widely known Uarini flour being produced in that region – the Uarini flour GI was approved in August 2019. With the purposes of better acknowledging the work of Uarini flour producers and observe the changes implemented along the process of GI acquisition, this dissertation focused on the four municipalities that delimit the GI covering area of Uarini flour: Tefé, Uarini, Alvarães and Maraã (state of Amazonas). The central objective of this study was to qualitatively analyze the Uarini flour GI outcome in order to look for its potential contributions to the emergence of new configurations of productive chains, in such a way to explore the circumstances of Uarini flour traditional production process in face of the novel market conditions created by the acquisition of the GI. Results of the research revealed that the changes ultimately implemented along the acquisition process of Uarini flour GI, besides helping to promote the product can also turn the GI itself into an instrument ready to preserve the culture, history and tradition of both flour houses and producers' "know-how", additionally providing better living and working conditions such as less physical stress and decreased smoke inhalation. It is also possible that the GI will bring closer together more effectively the Uarini flour brand and consumers particularly living beyond the borders of the state of Amazonas. This means, above all, fighting occasional inaccurate information about the quality of the renowned Uarini flour so that its name will not be improperly associated with other flour brands. According to this perspective, monitoring the production process will be necessary so as to assure the compliance with GI requirements and, consequently, maintain Uarini flour reputation unharmed. Keeping producers engaged with the whole process in the municipalities involved will be necessary, as well as making available to them technical, administrative and financial support.

Keywords: Flour houses, Uarini flour, Geographic Indication, Reputation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Propriedade intelectual	52
Figura 2 - IG dos produtos do Vale dos Vinhedos-RS	57
Figura 3 - Esquema metodológico	69
Figura 4 - Características principais da pesquisa qualitativa	70
Figura 5 - Alegações de conhecimento, estratégias de investigação e métodos que conduzem a sistemas e processo do projeto.	71
Figura 6 - Delimitação da área de produção da Indicação Geográfica Farinha Uarini: Alvarães, Maraã, Tefé e Uarini no Amazonas.	75
Figura 7 - Etapas da análise de conteúdo	84
Figura 8 - Vista parcial da comunidade de São Francisco do Arraia – Alvarães-AM	88
Figura 9 - Vista frontal da Casa de Farinha Modelo Uarini de Arraia – Alvarães-AM	88
Figura 10 - Vista frontal da comunidade de São Francisco do Bauana – Alvarães-AM.....	89
Figura 11 - Vista lateral da Casa de Farinha Modelo Uarini de Bauana – Alvarães-AM.....	90
Figura 12 - Vista frontal da comunidade de Santo Antônio do Ipapucu – Tefé-AM.....	90
Figura 13 - Vista frontal da Casa de Farinha Modelo Uarini de Ipapucu – Tefé-AM	91
Figura 14 - Vista frontal da comunidade de Tauari – Tefé-AM.....	91
Figura 15 - Vista lateral da Casa de Farinha Modelo Uarini de Tauari – Tefé-AM	92
Figura 16 - Turistas em bases comunitárias de Tauari – Tefé-AM.....	92
Figura 17 - IG da Farinha Uarini	94
Figura 18 - Crescimento da produção mundial das principais culturas alimentares. (1980-2001)	98

Figura 19 - Produção mundial de mandioca em raiz – países selecionados (milhões de toneladas)	99
Figura 20 - Evolução da produção da raiz de mandioca 1990-2015: Brasil e Grandes Regiões (milhões de toneladas).....	100
Figura 21 - Potencialidade de uso da mandioca	104
Figura 22 - Tipos de farinha de mandioca	105
Figura 23 - Casas de Farinha móveis de Planaltina de Goiás e Vila Boa-GO	107
Figura 24 - Casa de farinha móvel em Vila Boa-GO.	107
Figura 25 - Estrutura de produção da casa de farinha móvel.	108
Figura 26 - Trabalhadoras da casa de farinha móvel.....	108
Figura 27 - Forno rotativo da casa de farinha móvel.....	109
Figura 28 - Trabalho no forno rotativo da casa de farinha móvel	109
Figura 29 - Fornos rotativos da casa de farinha.....	110
Figura 30 - Trabalhadoras da casa de farinha móvel.....	110
Figura 31 - Protótipo de processamento de lenha movidos a energia solar biogás Campo de Brito-SE.....	111
Figura 32 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu.....	112
Figura 33 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu.....	113
Figura 34 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu.....	113
Figura 35 - Rio Preguiças – Tapuio – Barreirinhas-MA	114
Figura 36 - Rio Preguiças – Tapuio – Barreirinhas-MA	114
Figura 37 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA.....	115

Figura 38 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA.....	115
Figura 39 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA.....	115
Figura 40 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE	116
Figura 41 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE	117
Figura 43 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE	117
Figura 44 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	118
Figura 45 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	119
Figura 46 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	119
Figura 47 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	120
Figura 48 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	120
Figura 49 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	120
Figura 50 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	121
Figura 51 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	121
Figura 52 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	121
Figura 53 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	122
Figura 54 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	122
Figura 55 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO	123
Figura 56 - Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR.....	124
Figura 57 - Selo da Associação de Potinga comunidade do município de Guaraqueçaba-PR	124

Figura 58 - Selo da Associação de Açungui comunidade do município de Guaraqueçaba-PR	125
Figura 59 - Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR.....	125
Figura 60 - Plantação de mandioca – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR.....	125
Figura 61 - Selo da Associação Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	126
Figura 62 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	127
Figura 63 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	127
Figura 64 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	127
Figura 65 - Casa de alvenaria construída pela Secretaria de Estado de Extensão Agroflorestal e Produção Familiar – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	128
Figura 66 - Casa de farinha em alvenaria – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	128
Figura 67 - Casa de farinha em alvenaria – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	128
Figura 68 - Produção de farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	129
Figura 69 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA.....	130
Figura 70 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA.....	130
Figura 71 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA.....	131
Figura 72 - Lenha para a produção de farinha de mandioca pelo sistema manual – Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA.....	131
Figura 73 - Processo simplificado de produção da farinha Uarini	138

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação de bens quanto ao acesso à informação	37
Quadro 2 - Tipos de propriedade intelectual	52
Quadro 3 - Evolução da legislação brasileira da Propriedade Intelectual.....	61
Quadro 4 - Indicação Geográfica de produtos reconhecidos no Brasil pelo INPI, como da categoria de Denominação de Origem.....	62
Quadro 5 - Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil pelo INPI, na categoria de Indicação de Procedência.....	64
Quadro 6 - Síntese da abordagem metodológica do estudo.....	85
Quadro 7 - Espécies de mandioca com base na morfologia, ecologia e geografia.....	132
Quadro 8 - Perfil dos Entrevistados.....	141
Quadro 9 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Farinha Uarini: imagem e diferenciais.....	144
Quadro 10 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Percepção sobre a continuidade da produção pelas próximas gerações de produtores	146
Quadro 11 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini.....	148
Quadro 12 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Divulgação e mobilização em torno da IG.....	151
Quadro 13 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Capacitação: diretrizes e boas práticas	153
Quadro 14 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini.....	155

Quadro 15 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para adesão/engajamento ao projeto da IG da Farinha Uarini	160
Quadro 16 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Tensões latentes acerca do processo de preparação para obtenção da IG.....	167
Quadro 17 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Casa de Farinha Tradicional X Casa de Farinha Modelo Uarini.....	174
Quadro 18 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da IG	180
Quadro 19 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para negociação do preço para a Farinha Uarini: Atuação dos atravessadores, varejistas e produtores que adulteram a farinha	183
Quadro 20 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini	187
Quadro 21 - Benefícios, problemas e melhorias necessárias às novas Casas de Farinha Modelo Uarini.....	189

LISTA DE SIGLAS

AO	Agricultura Orgânica
AAO	Associação de Agricultura Orgânica
AMURMAM	Associação de Moradores e Usuários da RDS Mamirauá Antônio Martins
ADAF	Agência de Defesa Agropecuária e Florestal do Estado do Amazonas
ADS	Agência de Desenvolvimento Sustentável do Amazonas
ANAMMA	Associação Nacional de Órgãos Municipais de Meio Ambiente
APAFE	Associação dos Produtores Extrativistas da Flona TEFÉ e Entorno
APIAM	Associação de Produtores Indígenas da Aldeia Miratu
APRU	Associação de Produtores de Farinha de Mandioca da Região de Uarini
ATER	Assistência Técnica e Extensão Rural
BNAF	Banco Nacional da Agricultura Familiar
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Social
BPF	Boas Práticas de Fabricação
CAAE	Certificado de Apresentação para Apreciação Ética
CAMURA	Associações dos Moradores e Usuários da Reserva Amanã
CO	<i>Certificate of Compliance</i> (Certificado de Conformidade)
CNI	Confederação Nacional da Indústria
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
COPAGENS	Cooperativa Agroextrativista Mista dos Produtores de Nova Sião
DOC	Denominação de Origem Controlada
DOP	<i>Protected Designation of Origin</i> (Denominação de Origem Protegida – UE)
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO	<i>Food and Agriculture Organization of United Nations</i> (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura)
FAS	Fundação Amazonas Sustentável

FLONA	Floresta Nacional de Tefé
FBB	Fundação Banco do Brasil
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBio	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IDAM	Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas
IDSM	Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá
IEPI	<i>Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual</i> (Instituto Equatoriano de Propriedade Intelectual)
IFAD	<i>International Fund for Agricultural Development</i> (Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola)
IFAM	Instituto Federal do Amazonas
IG	Indicação Geográfica
IGP	Indicação Geográfica Protegida
INOVATES	Instituto de Inovação e Tecnologias Sustentáveis
IPAAM	Instituto de Proteção Ambiental do Amazonas
IPEA	Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
ITP	Instituto de Tecnologia e Pesquisa
LCEM	Laboratório de Catálise, Energia e Materiais
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OCB	Organização das Cooperativas Brasileiras
OGM	Organismos Geneticamente Modificados
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial de Propriedade Intelectual
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar

PAF	Programa de Agroindústria Familiar
PGPM	Programa de Garantia de Preços Mínimos
PI	Propriedade Intelectual
PIB	Produto Interno Bruto
PRONAF	Programa de Agricultura Familiar
PAPL	Programa de Arranjos Produtivos Locais do Estado de Alagoas
PRONATER	Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural
RAS	Rede Agrícola Sustentável
RDS	Reserva de Desenvolvimento Sustentável
SEAF	Secretaria de Estado de Agricultura Familiar
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDEC	Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico
SEMSA	Secretaria Municipal de Saúde
SEPLAN-AL	Secretaria de Estado de Planejamento de Alagoas
SEPROR-AM	Secretaria de Produção Rural do Amazona
SEMA	Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Amazonas
STRS	Sindicato de Trabalhadores Rurais
SUFRAMA	Superintendência da Zona Franca de Manaus
TRIPs	<i>Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights</i> (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio)
UE	União Europeia
UEA	Universidade do Estado do Amazonas
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
WFP	<i>World Food Programme</i> (Programa Alimentar Mundial)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	21
1.1 Problema de Pesquisa	27
1.2 Objetivos	27
1.2.1 Objetivo Geral	27
1.2.2 Objetivos Específicos	28
1.3 Marco Teórico	28
1.4 Relevância Temática	28
1.5 Estado da Arte	33
1.6 Contribuições Teóricas e Empíricas	35
1.7 Estrutura Textual	35
2 ECONOMIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	37
2.1 As Justificativas Econômicas da IG	37
2.1.1 IG versus Marca Registrada	39
2.1.2 A IG e a Construção da Reputação.....	42
2.1.3 A IG e a Reputação como um Ativo da Empresa.....	47
3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	51
3.1 A IG no Arcabouço da Propriedade Intelectual	51
3.2 Histórico da Indicação Geográfica (IG)	56
3.3 A Indicação Geográfica no Mundo	58
3.4 A Indicação Geográfica no Brasil	60
4 METODOLOGIA	69
4.1 Tipo de Pesquisa Quanto à Abordagem	70
4.2 Tipo de Pesquisa Quanto aos Fins	72
4.3 Tipo de Pesquisa Quanto aos Meios	73
4.4 Unidade de Pesquisa, População e Amostragem	74
4.5 Procedimentos Metodológicos	77
4.5.1 Levantamento das Informações Primárias.....	77
4.5.2 Levantamento de Informações Secundárias	77
4.5.3 Levantamento de Informações Primárias de Caráter Documental	78
4.6 Instrumentos de Coleta de Dados	78
4.6.1 Entrevistas Semiestruturadas – Pesquisa Qualitativa	80

4.6.2 Questionário Direcionado aos Produtores Usuários das Casas de Farinha Modelo Uarini – Pesquisa Quantitativa.....	80
4.7 Técnica de Análise de Dados	81
4.8 Projeto Casa de Farinha Modelo UARINI.....	85
5 A FARINHA UARINI.....	94
5.1 A Cultura da Farinha de Mandioca.....	94
5.2 A Produção da Farinha de Mandioca no Amazonas.....	102
5.2.1 Classificação da Farinha de Mandioca	104
5.2.2 As Casas de Farinha no Brasil.....	105
5.2.2.1 Casa de Farinha Móvel – Planaltina de Goiás e Vila Boa – Goiás-GO	106
5.2.2.2 Casa de Farinha Híbrida Solar/biogás – Campo de Brito-SE.....	110
5.2.2.3 Casa de Farinha em Aldeia Indígena – Região do Xingu – Aldeias Paquiçamba, Furo Seco, Terra Wangã e Muratu – Rota Volta Grande do Xingu-PA	112
5.2.2.4 Casa de Farinha Tradicional – Tapuio – Povoado de Barreirinhas-MA	113
5.2.2.5 Casa de Farinha tradicional – Feira Nova-PE	116
5.2.2.6 Casa de Farinha Tradicional – Municípios de Cantá, Iracema e Mucajaí-RO.....	118
5.2.2.7 Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga – Comunidades do Município de Guaraqueçaba-PR.....	123
5.2.2.8 Casa de Farinha – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC.....	126
5.2.2.9 Casa de farinha tradicional – Comunidade de Campinhos, Vitória da Conquista-BA	129
5.3 As Boas Práticas de Produção da Farinha	132
5.4 A farinha Uarini	135
5.5 Categorias de Farinha Uarini: Ova, Ovinha, Filé e Amarela.....	138
6 ANÁLISE DE RESULTADOS.....	140
6.1 Análise dos dados.....	140
6.1.1 Processo preparatório para a obtenção da IG da Farinha Uarini	143
6.1.1.2 Farinha Uarini: imagem e diferenciais	143
6.1.1.3 Percepção sobre a continuidade da produção pelas próximas gerações de produtores	146
6.1.1.4 Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini	148
6.1.1.5 Divulgação e mobilização em torno da IG	151
6.1.1.6 Capacitação: diretrizes e boas práticas	153

6.1.1.7 Expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini	155
6.1.2 Situações a serem resolvidas	160
6.1.2.1 Dificuldades para adesão/engajamento ao projeto da IG da Farinha Uarini	160
6.1.2.2 Tensões latentes acerca do processo de preparação par obtenção da IG.....	167
6.1.2.3 Casa de Farinha Tradicional X Casa de Farinha Modelo Uarini.....	173
6.1.2.4 Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da IG	180
6.1.2.5 Dificuldades para negociação do preço para a Farinha Uarini: Atuação dos atravessadores, varejistas e produtores que adulteram a farinha	183
6.1.2.6 Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini	187
6.1.3 Benefícios, problemas e melhorias relacionados às Casas de Farinha Modelo Uarini .	189
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	192
7.1 Limitações da Pesquisa	195
7.2 Expansão da Pesquisa	196
REFERÊNCIAS	197
APÊNDICES	211
APÊNDICE A – Questionário	211
APÊNDICE B – Roteiro.....	224
APÊNDICE C - TCLE	228
ANEXOS	230
ANEXO A: EXCERTO DO COMITÊ DE ÉTICA NA PESQUISA.....	230
ANEXO B: EXCERTO DA AUTORIZAÇÃO DO ICMBIO	231

1 INTRODUÇÃO

O estiloso chapéu-panamá nunca foi produzido no Panamá. É originário de outro país: o Equador, com produção datada de mais de mil anos, pelos índios Incas. Valendo-se de uma fibra originária das montanhas e de uma trança peculiar, os Incas tecem este produto artesanal apreciado em todo o mundo. Segundo o Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual – IEPI, os equatorianos foram expropriados do nome/fama do chapéu-panamá por um erro de identificação de origem: o chapéu-panamá correu o mundo na cabeça do presidente do Estados Unidos da América – EUA, Franklin Roosevelt, fotografado na inauguração do Canal do Panamá em 1906. No entanto, o mais grave no plano de sua comercialização, adveio da concorrência agressiva dos chapéus chineses produzidos com papel e vendidos por um valor muito inferior, como se fossem o autêntico chapéu-panamá. O prejuízo foi atenuado com a conquista, por uma associação de artesãos do chapéu-panamá, do registro da sua Indicação Geográfica no Equador, sob o protesto de várias entidades que alegaram ter o nome “chapéu-panamá” adquirido o *status* de terminologia de uso genérico (IEPI, 2008).

A Indicação Geográfica – IG foi criada, exatamente, para que situações como a do chapéu-panamá não se repitam. A IG refere-se ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade do território que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço. No que se refere ao efeito do IG, imprescindível esclarecer o modo tradicional como o produto é produzido (o saber-fazer) e as condições de inocuidade do processo de produção (BRASIL, 1996).

Assim, os produtos com o signo IG são diferenciados e mais valorizados no mercado, apresentando maior competitividade. No Brasil, ainda são poucos os produtos com IG, citando-se, como exemplo, a cachaça produzida na região de Minas Gerais e os vinhos produzidos no Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, sendo Vinhedos a primeira região a auferir a certificação para Indicação de Procedência no Brasil (OKAMOTTO, 2005). Recentemente, foram certificados com IG a cachaça fabricada em Paraty, no Rio de Janeiro, e o queijo artesanal *Serrano* em Minas Gerais (SANTILLI, 2009). Também há os *cases* como o das uvas e mangas de mesa, cujo IG do Submédio do São Francisco é compartilhado por Bahia e Pernambuco, citando-se, ainda, o IG dos camarões da Costa Negra Aracaú-Ceará (OKAMOTTO, 2005).

Especificamente sobre farinha de mandioca, o município de Cruzeiro do Sul, no Estado do Acre, foi o pioneiro na obtenção do IG no Brasil, o que representa, para aquela região, a garantia do reconhecimento da origem e qualidade do produto, assegurando sua reputação e preservação, além da confiança por atenderem os mercados mais exigentes (SOUZA; ÁLVARES; NÓBREGA, 2017). Tal conquista abriu caminho para que outras Casas de Farinha também buscassem a aprovação no IG. É o caso da farinha Uarini que, depois de um longo processo iniciado com a formalização do pedido em 2 de maio de 2017, -obteve a concessão, devidamente publicada pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, na Revista de Propriedade Intelectual, em 27 de agosto de 2019 (INPI, 2019b).

A cultura da farinha de mandioca no Brasil constitui uma tradição que remonta a mais de um século. Esse alimento, além de grande valor cultural vinculado ao conhecimento tradicional de herança indígena, apresenta qualidade diferenciada e desponta como uma das principais fontes de alimentos da população local, ao lado do peixe. Entre os vários tipos de farinha de mandioca produzida na região amazônica, a farinha Uarini se destaca. Seu sabor e notoriedade são reconhecidos e valorizados pelos amazônidas.

A cadeia produtiva da farinha de mandioca constitui um importante recurso socioeconômico para o Estado do Amazonas, por fornecer um componente indispensável à dieta do cidadão amazonense, principalmente, o pertencente às classes menos favorecidas (DIAS; BARRETO; XAVIER, 1998). Também pelo fato de gerar um grande número de empregos notadamente voltados à mão-de-obra familiar, em razão da técnica de fabricação empregada nas “casas de farinha”, diferentemente do que ocorre no sul e no sudeste do país, onde a produção da farinha concentra-se na agroindústria, ou seja, nas denominadas “farinheiras”.

Em vista disso, observa-se, no Brasil, que a produção da farinha de mandioca apresenta duas estruturas produtivas distintas: as chamadas “farinheiras” e as “Casas de Farinha”. Por pertencerem ao setor da agroindústria, as “farinheiras” apresentam método e estrutura de trabalho modernos, possuem marcas próprias e, na sua quase totalidade, estão localizadas nas regiões Sul e Sudeste. De outro lado, por representarem o método tradicional de produção, as “casas de farinha” não têm marca própria, e apresentam uma estrutura menos profissionalizada, pois com predominância de alto índice de informalidade, dado que, geralmente, estão apoiadas no trabalho familiar, concentrando-se no Norte/Nordeste do país (GRANCO, 2005). Assim, as Casas de Farinha, por herdarem os procedimentos produtivos dos povos indígenas, se apoiam

em lógica própria: a de prover prioritariamente os meios de subsistência, comercializando o excedente para gerar uma renda concernente com a logicidade capitalista em que estão inseridas.

Nesse sentido, são as “Casas de Farinha”, e não as agroindústrias, que determinam o caráter ancestral das peculiaridades do modelo de produção empregado no sistema tradicional. São chamadas “Casas”, porque além da transformação artesanal, elas também estão atreladas a laços consanguíneos e comunitários, o que impõe uma extrema diferenciação na forma de produzir, ou seja, no modelo de produção. A “farinhada” deixa de ser apenas o resultado final de um sistema produtivo, para também abrigar os vínculos familiares na sua execução (SOARES, 2007). Dessa forma, além das questões econômicas, encontra-se, no bojo da “farinhada”, uma herança da cultura indígena que fortalece os laços parentais, coletivos e sociais: muitas vezes os parentes e/ou compadres vão com toda família ajudar no trabalho, pelo qual recebem como remuneração uma parte da farinha produzida; e o mais importante: a palavra empenhada dos anfitriões de que terão a mesma ajuda, quando for a ocasião da sua “farinhada”.

Ainda que não compactuassem diretamente com a expansão e fortalecimento do sistema capitalista, foram os índios que disseminaram alguns procedimentos produtivos na cultura brasileira. As Casas de Farinha são exemplos desta contribuição (CONCEIÇÃO, 1983).

Como se vê, essas originárias casas constituem o elemento central na cadeia produtiva da farinha. Sua estrutura física pode apresentar cobertura de folhas da *palmeira caranaí*, chão de terra batida e serem desprovidas de paredes, como também pode apresentar cobertura metálica, piso cimentado e paredes de telas de náilon. Porém, todos os tipos possuem dois espaços distintos: o corpo e a varanda. O corpo corresponde à parte central, é relativamente espaçoso, de vão alto e cobertura de duas águas, constituindo o espaço de abrigo do instrumental para o processamento da mandioca. A varanda apresenta quantidade variável de uma a três, sendo dispostas nas laterais e na parte de trás da casa, onde se abrem as fornhalhas e se amontoa a lenha. As varandas são dotadas de cobertura mais baixa, e nunca são posicionadas na parte da frente da Casa de Farinha, onde ocorre o acesso ao seu interior (VELTLEM, 2008).

As casas de farinha objeto desta pesquisa são responsáveis pela produção relativa à IG Farinha Uarini. Para o fortalecimento desta IG, necessário se torna o esforço conjunto de todos os envolvidos na cadeia produtiva, sobretudo no tocante a uniformização da produção de farinha na região,-de forma a agregar-lhe maior valor e garantir a tradição de sua produção artesanal.

Nesse sentido, a Casa de Farinha é um elemento chave e inexoravelmente ligado às “boas práticas de fabricação de farinha”. Práticas que consideram três elementos primordiais: a coloração da farinha, a uniformidade de sua granulação e o padrão de higiene a ser seguido no processamento da mandioca (VELTLEM, 2008).

Para o cumprimento de tais normas, um modelo de casa de farinha foi proposto, na proposição da IG, pelos parceiros institucionais: Associação de Produtores de Farinha de Mandioca da Região de Uarini – APRU, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio, Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá – IDSM, Universidade do Estado do Amazonas – UEA, Instituto Federal do Amazonas – IFAM, Prefeitura Municipal de Tefé, Prefeitura Municipal de Maraã, Prefeitura Municipal de Alvarães e Prefeitura Municipal de Uarini, Exército Brasileiro e Prelazia de Tefé. Torna-se, pois, de suma importância, avaliar os principais impactos da implementação desse modelo de Casa de Farinha para efeito de consolidação do IG Farinha Uarini.

A Casa de Farinha Modelo Uarini resultou, portanto, da proposição da Associação de Produtores Agroextrativistas da FLONA de Tefé e Entorno – APAFE ao edital 2017/01 – Floresta em Pé, Seleção Pública para Projetos de Arranjos Produtivos Sustentáveis em Áreas de Entorno e Mosaicos de Áreas Protegidas e Corredores Ecológicos no Amazonas, da Fundação Amazonas Sustentável – FAS e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, por meio do Fundo Amazônia, apoiados em Contrato de Colaboração Financeira Não-Reembolsável resultante de proposta de apoio a projetos de arranjos produtivos sustentáveis em áreas de entorno, preferencialmente, mosaicos de áreas protegidas e corredores ecológicos no Amazonas.

O projeto contemplado pelo edital supra citado foi concebido e implementado pela APAFE, SEBRAE, UEA, ICMBio e o IDSM, com a construção de quatro Casas de Farinha piloto, dotadas de instalações sanitárias e fornos ecológicos direcionadas a famílias de agricultores de baixa renda, proporcionando-lhes melhores condições de preparo da farinha Uarini. O projeto, executado em quatro comunidades de Tefé-AM, beneficiou diretamente 20 famílias, e 1.500 indiretamente, cabendo destacar que as vinte famílias diretamente envolvidas foram capacitadas com curso de boas práticas de produção de farinha e técnicas de construção da Casa de Farinha

Modelo Uarini. O objetivo visado foi subsidiar o pedido de IG da farinha do Uarini que, na ocasião, estava em fase de avaliação para reconhecimento.

A estrutura da Casa de Farinha Modelo Uarini conta, dentre outras especificidades, com fornos ecológicos, gamelas em fibra de vidro para fácil limpeza e higienização, piso de concreto, cerca para evitar a entrada de animais, além de sistema de abastecimentos de água etc. Assim, a Casa de Farinha Modelo Uarini atende as principais regras e sugestões do Caderno de Especificação Técnica da Farinha Uarini, antes denominado Regulamento de Uso (INPI, 2019a).

O conhecimento da origem de um produto ou serviço é uma forma de agregar valor e credibilidade ao mesmo, conferindo-lhe um diferencial de mercado, afiançado pelas características do seu local de origem (VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2012). Assim, um produto possuidor do registro de IG, apresenta um ativo de forte apelo mercadológico, que o coloca em evidência, por passar esta informação precisa ao consumidor: este produto foi produzido numa região específica, a partir de harmoniosa relação dos trabalhadores com o meio ambiente. Fato é que alguns consumidores preferem comprar um produto por conhecer sua procedência geográfica e as condições econômica e social de sua produção. Cria-se, portanto, com tal conhecimento, uma reputação de qualidade para o produto.

Razão pela qual a IG vem sendo utilizada em todo o mundo como estratégia de agregação de valor ao produto e, por conseguinte, como meio de fomentar o desenvolvimento socioeconômico de regiões menos favorecidas. A União Europeia – UE, por exemplo, vem se valendo da IG como forma de tornar seus produtos mais competitivos, para alavancar a produção em territórios economicamente menos desenvolvidos (BRANCO *et al.*, 2013).

A reputação de uma empresa também reduz a assimetria de informação, como anteriormente exposto. No supermercado, ao se depararem com um refrigerante novo em oferta, seduzidos pelo preço atraente, alguns consumidores podem decidir comprá-lo. No entanto, diante de tal estratégia de venda, outros consumidores optam pela fidelidade à marca, e compram o refrigerante por eles eleito como o melhor: por exemplo, Coca-Cola, Guaraná Antártica, Fanta Uva, dentre outras marcas conhecidas. Isto porque, geralmente, o consumidor associa a marca conhecida à melhor qualidade e sabor, em conexão decorrente do valor a ela agregado pelo investimento do fabricante de vultosos recursos em *marketing* e propaganda, o que resulta em uma reputação favorável. Conceito geralmente convertido em um dos ativos mais importantes da empresa: sua marca/reputação.

A IG concedido à Farinha Uarini funciona como um tipo de reputação coletiva, pois diferentemente dos produtos de marca registrada como Sony, Cola-Cola, Amazon etc., oriundos de grandes empresas – muitas delas sociedades anônimas pertencentes a acionistas – envolve pequenas empresas familiares. Neste tipo empresarial, a propriedade é coletiva, e conseqüentemente, os donos da IG são os produtores de uma região específica por ela identificados e, portanto, co-responsáveis pela reputação de seus produtos.

No caso da IG da farinha Uarini, se cada um dos pequenos produtores tivesse que investir em marketing e propaganda para tornar sua farinha conhecida, isso inviabilizaria a atividade, pois suas margens de lucro são muito baixas. É nesse desfavorável contexto financeiro, que se destaca a importância social da IG que, com custo bem mais acessível, garante ao mercado que a farinha Uarini responde positivamente aos padrões de qualidade determinados pelos órgãos institucionais de controle e fiscalização, por sua reputação construída coletivamente pelos produtores reunidos na sua IG. Assim, a IG torna-se um ativo dos produtores de farinha Uarini, sem que tenham que fazer novos investimentos, além dos necessários ao processo de obtenção do seu registro, relativos a documentação, dossiê, treinamentos, taxas diversas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI e custos com assessoria.

Importante esclarecer que, se apenas um dos produtores fugir do padrão estabelecido e ofertar produto de qualidade inferior ao assegurado pelo registro da IG impresso na embalagem da farinha Uarini, comprometerá a sua reputação, e não apenas sua própria produção. E isto por deixar de representar um ativo da farinha Uarini no mercado nacional e internacional.

O que se pode inferir em termos econômicos é que, a partir da conquista da IG, mantendo-se a qualidade do produto, a Casa de Farinha Modelo Uarini encontra-se em melhores condições para mitigar a assimetria de informação em relação ao produto, tanto no que tange ao processo de produção quanto ao consumo. E isto porque o processo de liberação da IG da farinha Uarini, para uso no mercado, exige a observância de regras e recomendações asseguradoras da sua qualidade, explicitadas no Caderno de Especificação Técnica. Dessa forma, do ponto de vista do processo de produção, a Casa de Farinha representa uma melhoria na qualidade do produto, advinda dos seguintes fatores: (i) a inclusão da cerca que impede a entrada de na área de produção, o que reduz o risco de contaminação do produto; (ii) a qualidade superior da água usada no molho da mandioca; e (iii) o uso do forno ecológico, que ao possibilitar a redução da

quantidade da lenha utilizada no processo de produção, diminuí, conseqüentemente, o seu custo, e o mais importante, contribui para a preservação da natureza.

Outro fator a considerar no âmbito deste estudo, é o fato de a Casa de Farinha Modelo Uarini assegurar ao produtor a autorização para o uso da IG da farinha Uarini – um objetivo recomendado por seu conselho regulador –, possibilitando seu acesso a novos mercados e a preços mais atraentes, se comparados aos mercados locais/regional. O que pode representar numa expectativa de maiores resultados e lucros.

Para o consumidor, a IG da farinha Uarini garante que o produto é fabricado com as boas práticas de produção, tendo, portanto, a sua qualidade assegurada. O que foi necessário comprovar perante o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, para se obter qualificação do produto, após minucioso processo público de pedido de registro, verificação e reconhecimento. Dessa forma, o registro da IG junto ao INPI funciona como um aval ao produto, por nele reconhecer não apenas a qualidade exigida, mas também a internalização da história da sua região de origem, disponibilizando, assim, ao consumidor, informações seguras sobre a vantagem de seu uso como alimento promotor e assegurador de sua saúde física.

1.1 Problema de Pesquisa

É no sentido acima descrito, que se propõe responder à seguinte questão: *Qual o papel da Casa de Farinha Modelo Uarini no contexto da consolidação de uma Indicação?*

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar a Indicação Geográfica da Farinha Uarini como instrumento de contribuição no plano da emergência de novas configurações de cadeias produtivas, de forma a adentrar o espaço de sua produção tradicional, a partir das novas condições mercadológicas com a obtenção da IG.

1.2.2 Objetivos Específicos

- I. Descrever o processo de consolidação da Indicação Geográfica da Farinha da Uarini, visando confirmar ou não sua capacidade de identificar e valorizar os recursos sociais, territoriais e econômicos em função das características de seu local de origem e/ou conhecimento tradicional;
- II. Avaliar o papel da Casa de Farinha Modelo Uarini no contexto da consolidação da Indicação Geográfica (IG), visando confirmar ou não sua aceitação por parte dos produtores;
- III. Analisar a produção tradicional da farinha Uarini e os elementos de origem sociocultural facilitadores/dificultadores para efeito de consolidação da Indicação Geográfica.

1.3 Marco Teórico

Tem-se, neste estudo, como demarcação do campo teórico econômico-administrativo, abordagens multidisciplinares que se interagem em torno do tema central da tese: a produção tradicional da farinha e o processo de consolidação da IG. Sobressaem, neste contexto, tanto as abordagens teóricas relativas à economia agrícola (agrária) situada no campo da produção tradicional de alimentos por populações originárias de regiões habitadas por povos de origem milenar, preservadores de seu *modus vivendi* cravado na cultura local, como as relativas ao próprio ativo de propriedade industrial denominado Indicação Geográfica – de forte influência no contexto econômico nacional e mundial –, considerado um importante recurso de *marketing*., e/ou um ativo importante se bem utilizado.

1.4 Relevância Temática

Os sistemas agroalimentares apresentam um forte componente de tipicidade: a associação da imagem de um produto a determinada localidade. Como ocorre em algumas regiões brasileiras, identificadas por seus produtos típicos tradicionais. Exemplificando: o queijo de Minas Gerais e os vinhos do sul do Brasil.

Por outro lado, a produção agroalimentar apresenta características peculiares, advindas da qualificação conferida pelo consumidor ao produto. Qualificação que revela a dimensão da identidade da alimentação como elemento simbólico contida na frase: “somos o que comemos”. Ocorre que o consumo do simbólico gera no consumidor a inquietação de ter como alimento disponível aquele que ele deseja consumir. Isto indica a necessidade de preservar a segurança do consumidor face à qualidade sanitária ou nutricional dos produtos alimentícios (o que se identifica, por exemplo, com a motivação para o consumo de produtos orgânicos), e também com a necessidade de prestar atenção aos produtos alimentares “típicos”, e ao saber-fazer a eles ligados pela dimensão patrimonial que exprime uma identidade (REQUIER-DESJARDINS, 2013, p. 98).

Assim, um dos elementos mais importantes na qualificação de um produto agroalimentar é a referência à sua origem geográfica, que não se limita ao valor dos índices de qualidade, pois estendida ao valor territorial de origem, como ocorre com a produção rural de determinado território.

A qualificação do produto ganha importância, a partir do reconhecimento de que a produção agroalimentar é caracterizada pelo domínio das técnicas de cultivo de ecossistemas, dada a ligação dos territórios cultivados ao campo da ecologia das espécies e suas características climáticas e topográficas. Isso implica considerar que o *know how* criado no sistema agroalimentar de determinado produto, envolvendo as condições ambientais, sociais, culturais e o saber-fazer, foi inicialmente desenvolvido no seu próprio território geográfico, ou seja, no seu contexto territorial. Por isso, a origem territorial pode indicar as características específicas do produto.

Além da importância do território no desenvolvimento do sistema agroalimentar, Requier-Desjardins (2013) também menciona a relevância do apelo turístico na valorização dos produtos. A relação de proximidade dos consumidores com a origem geográfica da produção traz consigo a importância da demanda dos produtos. Essa proximidade favorece a percepção das características sociais/simbólicas do produto, naturalmente ligados ao processo de produção. Razão pela qual a assimilação de tais características, aproxima o consumidor da atividade turística.

Sobre a especificidade da qualificação em termos agroalimentares, Requier-Desjardins (2013, p. 105) defende que, em decorrência dela, a proximidade institucional (no sentido da

proximidade de normas e de valores) “inclui o consumidor ou, referencialmente, os consumidores diferenciados (consumidores locais cuja tipicidade exprime a identidade, o turista cuja tipicidade participa da descoberta do lugar, consumidores interessados pela tipicidade como valor)”. Para o teórico, deve-se traduzir o peso desses diferentes tipos de consumo em diferentes combinações de proximidade, ou seja, em diferentes abordagens do território. Mas considerando, por outro lado, “que a dimensão agroalimentar introduz uma relação particular entre os consumidores e os produtos”. Neste sentido, “a qualidade, vista como uma variável de ajustamento do mercado, remete-nos, com efeito, não só à informação compartilhada pelos consumidores e pelos produtores, mas, também, às formas de conhecimento desenvolvidas no contexto de suas atividades” (REQUIER-DESJARDINS, 2013, p. 105).

No caso da dinâmica do sistema de produção rural, há que considerar a sua utilização de recursos comuns de caráter natural ou vinculados ao território, que representa um papel essencial na qualificação do produto “típico” da região.

Nesse contexto, predominam a identidade e o valor simbólico dos produtores rurais. E uma de suas características está presente nas relações sociais tipificadas pelas as chamadas “visitas”, onde a sociabilidade contém razões práticas e simbólicas de ser e agir. O autoconsumo, neste sentido, é importante, na medida em que constitui um meio de sociabilização e relacionamento entre as famílias. Portanto, “O autoconsumo [é] motivo de sociabilidade, uma vez que o mesmo [encerra] razões “práticas” e simbólicas do ser agricultor e/ou colono” (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2007, p. 105).

A ideia de território como norma de identidade não se resume no contexto meramente geográfico, mas na autoidentificação com a comunidade de agricultores (produtores) estabelecidos em determinado local. A organização do sistema de produção local de alimentos reúne atividade de produção, inovação tecnológica e tradições locais, caracterizando a fabricação dos produtos típicos regionais. Tal organização almeja estimular uma contínua eficiência das unidades produtivas pela reprodução da competência do saber-fazer, mantendo a dinâmica da organização da produção rural e a garantia da criação de valores para a comunidade (WATANABE; SCHMIDT, 2008).

A noção de proximidade encerra o caráter de identidade, se o consumidor local reconhece que o produto, em função de sua origem, faz parte do patrimônio de sua própria comunidade.

Esclarecendo que tal proximidade não significa, necessariamente, proximidade geográfica, mas essencialmente cultural. Neste sentido, o estabelecimento da qualidade de um produto, por exemplo, pode se dar pela imagem positiva ligada à reputação doméstica ou ao seu próprio “índice de qualidade” (que surge de uma convenção “industrial”) (REQUIER-DESJARDINS, 2013, p. 6). Ao invés de ser orientado pelo tipo de consumidor, o índice de qualidade é norteado pela origem do produto, o que o torna garantidor de sua qualidade. Assim, a referência à origem do produto poderá ter um efeito positivo, no caso de ausência de um índice de qualidade oficialmente reconhecido, desde que o consumidor tenha confiança na marca.

Nesse caso, o consumidor que não esteja numa proximidade geográfica, reconhece a “identidade do outro” no produto, dando valor à natureza patrimonial da expressão de tal identidade.

A identidade patrimonial refere-se a um dado território, baseando-se na ligação material e simbólica entre uma população e um espaço, desde que o espaço disponha dessa qualificação identitária (já que o processo de produção do produto qualificado pela origem está ligado a um dado território) (REQUIER-DESJARDINS, 2013 p. 100).

Nesse sentido, a preservação da identidade territorial pode fornecer ao consumidor uma garantia de qualidade ou inalterabilidade do produto, ou mesmo a conformidade do processo produtivo com as exigências do ecossistema cultivado.

Requier-Desjardins (2013) postula que um sistema agroalimentar se baseia na qualificação territorial, tornando-se endógeno ao próprio sistema produtivo. E isto porque a qualificação formulada pelos consumidores passa pelas características simbólicas da marca. Já a qualificação pela origem territorial transforma um recurso potencial, ou saber-fazer, no caráter identitário do produto, que passa a possuir uma característica reconhecida pelo consumidor, que, por sua vez, confere ao produto o seu valor de mercado.

A identidade do agricultor está ligada ao ser-agricultor, ao trabalho despendido no processo produtivo, à sua família, ao saber-fazer historicamente transmitido de geração a geração, o que fundamenta a produção para o autoconsumo, já que produção simbólica das relações sociais (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2007).

Assim, pode-se dizer que a terra para o agricultor não é simplesmente mais um fator de produção ou um capital – ela é o local onde ele nasceu e cresceu, e onde constituiu sua família.

Antes de tudo, a terra propicia o sustento da família, o que diferencia a sua identidade dos empresários da cidade. Ela representa a função social, simbólica e cultural do agricultor.

Neste estudo, buscou-se estudar esta parcela da população brasileira historicamente excluída: os produtores familiares rurais da farinha Uarini, de significativo peso, na região amazônica, em termos de emprego da mão de obra familiar. São produtores que, apesar de sua importância sociocultural, lidam com várias dificuldades, tanto para empreender melhorias nas casas de farinha existentes no Estado, como para construir novas unidades, o que vem impedindo a consolidação da cadeia produtiva e a criação de alternativas viáveis para a agregação de um maior valor ao seu produto: à farinha Uarini.

Apesar da Amazônia brasileira possuir uma das maiores e mais rica biodiversidade do planeta – onde aproximadamente 13.800 espécies de plantas vasculares, das quais 17% são encontrados somente no Brasil –, até pouco tempo, a região possuía, em número de IGs efetivamente concedidas, apenas duas certificações (INPI, 2019c): a primeira concedida à região do Jalapão, Estado do Tocantins, para o artesanato em capim dourado do peixe ornamental de Barcelos-AM; e a segunda, concedida à farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul-AC (PÉREZ, 2009). E mais recentemente, as IGs concedidas à farinha Uarini (INPI, 2019b) e ao Guaraná de Mawé-AM, totalizando, para região, apenas 5 IG's. Contudo, estão em processo de avaliação mais dois pedidos de reconhecimento: (i) do abacaxi de Novo Remanso (INPI, 2019a); e (ii) do Guaraná da etnia Sateré-Mawé, nativo das regiões da terra indígena homologada Andirá-Marau, localizada entre os municípios de Maués, Barreirinhas e Parintins, ambos os produtos originários do Amazonas (INPI, 2019d).

A Casa de Farinha é o coração da cadeia produtiva em estudo. O local onde é sistematizada uma produção peculiar, porque permeada de valores simbólicos e práticos, de heranças da cultura indígena e de laços familiares e de compadrio, que se refletem no processo produtivo. Mosaico de tradições que se materializa na Casa de Farinha, onde se dá uma produção que agrega *know-how* e história.

Um ponto crítico para a consolidação da IG da farinha do Uarini, é a obrigatoriedade das Casas de Farinha, proporcionarem condições adequadas para o preparo de uma farinha de boa qualidade. E sobretudo, a exigência de que essas casas incorporem os padrões higiênico-sanitários exigidos, sejam financeiramente acessíveis e constituam modelos replicáveis. Apesar

de sua relevância para a cadeia produtiva, no que se refere à concessão da IG, verifica-se a ausência de estudos sistematizados do cumprimento de tais exigências.

Assim, as IGs representam, intrinsecamente, o resultado de uma construção coletiva. Logo, ela é pública, coletiva e atribuída a representantes legais de associações, instituições e/ou cooperativas, representativas de um coletivo de produtores de determinado produto, comprovadamente existentes e atuantes. Tal garantia de reconhecimento é apontada como um caminho sólido do fortalecimento da cadeia produtiva em prol dos produtores e consumidores, pois mitigadora do poder dos comerciantes e/ou atravessadores. Assim, as IGs têm sido associadas a estratégias de organização de cadeias produtivas na agricultura familiar brasileira, de forma a articular história e patrimônio cultural. Portanto, uma alternativa de identificação fundamental para promover o desenvolvimento de determinadas regiões.

1.5 Estado da Arte

A Indicação Geográfica, em geral, é agrupada conceitualmente nas pesquisas acadêmicas, de acordo com sua natureza e/ou função (MEDEIROS *et al.*, 2016), a saber: (i) ferramenta de mercado – enfatizando a diferença de um produto ou serviço; (ii) mecanismo de desenvolvimento rural – influenciando na geração e manutenção do emprego, distribuição de renda, identidade local etc.; (iii) meios de preservação – abordando a cultura, *savoir-faire* e, inclusive, ingredientes; e (iv) sistema de proteção – destacando consumidor e/ou agricultor

Instrumento mercadológico, a IGs é entendida como: (i) uma forma de incrementar as relações de troca/comércio ao longo do tempo, pela utilização ou comercialização do produto protegido pela indicação; (ii) um instrumento para estimular o comércio através da entrega de produtos, crédito e processamento de dívidas; e (iii) uma forma de influenciar o comportamento do consumidor (MEDEIROS, 2015). Constata-se na base de pesquisa da CAPES, que um número significativo de trabalhos acadêmicos sobre a IG se enquadram nessas categorias, e que a predominância do viés mercadológico talvez advenha do fato de que, na sua origem, a IG constituía uma prática comercial que, aos poucos, foi evoluindo e assumindo outras configurações e graus de relevância (BRANDÃO *et al.*, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE *et al.* 2012, VIEIRA *et al.* 2012; ALMEIDA *et al.* 2010; FABRIS *et al.* 2012; CARVALHO; DIAS, 2012; FALCÃO; RÉVILLION 2010; FARIA *et al.*

2012; FILGUEIRAS *et al.* 2012; MARTINO, 2013; YAMAGUCHI *et al.* 2013; BRANCO *et al.* 2013; ZANCAN *et al.* 2013; ZUIN e ZUIN 2009.

Como mecanismo de desenvolvimento regional, a Indicação Geográfica dispõe de potencial para promover o desenvolvimento no contexto rural, tanto por fortalecer a cadeia de suprimentos local e as oportunidades para a diversificação e integração das atividades econômicas nas zonas rurais, como para promover sustentabilidade social, coesão dos atores locais, empoderamento e inclusão. Sobretudo, pode dar sustentabilidade ambiental à biodiversidade, à paisagem e ao uso da terra. (BELLETTI; MARESCOTTI, 2011). As pesquisas que se propõem a seguir essa corrente são bastante diversificadas (FABRIS *et al.*, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; FIALHO *et al.*, 2012; VARELLA; BARROS, 2005; FARIA *et al.*, 2012; VALENTE *et al.*, 2012; BRANCO *et al.*, 2013; CARVALHO; DIAS, 2012; VIEIRA *et al.*, 2012; FILGUEIRAS *et al.*, 2012; YAMAGUCHI *et al.*, 2013; NEIVA *et al.*, 2011; VIEIRA; BUAINAIN, 2012).

Como meio de proteção, a IG é considerada um instrumento capaz de auxiliar na preservação das tradições, *savoir-faire*, patrimônio imaterial e meio ambiente. Aspectos relacionados à manutenção de características próprias e históricas deram origem à Indicação Geográfica, como a preservação dos demais ativos dos produtores, do patrimônio imaterial e da valorização da cultura (MEDEIROS, 2015). Vários são os estudos que tratam especificamente dessas concepções (ALMEIDA *et al.*, 2010; BRANCO *et al.*, 2013, 2012; CARVALHO; DIAS, 2012; FIALHO *et al.*, 2012; NEIVA *et al.*, 2011; VALENTE *et al.*, 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; FABRIS *et al.*, 2012; FARIA *et al.*, 2012; VALENTE *et al.*, 2012; YAMAGUCHI *et al.*, 2013).

No sistema protetivo da Indicação Geográfica, emerge como questão central a sua característica de instrumento de proteção legal à propriedade industrial, por proteger o nome, a rastreabilidade e a tipicidade/padrão (FARIA *et al.*, 2012; NASCIMENTO; NUNES; FIALHO, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NEIVA *et al.*, 2011; VALENTE *et al.* 2012; ALMEIDA *et al.*, 2010; BRANDÃO *et al.*, 2012; FABRIS *et al.*, 2012; FALCÃO; RÉVILLION, 2010; FILGUEIRAS *et al.*, 2012; MARTINO, 2013; NASCIMENTO; NUNES; FIALHO 2012; NEIVA *et al.*, 2011; VALENTE *et al.*, 2012).

Contudo, ainda são escassos no Brasil os estudos que relacionam a IG com o mecanismo de proteção dos ativos dos produtores (FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; NASCIMENTO *et*

al., 2012; VIEIRA; BUAINAIN, 2012). Com também de pesquisas que se detenham especificamente nas dificuldades na efetivação e/ou consolidação de uma IG (BRANCO *et al.*, 2015; BRANCO *et al.*, 2018; BRUCH, 2018; MAIORKI, 2015; RAMOS, 2015; SANTOS, 2001; VELLOSO, 2008).

1.6 Contribuições Teóricas e Empíricas

Como contribuição teórica deste estudo, além da investigação pautada no exame de relevantes obras técnicas organizadas e editadas por órgãos do Governo Federal, como o INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial, o ITP – Instituto de Tecnologia e Pesquisa, a EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária e a EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Distrito Federal, considera-se as obras de Velthem (2008), Bruch (2008) e Tangnekar (2004), cujas teorias demarcaram o arcabouço teórico deste estudo, imprimindo-lhe a devida relevância técnico-científica.

Esta pesquisa se propõe a contribuir teórica, metodológica e gerencialmente com o entendimento e a aplicação da Indicação Geográfica. Primeiramente, por correlacioná-la com a reputação coletiva. E num segundo plano, por utilizar a abordagem da triangulação, propiciando um novo olhar sobre este instrumento de proteção para além da perspectiva mercadológica. E por último, por tecer apontamentos de gestão financeira aos produtores e agentes-chave da cadeia produtiva da Farinha Uarini no contexto da IG.

1.7 Estrutura Textual

Este estudo está dividido em sete capítulos. Esta Introdução – Capítulo 1 – tem o objetivo de situar o leitor no tema investigado, a partir da contextualização da temática explorada, com informações detalhadas do processo investigativo, a saber: (i) problema de pesquisa; (ii) objetivos geral e específicos; (iii) hipóteses relativas à tese defendida; (iv) marco teórico; (v) relevância temática – em exposição embasadas por teorias voltadas à importância da cultura como elemento caracterizador dos meios de produção tradicional ligados a elementos regionais, caso específico da farinha de mandioca produzida pelos ribeirinhos e indígenas do Amazonas; (vi) contribuições teórica empírica; e (vii) estrutura textual.

O Capítulo 2, dedicado à economia da Indicação Geográfica, aborda a sua justificativa econômica e o seu papel quanto à construção da sua reputação, quando sendo analisada como um ativo da empresa.

O Capítulo 3 foi dedicado à realização de um recorte da IG no arcabouço da Propriedade Intelectual, considerando a sua história no contexto produtivo tradicional, recorte alinhado a um breve histórico da Identidade Geográfica (IG) no Brasil e no mundo.

A Metodologia é apresentada no Capítulo 4, pela identificação do tipo de pesquisa quanto à abordagem, aos fins e aos meios, destacando-se, também os instrumentos de coleta de dados, a técnica de análise de dados e, por último, a descrição do espaço geográfico do estudo. No Capítulo 5, tem-se a descrição preliminar da cultura da farinha de mandioca no Estado do Amazonas e, posteriormente, da agroindústria da farinha, com destaque para as boas práticas da produção de farinha e um histórico da farinha Uarini.

O Capítulo 6 é dedicado à Análise de Resultados, abordando a descrição das condicionantes da produção e da percepção da IG da Farinha Uarini, seguido da avaliação das Casas de Farinha Modelo Uarini.

A Considerações Finais são expostas no Capítulo 7, pela apresentação do resultado alcançado com este estudo, no que diz respeito às hipóteses formuladas – avalizadoras do alcance da tese defendida –, com vistas a expor sua confirmação ou negação. Informações complementadas pela identificação das limitações da pesquisa e propostas de sua expansão. E por fim, no Capítulo 8 são enlucadas as Referências que sustentaram teoricamente a tese defendida com esta pesquisa, seguidas dos Apêndices e Anexos.

2 ECONOMIA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

2.1 As Justificativas Econômicas da IG

A marca das mercadorias é o tipo mais antigo de identificação do produtor. Já o selo indicativo da origem geográfica do produto é usado como meio de explorar a reputação da referida localidade como agregadora de qualidade, pelo uso de sinais distintivos de evocação originária. Embora constituindo diferentes tipos de propriedade intelectual, a associação da marca de um produto à IG sugere similaridade na lógica econômica de sua proteção. Portanto, a justificativa da proteção desses sinais distintivos é fundada nas teorias econômicas da informação e reputação (RANGNEKAR, 2003b). Teorias que demonstram a importância de se prevenir as distorções de mercado, surgidas da assimetria de informação entre produtores e consumidores. Ou seja, de evitar a sua consequência negativa, atuando sobre o nível de qualidade da produção (OCDE, 2000).

Os consumidores não têm acesso a todas as informações que justifiquem o preço das mercadorias e, menos ainda, sobre a qualidade das mesmas. Assim, as mercadorias podem ser classificadas com base na forma como as informações são acessadas e/ou transmitidas aos consumidores (NELSON, 1970), como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Classificação de bens quanto ao acesso à informação

Tipos de Bens	Características de Acesso
Bens de Busca	Os consumidores podem verificar a qualidade antes da compra através de inspeção e/ou pesquisa.
Bens de Experimentação	Os consumidores podem verificar a qualidade após a compra através do uso e experiência.
Bens de Credenciamento	Nem a inspeção prévia nem o uso subsequente são suficientes para determinar a qualidade.

Fonte: Adaptado de Nelson (1970).

O problema da informação assimétrica decorre do fato de que o produtor conhece os atributos do produto, enquanto os consumidores não conhecem, e só pode determiná-los através de pesquisa ou experiência, ou nem mesmo assim (OCDE, 2000). Tal lacuna informativa leva ao problema da informação assimétrica de mercado sob a forma de seleção adversa e risco moral, originalmente descrito por Akerlof (1970) em seu estudo no mercado de carros usados. A

relevância de tal problema, no caso dos produtos agrícolas, ou seja, por serem produtos alimentares, exibe características dos três tipos de mercadorias descritos por Nelson (1970). Como mercados de alimentos são caracterizados por qualidades variadas, apenas o produtor está antecipadamente ciente da sua qualidade, enquanto o consumidor corre o risco de comprar um produto inferior por seleção adversa. Dessa forma, a assimetria de informação impacta negativamente no mercado: a qualidade da oferta total cai, produtos de maior qualidade são expulsos do mercado e os consumidores deixarão de satisfazer as suas preferências (OCDE, 2000). Dessa forma, o produtor que mantiver a qualidade de seus produtos está exposto à concorrência desleal dos produtores que vendem produtos de menor qualidade ao mesmo preço (BRAMLEY; BIÉNABE ; KIRSTEN, 2009).

Os consumidores adotam diversas estratégias para se proteger das práticas anteriormente descritas. Como, por exemplo, fazer compras repetidas, o que favorece o desenvolvimento de forte lealdade à marca, e o desejo de pagar um prêmio por sua reputação. Em resposta, os produtores adotam estratégias para criar reputação em seus produtos (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Nesse sentido, outras rotulagens podem informar aos consumidores a dimensão de qualidade das mercadorias, em um contexto onde a busca por informação é sempre dispendiosa ou inacessível, pelo predomínio de informações assimétricas. Por isso, muitas normas públicas/privadas representam importantes aliados dos consumidores, principalmente na esfera dos produtos alimentícios, que comportam diferentes tipos de atributos. Por exemplo, os produtos orgânicos devem cumprir as práticas de produção definidas pelos padrões estabelecidos. Organizações internacionais de credenciamento (de rotulagem e organização de padrões) atreladas à prática do Comércio Justo (um dos pilares da sustentabilidade econômica e ecológica) estabelecem padrões universais, que possibilitam ao mercado alcançar as condições comerciais e de produção ideais. A Rede Agrícola Sustentável (RAS), mais conhecida pela marca de certificação *Rainforest Alliance*, define, em âmbito mundial, os padrões dos impactos sociais e ambientais. A rotulagem obrigatória de Organismos Geneticamente Modificados (OGM), vigente na União Europeia (UE), garante aos consumidores que qualquer produto não rotulado contém menos de 0,9% de OGMs por ingrediente (DESQUIABET; MONIER, 2012).

Especificamente na Europa, a IG estabelece um padrão de qualidade alimentar que difere de todos os padrões acima mencionados, pois projetado para sinalizar a dimensão de caráter imaterial da qualidade, nomeada “terroir” – ou seja, uma tradição, autenticidade ou tipicidade derivada de uma combinação de condições naturais (solo, clima etc.) e conhecimento próprios de um determinado lugar de origem.

Nesse sentido, o Regulamento (CE) N° 510/2006 estabelece o padrão IG de produto proveniente de região específica, como sendo representativo de sua qualidade, por suas características inerentes a um determinado ambiente geográfico afeto a fatores naturais e humanos específicos, portanto, com produção, processamento e preparação estabelecidos em área geográfica definida (DESQUIABET; MONIER, 2012). Como esta norma deve ser cumprida na prática não é descrito no regulamento. Assim, o detalhamento sobre sua implementação é definido nas especificações do produto, que são diferentes para cada uma das IGs europeias, que somam mais de 500. Na prática, existe muita flexibilidade nas regras de produção e processamento dos produtos credenciados com a Identidade Geográfica.

Contudo, uma polêmica recorrente na Europa sobre a IG questiona se tal ativo é de fato um relevante signo de qualidade, ou se não passa de um pretexto para uma renda abusiva dos produtores (DESQUIABET; MONIER, 2012).

A justificativa econômica e social da IG está em evidência no regulamento da Europa, que a considera benéfica tanto para os consumidores quanto para os produtores. Aos consumidores, informa a origem dos produtos e oferta produtos de alta qualidade com garantia de origem e do método de produção. Aos produtores ajuda a garantir rendimentos mais elevados em troca de um esforço genuíno para melhorar a qualidade, e por extensão, a reter a população rural em áreas menos favorecidas ou remotas (DESQUIABET; MONIER, 2012).

2.1.1 IG versus Marca Registrada

A justificativa econômica para a proteção da IG e das marcas registradas encontra sustentação na assimetria de informação entre compradores e vendedores, e no papel da reputação na mitigação de tal assimetria, transmitida através de sinais distintivos. No entanto, existem importantes diferenças entre marca registrada e IG. A IG é um certo tipo de monopólio coletivo, e constitui a categoria mais antiga de signo distintivo, sugerindo uma herança compartilhada e

um grau de comunidade/regionalidade na lógica econômica para sua proteção. É neste mundo de informação assimétrica que a reputação desempenha um papel importante, sinalizando um certo nível de qualidade que os consumidores esperam do produto. Reputação comunicada por vários meios, incluindo a utilização de sinais distintivos como marca, IG, patente, publicidade, embalagem e venda em lojas selecionadas. Historicamente, a IG tem sido usada no comércio internacional, para transmitir qualidade e reputação baseada na origem geográfica do produto (RANGNEKAR, 2004).

A procura de informações, em especial informações confiáveis, é uma característica onipresente na vida econômica, traduzida tanto na tarefa simples de identificar um sistema confiável ou de encontrar um açougueiro confiável, quanto na tarefa complexa de fazer investimentos rentáveis. Como a experiência pessoal de qualquer consumidor testemunharia, coletar informações confiáveis para as decisões de ordem econômica gera um dispendioso e demorado processo também permeado de incerteza. Indivíduos dependem de uma variedade de fontes de informação como experiência anterior, buscadas com a família e amigos, em revistas especializadas em produção e consumo, ou com apoio de assessoria de publicidade, para avaliar a confiabilidade comparativa dos potenciais vendedores (RANGNEKAR, 2004).

Stigler (1961) infere que é pouco eficaz justificar toda a dispersão de preços apenas com base na heterogeneidade do produto (como qualidade, recursos adicionais, serviço pós-venda). Acrescentando que, em grande parte, tal dispersão é uma manifestação do nível de ignorância presente no mercado, neste caso, em razão da assimetria de informação entre compradores e vendedores.

Usando o mercado de carros usados como exemplo, onde compradores podem suspeitar que uma certa proporção deles são “limões” (ou seja, carros ruins), Akerlof (1970) chama a atenção para a assimetria de informação, entre os compradores e vendedores, relacionada à qualidade. O comprador não pode reconhecer a qualidade de um carro usado com qualquer nível significativo de garantia, enquanto o vendedor tem informações mais confiáveis sobre suas reais condições.

Na maioria dos mercados, os vendedores recebem melhores informações das características não observáveis de uma mercadoria que os compradores. Sendo as características não observáveis valorizadas pelos consumidores, representam determinantes cruciais do seu real valor. Por isso, havendo um método de identificação das qualidades inobserváveis, a escolha do consumidor é

facilitada. Empresas de vasto horizonte reúnem melhores condições de atendimento da expectativa e gostos dos consumidores quanto a qualidade, mesmo que, no momento da compra, as características inobserváveis do produto lhes sejam de difícil alcance. Em vista disso, o papel do canal de informação permite que marcas registradas reduzam os custos de busca, protegendo os consumidores contra fraudes, e auxiliando-os na tomada de decisão (ECONOMIDES, 1988).

A fundamentação jurídica para proteção de marcas é largamente enquadrada na informação das imperfeições do mercado e no papel econômico da reputação. Esta visão compartilhada nos registros científicos, é sustentada por dois objetivos inter-relacionados: (i) a proteção dos investimentos empreendidos para desenvolver nomes de marcas; e (ii) a reputação a salvaguardar o papel informativo das marcas como indicador de origem (LANDES; POSNER, 1987; ECONOMIDES, 1988; GROSSMAN; SHAPIRO, 1988A, 1988B; COOTER; ULEN, 1997; CORNISH, 1999). No caso de assimetria de informação, as justificativas para proteção tanto da marca quanto da IG são as mesmas.

Apesar da racionalidade econômica e princípios compartilhados, existem diferenças importantes entre IG e marca registrada. Em nível fundamental, há distinção do sinal. Marca registrada é um sinal identificador dos bens de uma empresa e, portanto, não está limitada por ligação territorial. Contrariamente, “a geografia está no coração” da IG, cujo sinal de identificação de mercadoria a especifica como originária de uma determinada área geográfica. Assim, a IG não está limitada a uma única empresa em particular, pois estendida a todas as empresas dentro da área geográfica demarcada para seu uso. Do ponto de vista econômico, a IG é vista como uma forma de direito coletivo de monopólio, representativa de barreira à entrada de produtores fora da área geográfica delimitada. Ou seja, os detentores da IG definem quem pode fazer um determinado produto, onde o produto pode ser feito, e quais ingredientes e técnicas devem ser usados para garantir a “autenticidade” e “origem” do produto (RANGNEKAR, 2004).

Assim, a IG vai além da identificação de um produto com um lugar. Por ser um tipo de propriedade intelectual anexada ao território, a IG representa um meio para os grupos sociais e industriais a ela submetidos protegerem e distinguirem seus produtos. Pequenos produtores locais podem usá-la para melhorar sua reputação e vender diretamente para a demanda, competindo, assim, de forma mais eficaz com as corporações (MORAN, 1993).

Os direitos de propriedade intelectual nunca foram mais importantes economicamente, e politicamente mais controversos que hoje. Patentes, direitos autorais, marcas registradas, desenhos industriais, circuitos e indicações geográficas são frequentemente mencionados nas discussões e debates sobre diversos temas como saúde pública, segurança alimentar, educação, comércio, política industrial, conhecimento, biodiversidade, biotecnologia, internet, entretenimento e mídia. Em uma economia baseada no conhecimento, a compreensão desses direitos é indispensável para políticas efetivas em todas as áreas do desenvolvimento humano (RANGNEKAR, 2004).

Tanto a rotulagem quanto a IG são usadas para diferenciar produtos nos mercados de exportação. Em um mercado de bens diferenciados, um problema relevante oriundo da assimetria de informação pode ser superado pelo uso de rotulagem ou da IG. Nesses casos, os consumidores recebem informação adicional sobre as características de qualidade do produto, por exemplo, que gosto atende ou qual o método de processo tradicional exige, e os produtores recebem como prêmio um preço diferenciado por seus produtos (GROTE, 2009).

2.1.2 A IG e a Construção da Reputação

É fundamental prevenir as distorções surgidas no mercado, quando prevalece a assimetria de informação entre produtores e consumidores. Como também evitar as consequências de tal assimetria sobre o nível de qualidade dos produtos (OCDE, 2000). A Reputação tem sido usada como forma de superar a falha de mercado associada à assimetria de informação (STIGLITZ, 1989; TIROLE, 1988). Porém, para se alcançar eficácia na restauração da eficiência de mercado, evitando as consequências da assimetria de informação, necessário se torna proteger a reputação através de um processo a ser visto como um meio para a sua institucionalização (BELLETTI, 1999). Nesse sentido, o sinal distintivo da Indicação Geográfica institucionaliza a relação entre produto e região, como também entre produto e tradição, pelo uso de instrumentos legais que impedem a apropriação indevida de benefícios. A Indicação Geográfica resulta, pois, de um processo pelo qual a reputação é institucionalizada, para solucionar problemas surgidos da assimetria de informação (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Tal resultado destaca uma característica fundamental da IG: a de que funciona tanto como medida de qualidade quanto de proteção ao produtor. Como medida de qualidade, aparando

assimetrias de informação. E como proteção, transformando em ativo a proteção concedida ao produtor (OCDE, 2000). Assim, tanto as políticas europeias como a literatura especializada enfatizam o potencial da Indicação Geográfica de melhorar os meios rurais de subsistência, com base nos recursos locais (PACCIANI *et al*, 2001) e, conseqüentemente, fomentar o desenvolvimento rural.

O conceito de reputação aplicado a estudos de mercado afetado por informações imperfeitas (STIGLITZ, 1989; TIROLE, 1988) contribui para a superação de falhas associadas a tal assimetria. A análise da reputação exige o conhecimento das escolhas relativas ao nível de qualidade da produção, pois visa maximizar os lucros em um contexto de mercados perfeitamente competitivos, mas atravessados por assimetria de informação (SHAPIRO, 1982).

Tal dinâmica se dá entre os elementos centrais: reputação da empresa, aprendizagem do consumidor e escolha do vendedor pela qualidade do produto. Se a qualidade do produto não puder ser observada com antecedência, o consumidor tende a considerar a qualidade dos produtos oferecidos pelo mesmo produtor no passado como um indicador dos níveis futuros de qualidade. Dessa forma, a reputação representa uma incorporação da qualidade esperada, com os consumidores extrapolando o comportamento passado, em inferências sobre o provável comportamento futuro (SHAPIRO, 1983). Tal julgamento de valor se desenvolve ao longo do tempo, criando um valor intangível, que se dá pela capitalização de prêmios de preços futuros (BELLETTI, 1999). Ou seja, cria-se um ativo para a empresa.

Nos casos em que as decisões de compra são baseadas na reputação do produto, os produtores são forçados a investir no conceito empresarial. Muitas vezes esse período de investimento exige deles a venda do produto por um preço abaixo dos custos de produção até o estabelecimento de sua reputação. A necessidade de fazer investimentos iniciais significa que, em um cenário de equilíbrio, os bens de alta qualidade devem ser vendidos a preços *premium* (OCDE, 2000). Este prêmio representa o retorno do investimento inicial para estabelecer a reputação (SHAPIRO, 1983).

Diante disso, produtos que gozam de reputação são premiados mesmo em situação de equilíbrio de vendas. Entende-se que o prêmio ganho é proporcional às defasagens associadas aos consumidores em aprendizagem da verdadeira qualidade de um produto. Portanto, um produtor só será motivado a melhorar a qualidade do seu produto, se os consumidores passarem por um processo de aprendizagem da sua qualidade. O prêmio pode ser justificado com base no papel

que a reputação desempenha na redução da assimetria de informação, bem como na manutenção de compromissos de curto prazo com a qualidade. Isso permite uma redução no preço real pago, diminuindo o custo de pesquisa para o consumidor (RANGNEKAR, 2003b). No contexto da assimetria informacional, a reputação torna-se tanto um indutor quanto um indicador de qualidade (OCDE, 2000).

No entanto, o uso bem-sucedido da reputação para restaurar a eficiência do mercado, evitando as consequências da assimetria de informação, exige que a mesma reputação seja protegida pelo processo da sua própria “institucionalização” (BELLETTI, 1999).

Sinais distintivos, como a Indicação Geográfica, constituem uma forma de alcançar a institucionalização da reputação, pela formalização da relação entre o produto e a região e/ou tradição, alcançada pelo uso de instrumentos legais que impedem a apropriação indevida de benefícios. Sinais que incorporam a reputação por eles instituída a certo nível de qualidade.

A natureza coletiva da Indicação Geográfica como sinal de qualidade significa que o seu uso não se limita a um único produtor, mas a todos os produtores que aderirem ao código de sua prática. A reputação do produto é, portanto, o resultado das ações de diferentes agentes ativos na mesma área de produção, projetado pela tradição durante um período de tempo (MARTY, 1998).

Para além do seu papel na superação dos efeitos prejudiciais da assimetria de informação, com base na livre reputação, a Indicação Geográfica também reflete características e valores associados a determinada região, ou seja, à qualidade regional. Dessa forma, o território vai além do seu papel puramente informativo, adquirindo as características de um atributo (MARESCOTTI; SCARAMUZZI, 2001). O patrimônio da região como paisagem, recursos culturais e históricos e o *savoir faire* do lugar tornam-se produtos de origem local, sintetizando, assim, os atributos territoriais no nome do produto. Tem-se nas características do território um atributo traduzido no melhor acesso ao mercado para produtos que ostentam uma IG capaz de engendrar vantagens (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Como tal, o valor econômico da Indicação Geográfica é baseado, em grande parte, na economia de diferenciação e *marketing* de nicho. Tal diferenciação socialmente construída permite a pequenos produtores criar uma vantagem competitiva semelhante a de uma marca. Porém, a originalidade que uma área local típica traz para um produto somente levará a uma

diferenciação, se os consumidores reconhecerem seu valor. O que põe em destaque o fato de que, em alguns casos, o *marketing* de nicho pela rotulagem de origem pode exigir uma ampla campanha de conscientização para capturar os benefícios associados à diferenciação (ALAVOINE-MORNAS, 1997). Além disso, deve-se observar que vários fatores podem enfraquecer as associações territoriais que os consumidores têm com um produto (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009). Fatores que incluem aspectos como embalagem, processamento, distribuição e *marketing*. Em certos casos, os aspectos técnicos de produção e/ou processamento podem sobrepor-se aos produtos intrinsecamente ligados à sua área de origem (RANGNEKAR, 2003a).

A Indicação Geográfica funciona, pois, como uma forte ferramenta de diferenciação, por criar um tipo de monopólio. Aparentemente tem-se uma contradição, pois trata-se de monopólios envolvendo um grupo de empresas, e não apenas uma única organização (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009). Da mesma forma que um clube (associação coletiva), a IG pode ser definida como a formação de um grupo voluntário de indivíduos que obtém e compartilha as seguintes vantagens: baixo custo de produção e uma associação caracterizada por benefícios de caráter excludente (CORNES; SANDLER, 1996).

Esses coletivos exibem as características de monopólio também por segmentaram sua produção no mercado, criando barreiras para outros produtores do mesmo setor produtivo, pois limitando a participação na IG em dois níveis: (i) apenas os produtores situados na área demarcada; e (ii) no referido contexto regional, apenas os produtores que cumprem o código de produção coletiva. São essas as barreiras institucionais criadas para limitar o uso da designação do produto e do processo de produção, que indicam a formação de um monopólio constituído por produtores de um mesmo produto ou esfera produtiva de caráter coletivo. (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Como resultado, a proteção da Indicação Geográfica impõe aos produtores fora da designação uma estrutura de mercado monopolista, dado o nexos causal entre um produto e sua origem, que resulta em um direito de propriedade para aqueles autorizados a usá-lo. O monopólio assim criado não difere do legitimado pela lei da marca (ou propriedade industrial), que outorga o “direito de monopólio” a uma marca comercial. Contudo, aos produtores designados, a Indicação Geográfica obriga a manutenção das características locais e públicas e também da não-rivalidade e não-exclusão. Limitando a entrada e o funcionamento do ativo como uma

barreira ao comércio, esses monopólios coletivos eliminam a concorrência de produtos similares produzidos em outros lugares, melhorando, assim, o acesso ao mercado para os produtores autorizados. (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Importante ter em conta o efeito do carácter excludente que flui dessa formação de monopólio. Aspecto de particular importância no contexto dos países em desenvolvimento, considerando-se as potenciais dificuldades associadas à delimitação das áreas de produção, que não devem ser negligenciadas (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Pesquisas diversas constatarem empiricamente que os monopólios coletivos, como os que resultam da proteção da IG, outorgam um prêmio aos produtores, concedido em função da propriedade do ativo. Como no caso dos queijos que, na Europa, ganham uma média de dois euros a mais por quilo do que os queijos franceses não rotulados pela origem. Outro exemplo é o frango francês de *Bresse*, que tem um preço de mercado quatro vezes maior do que o frango francês normal. Como também, os produtores do leite usado na fabricação do queijo *Comté* recebem 10% acima do preço normal do leite praticado naquele país (THIEDIG; SYLVANDER, 2000). Da mesma forma, produtores do azeite italiano Toscano conseguiram ganhar um prêmio de 20% desde o registro da Indicação Geográfica em 1998 (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

O nível do prêmio agregado ao preço do produto depende de vários fatores, como a dimensão do mercado, o grau de competição com substitutos, a percepção do consumidor sobre a ligação da Indicação Geográfica aos atributos do produto e a elasticidade da demanda. No entanto, em todos os casos, o prêmio parece favorecer produtos autênticos e distintivos ligados a uma área específica contemplada com o IG (CORREA, 2002).

O prêmio retido pelos produtos detentores da IG sugere uma valoração embutida no seu uso como direito de Propriedade Intelectual. Valor que agrega fatores econômicos, culturais e sociais derivados da localidade produtiva. Os produtores agraciados com a IG perseguem uma estratégia de valorização da propriedade intelectual apropriando-se dos valores por ela incorporados. No entanto, estudos indicam que algumas IGs, notadamente as outorgadas a produtos menos conhecidos e de menor qualidade, estão afetadas a pequenos ou insignificantes prêmios de preço. Assim, uma Indicação Geográfica não resulta, em todos os casos, em preço-prêmio (LOUREIRO; MCCLUSKEY, 2000).

2.1.3 A IG e a Reputação como um Ativo da Empresa

A teoria econômica destaca o papel da reputação na mitigação de problemas associados à assimetria de informação entre produtor e consumidor. No caso de produtos com rotulagem de origem, a literatura faz referência à reputação do produto como um fator de geração de renda baseada na tradição e qualidade do produto (BELLETTI, 1999). Um corpo significativo dos registros científicos investiga as questões relacionadas ao estabelecimento da reputação de qualidade de um produtor, quando os consumidores detêm informações imperfeitas. Os registros científicos relativos à reputação apresentam baixa diversificação, por reunir quantidade insuficiente de estudos empíricos. Destes, apenas um pequeno número analisa a importância da reputação coletiva.

O problema foi analisado por Belletti (1999), que sugeriu o uso de modelos de reputação de “qualidade premiada” desenvolvidos por Klein e Leffler (1981) e Shapiro (1983), para explicar o papel da reputação no caso de produtos típicos. Baseado nesse quadro de referência, o autor analisou os mecanismos de origem da reputação desses produtos. Investigando a importância da reputação no processo de desenvolvimento de produtos típicos, abordou questões relativas aos instrumentos de proteção da IG, segundo o regulamento da União Européia (UE). O caso do azeite de oliva extra virgem Toscano foi estudado, a partir de um esboço do processo de constituição, crise e institucionalização da reputação do produto. E neste estudo, o autor destacou o papel limitado da reputação individual, conforme refletido pelo próprio valor dos parâmetros-chave do modelo de prêmios de qualidade (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

A relevância de fatores exógenos e sociais na determinação da especificidade dos produtos típicos, segundo Bramley, Biénabe e Kirsten (2009), faz com que a reputação assuma o caráter de um ativo coletivo, tornando-o, parcialmente, o resultado de um evento não intencional. Isto está em contraste com o modelo de “prêmio de qualidade”, cujo julgamento da reputação dos produtos é delegado às próprias empresas, que considera a reputação como resultante das escolhas – modelo em que a reputação resulta exclusivamente das opções individuais. A análise por meio dos modelos de premiação de qualidade permitiu aos autores ir além do entendimento de reputação como “notoriedade”, por associá-la a um conjunto de investimentos específicos pelas empresas da cadeia de abastecimento de um produto típico. O estudo do caso do azeite virgem Toscano demonstrou como a IG contribui para

um efeito coletivo da reputação ligada à área de origem, por constituir como um ativo empresarial. (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009).

Relevante análise empírica é apresentada em artigo que avalia o limite de uso, pelos consumidores, da reputação e dos indicadores de qualidade na sua decisão de compra. A pesquisa relaciona os preços com as informações disponíveis para os consumidores (LANDON; SMITH, 1997). Partindo do modelo padrão hedônico de determinação diferenciada de preços de produtos (ROSEN, 1974), os autores estimaram e compararam cinco modelos de determinação de preços, concluindo que os mesmos diferem, apenas, no que diz respeito à informação de reputação de qualidade disponível para os consumidores. Por extensão, avaliaram os modelos, usando os dados do mercado de vinhos de Bordeaux. As variáveis de reputação coletiva foram baseadas em designações regionais de Bordeaux determinadas pelo governo, e em classificações de qualidade determinadas pelo setor. A limitação desse estudo de caso observada pelos autores, prendeu-se ao fato de os resultados se restringirem a apenas um produto. No entanto, o conjunto de dados inclui grande número de observações (LANDON; SMITH, 1997).

O estudo conclui que um modelo que combina a reputação individual e as variáveis de reputação coletiva fornece uma descrição razoável das informações utilizados pelos consumidores, pelo fato de confrontar a reputação coletiva baseada na qualidade de produto produzido por uma empresa individual com a qualidade média dos bens produzidos por um grupo de empresas com o qual a empresa individual é identificada. O resultado sugere que os consumidores atribuem valor a mecanismos que fornecem informações sobre o passado da qualidade do produto. O estudo indica, ainda, que o prêmio de preço associado às variáveis de reputação coletiva é tão expressivo quanto o associado à reputação de empresas individuais. Por último, os autores destacam o alto valor atribuído pelos consumidores às designações regionais determinadas pelo governo relativas à classificação de qualidade, sugerindo que tanto o governo quanto a indústria fornece informações sobre as características do produto (LANDON; SMITH, 1997).

Em estudo adicional baseado no mesmo tipo de modelo em que o preço indica a qualidade atual e a qualidade esperada do produto, sendo esta dependente da reputação, os autores aprofundaram a análise, estimando empiricamente a magnitude do impacto da reputação e da qualidade atual do produto no preço, novamente usando os dados do mercado de vinho de Bordeaux. A análise distinguiu, novamente, o impacto da reputação individual e coletiva no

preço do produto. No desenvolvimento do modelo, os autores passaram a estimar conjuntamente a equação de preço e qualidade esperada. Os resultados indicaram que o preço do vinho Bordeaux depende significativamente tanto da qualidade atual como da esperada, porém ressaltando o impacto marginal da qualidade esperada, considerando que seu resultado foi aproximadamente 20 vezes maior que o da qualidade atual. (LANDON; SMITH, 1998).

Os resultados indicaram, ainda, que os consumidores consideram que, no longo prazo, a reputação do produto (qualidade esperada) é o indicador mais significativo da qualidade atual; mais do que melhorias recentes. Os autores deduzem, a partir disso, que pode levar um tempo considerável, para uma empresa estabelecer uma reputação de alta qualidade, o que resultaria em um prêmio de preço significativo. Os resultados também revelaram que os indicadores da reputação coletiva desempenham um papel significativo na determinação de preços, principalmente por seu impacto na qualidade esperada. (LANDON; SMITH, 1998).

Segundo os autores, uma explicação aceitável desse resultado advém do fato de que tanto a qualidade atual quanto a qualidade esperada (reputação) são determinantes significativos do preço, podendo existir no mercado tipos de agente mais bem informados sobre a qualidade atual que outros. Alternativamente, os consumidores podem ver a qualidade observável como “indicadores ruidosos” de qualidade e, conseqüentemente, depender, em maior medida, da evidência acumulada incorporada à reputação. (LANDON; SMITH, 1998).

Ainda sobre o tema reputação, outro estudo relevante constata a paridade entre a reputação de um produto e a reputação coletiva das empresas que o comercializam (WINFREE; MCCLUSKEY, 2005). No seu artigo sobre o tema, Tirole (1996) defende o pressuposto de uma reputação comum coletiva compartilhada por empresas de um grupo, baseada na sua qualidade média passada. Por seu lado, valendo-se de uma otimização dinâmica – estrutura que utiliza ferramentas da teoria dos jogos diferenciais –, Winfree e McCluskey (2005) mostraram que, com uma reputação coletiva e sem rastreabilidade é possível extrair rendas produzindo a menores níveis de qualidade. Comprovaram, ainda, que o nível sustentável de reputação coletiva diminui à medida que aumenta o número de produtores. Em vista disso, os autores propõem a implementação de padrões mínimos de qualidade para sustentar a reputação coletiva.

Assim, pode-se dizer que a IG resulta de um processo pelo qual a reputação coletiva é institucionalizada, com o objetivo de resolver problemas oriundos da assimetria informacional (BELLETTI, 1999). Portanto, os efeitos da reputação destacam duas características importantes

da IG: (i) funcionar como medida de proteção do consumidor através da simetria e qualidade da informação; e (ii) servir de medida protetiva do produtor, pelo uso da reputação como seu principal ativo. (RANGNEKAR, 2003b).

3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

A convenção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) conceitua a Propriedade Intelectual (PI) como sendo a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico (CNI, 2019).

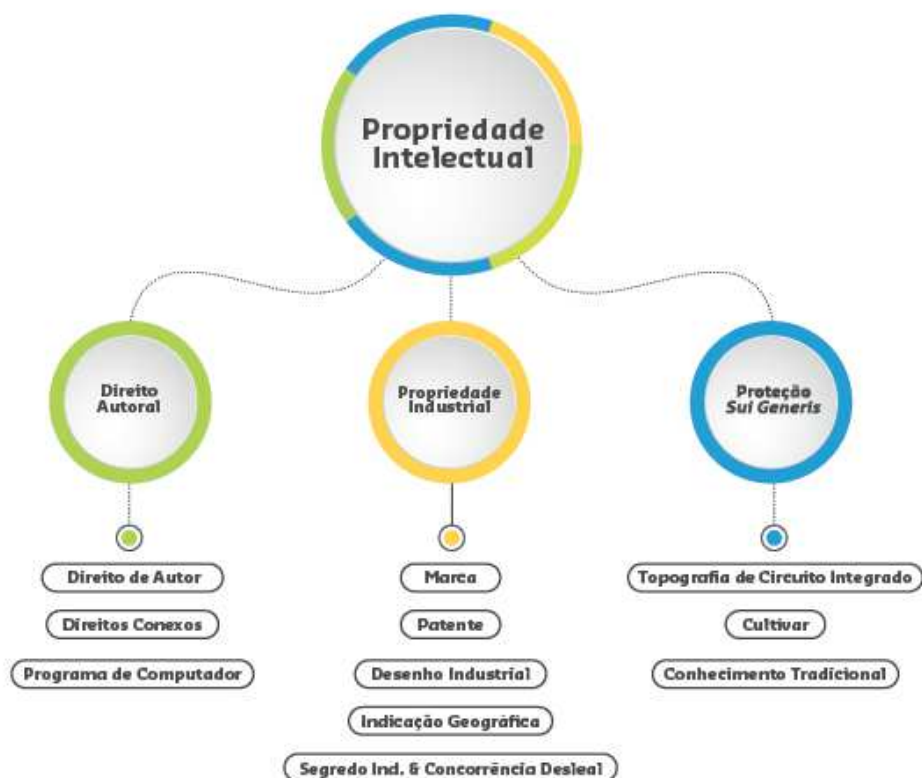
3.1 A IG no Arcabouço da Propriedade Intelectual

O Brasil é signatário, desde 1994, do *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS), em português: “Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio”, criado no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC). O TRIPS estabelece um padrão de proteção mínima à Propriedade Intelectual, e os países que o assinaram obrigam-se a revisar suas leis nacionais, de modo a adaptá-las a esse padrão (CNI, 2019).

No Brasil, a Propriedade Intelectual está dividida em três ramos que abrangem direitos específicos, conforme ilustrado na Figura 1.

A Propriedade Intelectual é uma ferramenta essencial também no campo da competitividade, por incorporar conceitos e regras relativos à proteção de ativos intangíveis, sendo considerada um recurso estratégico para o desenvolvimento industrial dos países. A expressiva e acelerada transformação tecnológica dos últimos anos representa uma mudança de paradigma na economia global (CNI, 2019). O Quadro 2, a seguir, apresenta os tipos de propriedade intelectual.

Figura 1- Propriedade intelectual



Fonte: CNI, 2019.

Quadro 2 - Tipos de propriedade intelectual

Tipos de Propriedade Intelectual	Breve Descrição
Marca	Sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros similares de procedências diversas.
Patente	Título de propriedade temporária concedido pelo Estado àqueles que inventam novos produtos, processos ou fazem aperfeiçoamentos destinados à aplicação industrial.
Desenho Industrial	Forma plástica ornamental de um objeto ou conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, passível de reprodução por meios industriais.
Indicação Geográfica	Refere-se a produtos originários de determinada área geográfica (país, cidade, região ou localidade de seu território), que tenham se tornado conhecidos por possuírem qualidades ou reputação relacionadas à sua forma de extração, produção e fabricação. Também se refere à prestação de determinados serviços.
Segredo Industrial	Informação de natureza confidencial, legalmente sob controle de pessoas e organizações, que não deve ser divulgada, adquirida ou

	usada por terceiros não autorizados sem o consentimento do seu detentor.
Concorrência Desleal	É o crime previsto na Lei de Propriedade Industrial, que inclui o ato de quem divulga, explora ou utiliza, sem autorização ou por meios ilícitos, informações ou dados confidenciais (segredo de negócio), empregáveis na indústria, no comércio ou na prestação de serviços.
Topografia de Circuito Integrado	Envolve um conjunto organizado de interconexões, transistores e resistências, dispostos em camadas de configuração tridimensional sobre uma peça de material semicondutor. São conhecidos também como <i>chips</i> .
Cultivar	É uma nova variedade de planta, não encontrada na natureza, que possui características específicas resultantes de pesquisas em agronomia e biociências (genética, biotecnologia, botânica e ecologia).
Conhecimento Tradicional Associado	Informação ou prática de população indígena, comunidade tradicional ou agricultor tradicional sobre as propriedades ou os usos diretos ou indiretos associados ao patrimônio genético.

Fonte: CNI (2019).

Nesse cenário, surgem novas áreas e modelos de negócios com grande potencial. Do mesmo modo, investir em inovação torna-se a condição fundamental, para que as empresas se mantenham competitivas no mercado (CNI, 2019).

Inovar é transformar ideia em valor. Portanto, a inovação pode ser definida como o reflexo da capacidade criativa da empresa, que as diferencia de suas concorrentes. Assim, quando se trata da criatividade no ambiente empresarial, a inovação abrange especificamente a Propriedade Industrial (PI). Os ativos de PI garantem o uso exclusivo da criação, oferecem segurança jurídica para evitar a concorrência desleal, e abrem caminho para o retorno do investimento em inovação, permitindo que a empresa continue inovando (CNI, 2019), gerando, dessa forma, um círculo virtuoso de crescimento e desenvolvimento socioeconômico, cujo motor é a propriedade intelectual.

Assim, o direito de propriedade é fundamental como fomento à inovação, pois dele deriva diversas vantagens competitivas para a empresa que o detém. No entanto, decorrido o tempo de 70 anos a contar da data de morte do autor, o direito à propriedade adquire o *status* de Domínio Público, passando a sociedade a usufruir livre e gratuitamente das criações do espírito humano (CNI, 2019). Ou seja, depois que o titular já teve o retorno esperado de seu investimento e cessou o direito de propriedade, as criações decorrentes da inovação passam para o domínio público, com a sociedade adquirindo o direito sobre a obra (ou invento), beneficiando-se dela.

É o direito de propriedade que gera incentivos para as pessoas e empresas investirem em inovação.

No universo dos negócios, as marcas, invenções, inovações, pesquisas científicas, obras literárias e artísticas e outras expressões da criatividade humana são convertidas em propriedade privada e protegidas por lei vinculada ao sistema de Propriedade Intelectual. Como propriedade privada, a propriedade intelectual é comercializada na forma de bens imateriais, conhecidos como ativos intangíveis. Assim, na Era do Conhecimento, esses ativos passam a constituir um dos patrimônios mais valiosos de cidadãos, empresas, instituições e -nações (CNI, 2019).

A propriedade industrial concentra o seu foco na atividade empresarial, e tem como órgão de controle o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), responsável, no Brasil, por analisar e formalizar registro e concessão de autoria. Esfera técnica que envolve os direitos sobre patentes, desenhos industriais, marcas, indicações geográficas e, também, sobre a repressão à concorrência desleal. O prazo máximo de validade da proteção de um invento varia de acordo com o tipo de propriedade industrial (CNI, 2019).

Especificamente sobre a “patente”, trata-se do instrumento de proteção mais utilizado no processo de inovação tecnológica. A concessão desse direito de exclusividade temporário garante ao seu titular a possibilidade de retorno do investimento aplicado tanto na criação como no desenvolvimento e na comercialização de novos produtos e processos industriais (CNI, 2019).

Por seu lado, a “marca” permite que o consumidor associe atributos de reputação, qualidade e preço aos produtos e serviços por ela identificados, voltando a comprá-lo ou a usá-lo, quando satisfeito. Desse modo, a principal função da marca nas estratégias comerciais e publicitárias das empresas é facilitar ao consumidor a sua identificação e diferenciação do produto ou serviço desejado. E como o prazo de proteção de uma marca pode ser renovado indefinidamente, comumente ela representa o maior patrimônio da empresa (CNI, 2019).

Pouco conhecido dentre os ativos de propriedade intelectual, o “segredo industrial” é muito utilizado em áreas em que é difícil ou impossível reproduzir a invenção por meio de engenharia reversa. No entanto, o uso da estratégia comercial de proteção de ativos intangíveis, envolvendo o segredo industrial, não configura propriedade sobre o segredo (CNI, 2019).

Do ponto de vista econômico, o sistema de propriedade intelectual tem grande relevância, pois, além de proteger os frutos derivados da atividade criativa, protege, sobretudo, os investimentos que a levaram ao mercado. No caso, os detentores de direitos de propriedade intelectual são protegidos por leis específicas contra o uso não autorizado de suas criações, produtos, processos, marcas e serviços. Esse direito temporário de exploração comercial de uma propriedade intelectual contribui para a competitividade empresarial, bem como para a geração de um ambiente concorrencial que beneficia o comércio (CNI, 2019).

Esta dinâmica impulsiona a inovação, estimulando a criação humana, o empreendedorismo, além do contínuo desenvolvimento tecnológico, cultural e científico do país (CNI, 2019).

A propriedade intelectual terminou por transformar-se em um indicador do modo de enfrentamento dos desafios no âmbito dos negócios, no que concerne à criação de vantagens competitivas, passando a ter uma função determinante no comércio e nas relações internacionais. Muitas empresas posicionam a propriedade intelectual no centro do planejamento e gestão de seus negócios, de forma a abranger outras competências, como planejamento estratégico, avaliação e valoração de seus portfólios de ativos intangíveis, análises econômico-financeiras para fusões, aquisições, investimentos, desinvestimentos, estabelecimento de parcerias, negociações e contratos envolvendo transferência de tecnologia (CNI, 2019).

Observa-se, por outro lado, que a propriedade intelectual tem se tornado um indutor chave da geração de negócios inovadores e oportunidades de trabalho. A difusão dos conceitos e a correta utilização dos instrumentos de proteção da propriedade intelectual são fundamentais para as empresas, as instituições e os indivíduos assegurarem que suas criações, invenções, obras artísticas e literárias tenham retorno financeiro quando comercializadas (CNI, 2019), transformando-se, portanto, em ativo estratégico de investimento.

Objeto de estudo desta pesquisa, a Indicação Geográfica valoriza e protege produtos/serviços que se tornaram conhecidos ou possuem qualidades especiais por causa de sua origem, conectando-se a um produto, para imprimir-lhe reputação, qualidade e demais características atribuídas à origem. Assim, a proteção concentra-se na identidade da região, e em estratégias contra o seu uso por terceiros em indicação de uma falsa origem (CNI, 2019).

Há basicamente dois tipos de IG: Indicação de Procedência – quando o produto/serviço é conhecido por sua origem, seja extração, produção ou fabricação; e Denominação de Origem – quando o produto/serviço tem características ou qualidades que podem ser atribuídas essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores humanos e naturais (CNI, 2019).

Sobre os vários tipos de propriedade intelectual vigentes no Brasil, nota-se que, embora semelhantes em seus objetivos e forma de proteção, há algo peculiar que distingue uma IG de qualquer outro signo distintivo, como a marca e a patente: a história daquela região, a cultura daquele povo, a origem daquele produto, a tradição daquela produção. Desse modo, a IG é inerente e pertencente àquela coletividade, por ter concebido e incorporado, ao longo do tempo, as características que permeiam o seu produto de singularidade. (BRUNCH; VIEIRA, 2016).

3.2 Histórico da Indicação Geográfica (IG)

Embora ainda pouco conhecida e utilizada no Brasil, a IG é amplamente debatida no mundo, sendo empregada essencialmente para identificar e agregar valor a produtos e serviços associados a determinados territórios e, por isso, concebida para identificá-los em sua dimensão natural e cultural. As indicações geográficas conferem ao produto ou serviço uma identidade própria, pela nomenclatura da região presente no selo incorporado ao produto ou serviço, estabelecendo uma ligação entre as suas características e a sua origem. Alguns exemplos de produtos associados aos seus locais de origem são: o vinho do Vale dos Vinhedos (Figura 2) do Rio Grande do Sul, o queijo da Serra da Canastra, Minas Gerais; a cachaça de Paraty, Rio de Janeiro; os doces de Pelotas, Rio Grande do Sul; o presunto de Parma, Itália; o espumante da região de Champagne, França, o cognac da região de Cognac, França; o vinho português do Porto, o queijo parmesão das regiões de Parma e Reggion, Itália, etc. (SANTILLI, 2011).

A IG se atribui particularidades e capacidade de contribuir para a manutenção da biodiversidade em geral e dos recursos genéticos em particular, constituindo notável tema de estudo para se compreender como a combinação dos fatores naturais e humanos pode influenciar a diversidade biológica e cultural (BÉRARD; MARCHENAY, 2005).

Nesse sentido, foram exploradas 26 pesquisas no banco de dados da CAPES (apresentadas no item 1.6 – Estado da Arte, na Introdução deste estudo), de diferentes áreas de análise das funções e dos impactos atribuídos à IG no Brasil, consideradas um recurso estratégico, por

atender diferentes propósitos e envolver diferentes atores, a saber: (i) como instrumento de proteção tanto do consumidor quanto do agricultor; (ii) como instrumento de marketing, por enfatizar a singularidade de um produto ou serviço; (iii) como mecanismo de desenvolvimento rural, capaz de impactar a geração e manutenção do emprego, distribuição de renda, identidade local etc.; e (iv) como meio de preservação de tradições, *savoir-faire* e ingredientes (MEDEIROS; PASSADOR; PASSADOR, 2016).

Figura 2 - IG dos produtos do Vale dos Vinhedos-RS



Fonte: Planeta Orgânico.¹

Assim, a IG assegura um produto diferenciado, valorizado e associado a valores simbólicos e à dinâmicas socioculturais locais, que busca a sua própria forma de inserção em um mercado dominado por produtos globalizados e padronizados para commodity, destituídos de enraizamento cultural, encontrados em lojas e supermercados de qualquer lugar do mundo, e por isso considerados “produtos sem alma”. Enquanto os produtos de origem, típicos, regionais ou localizados são valorizados com patrimônio cultural dos países a que pertencem (SANTILLI, 2011).

O arcabouço jurídico da indicação de origem geográfica é encontrado em instrumentos internacionais, que exigem dos signatários de sua promulgação a descrição detalhada dos seus termos, conforme atesta Merwe (2009).

Como a associação entre produto e região alcançada pela Indicação Geográfica somente se estabelece pela fabricação e uso prolongado de determinada mercadoria, a IG tornou-se

¹ Disponível em: <https://bit.ly/2NbNwEi>

particularmente importante no caso dos produtos agrícolas, embora seus benefícios não se limitem a tal uso. As particularidades da origem de um produto podem fazer parte, e muitas vezes fazem, da indicação de origem geográfica, embora tal inclusão não seja obrigatória. Mas se a associação entre região e bens envolvidos for referenciada, tal esclarecimento é suficiente para a indicação ser reconhecida como de origem geográfica (MERWE, 2009).

3.3 A Indicação Geográfica no Mundo

Historicamente, a IG data do século IV a.C, na Grécia – com os vinhos de Corinthio, Ícaro, Rhodes, dentre outros, e no Império Romano – com o mármore de Carrana e os vinhos de Falerne. Dos institutos incluídos no rol da propriedade intelectual, provavelmente, o relativo à IG é o mais antigo e, certamente, o menos usual, em comparação com patentes, marcas e cultivares (GURGEL, 2005).

A partir de 1994, a Indicação Geográfica passou a ser regulada pelo *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPs), ou “Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio”, firmado pelo Governo Federal do Brasil no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC), e incorporado ao sistema jurídico brasileiro pelo Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994. Como todos os países que integram a OMC são obrigados a assinar o Acordo TRIPs, a Indicação Geográfica passou a ser reconhecida e protegida legalmente em um número muito maior de países. (SANTILLI, 2011).

A história das discussões sobre a expansão da proteção da Indicação Geográfica em âmbito internacional, de acordo com Geuze (2009), remonta ao final do século XIX, sendo reveladora a forma como esse processo histórico determinou a inserção de importantes questões ainda pendentes de solução, pois postas na mesa de negociação de um passado remoto. Questões que continuam a dividir os governos, como alguns itens a serem incorporados à agenda do TRIPs da OMC, a saber:

- o desenvolvimento de sistemas de proteção de Indicação Geográfica *sui generis*, como o existente na França;

- o debate que resultou na incorporação de várias disposições sobre o tema na Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial, em 1883;
- a conclusão do Acordo de Madrid sobre a Repressão às Falsas Indicações da Fonte, formalizado em 1891;
- o debate inconcluso da Conferência de Revisão da Convenção de Paris, realizada em 1911, em Washington;
- a conclusão do Acordo de Lisboa para a Proteção de Denominações de Origem e seu Registro Internacional, avaliado em 1958; e
- as tentativas subsequentes de se chegar a um novo Tratado de Registro Internacional.

Merwe (2009) atesta que a indicação da origem geográfica está se tornando cada vez mais importante em termos comerciais, em razão da associação entre o produto e a sua origem abranger outros elementos característicos de sua singularidade, avalizando sua qualidade. Por outro lado, a Indicação Geográfica oferece proteção, na medida em que os produtores de bens associados podem impedir que produtores de bens similares, situados fora da região contemplada, os identifiquem com a IG.

Segundo Gurgel (2005), os países desenvolvidos da Europa foram competentes no aperfeiçoamento da IG, ao optarem pelo incremento de capital social e humano, como forma de divulgar a peculiaridade territorial como diferencial competitivo, usando-o como instrumento de desenvolvimento local e de preservação da identidade cultural da comunidade.

Sobre a atuação da Europa no âmbito da valorização da Identidade Geográfica, Velcovská e Sadílek (2014) desenvolveram uma pesquisa que trata do seu uso e difusão nos países da União Europeia (UE), com o objetivo de promover a proteção dos nomes dos produtos registrados como Indicação Geográfica Protegida (IGP) e pelo rótulo de Denominação de Origem Protegida (DOP). Assim, na primeira abordagem, 1.114 nomes de produtos da base de dados DOOR²

² Comissão Europeia – Agricultura e Desenvolvimento Rural – DOOR – Disponível em: <https://bit.ly/2JfgD8s>

(banco de dados dos produtos agrícolas e alimentícios dos países da UE) foram analisados, para investigar a frequência da utilização de rótulos por país e classe de produtos. A análise de *cluster* foi aplicada, para mostrar a distribuição de rótulo por país. Os países dominantes em número de rótulos são a Itália, a França e a Espanha, que têm registrados mais de 50% de todos os seus produtos. A classe de produto mais frequente é a relativa às Frutas, Legumes e Cereais para IGP e Queijos para DOP.

A segunda abordagem refletiu a visão do consumidor sobre o tema. Uma pesquisa com 250 consumidores na República Tcheca foi realizada, com o objetivo de identificar a conscientização e a credibilidade percebida nos rótulos, levando os autores às seguintes conclusões: (i) observou-se, da parte dos consumidores, um débil conhecimento dos rótulos (decorrente da falta de informação), razão pela qual a credibilidade neles é influenciada pela baixa familiaridade; e (ii) os rótulos de qualidade apresentam um potencial de comunicação com os consumidores, que pode facilitar sua compra de alimentos, mas é necessário melhorar sua promoção.

3.4 A Indicação Geográfica no Brasil

A base jurídica da Indicação Geográfica (IG) deriva da Propriedade Intelectual protegida pela Lei nº 9.279/1996:

Art. 1º Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;

II - concessão de registro de desenho industrial;

III - concessão de registro de marca;

IV - repressão às falsas indicações geográficas; e

V - repressão à concorrência desleal.

O Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) é responsável pelo registro das Indicações Geográficas, reconhecida como uma espécie de direito de propriedade intelectual coletivo (SANTILI, 2011).

O Direito de Propriedade é dividido em três esferas. A primeira, relativa ao Direito Autoral, engloba o “Direito de Autor”, os “Direitos Conexos” e os “Programas de Computador” (na legislação brasileira regulamentados pela Lei 9.609, de 19.02.1998). A segunda esfera da propriedade intelectual é composta pela Propriedade Industrial, que engloba os direitos sobre a “Marca”, “Patente”, “Desenho Industrial”, “Indicação Geográfica” e “Segredo Industrial & Conhecimento Tradicional”. E a terceira esfera, contempla os direitos *sui generis*, que protegem a “Topografia de Circuito Integrado”, o “Cultivar” e o “Conhecimento Tradicional”.

Segundo Medeiros (2015), enquanto instrumentos de proteção legal, a IG se caracteriza como proteção legal aos consumidores e produtores. Aos produtores, por proteger o uso de sua identificação nominal e o seu ativo intangível. A autora defende que cabe elencar, em breve cronologia, as questões marcantes que culminaram no atual delineamento legal disposto na legislação brasileira, conforme descrito no Quadro 3.

Quadro 3 - Evolução da legislação brasileira da Propriedade Intelectual

Período	Marco	Caracterização
1809	Alvará de D. João VI, de 28 de abril de 1809	Relativo às Patentes e aplicável somente no Brasil, determinando que os inventores (de novas máquinas ou do campo das artes) poderiam gozar do privilégio exclusivo sobre a invenção pelo período de 14 anos. O plano do novo invento deveria ser apresentado à Real Junta do Comércio, que faria o julgamento da novidade.
1830	Lei (sem número) de 28/08/1830	Lei complementar à Constituição Federal de 1822, considerada a primeira lei verdadeiramente brasileira a proteger os inventores.
1833	Convenção da União de Paris (CUP) para proteção da propriedade intelectual	Iniciada na forma de anteprojeto redigido em uma Conferência Diplomática em 1880, teve o texto definitivo aprovado em 1883. Nesse texto estavam previstas conferências periódicas para aprimoramento do texto original, com vistas ao aperfeiçoamento contínuo do sistema. Já ocorreram 7 (sete) revisões, sendo o Brasil um dos 11 países fundadores da Convenção, aderindo à revisão de 1992 (de Estocolmo), a mais recente.
1891	Acordo de Madri	Decorrente da CUP, foi assinado por países que julgavam fraca a proteção concedida pela referida convenção. O Brasil aderiu por meio do Decreto nº 19.056/1929.

1923	Código Brasileiro de Propriedade Industrial	Primeiro Código Brasileiro de Propriedade Industrial, criado pelo Decreto nº 16.264/1923, buscava unificar os institutos do sistema de patente e de marcas. Inovou ao introduzir a noção de “Indicação de Proveniência”.
1967	OMPI – Organização Mundial de Propriedade Intelectual / WIPO – <i>World Intellectual Property Organization</i>	A Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) foi criada em 1967, tornando-se uma agência especializada das Nações Unidas em 1974. Possui atualmente 188 Estados Membros, sendo que o Brasil aderiu à instituição em 1975. A OMPI dedica-se ao desenvolvimento de um sistema de propriedade intelectual internacional balanceado e acessível, que recompensa a criatividade, estimula a inovação e contribui ao desenvolvimento econômico enquanto salvaguarda do interesse público (WIPO, 2013)

Fonte: Medeiros, 2015.

No Brasil, a Indicação Geográfica está definida na Lei de Propriedade Industrial, sendo classificada como Denominação de Origem e Indicação de Procedência (BRASIL, 2014):

- Denominação de Origem (DO) – indica o nome geográfico do local que designa produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devem, essencialmente, ao meio geográfico, incluídos os fatores naturais e humanos.
- Indicação de Procedência (IP) – indica o nome geográfico que tenha se tornado conhecido pela produção ou fabricação de determinado produto ou pela prestação de determinado serviço.

Perfaz um total de 20, o número de IGs classificadas pela Denominação de Origem, sendo 11 nacionais e 9 estrangeiras (INPI, 2019e). Nessa modalidade, poucos são produtos registrados, pois é preciso comprovar que a área de procedência detém as qualidades exigidas para a sua concessão ou sofrem a influência exclusiva das características do lugar, considerando-se tanto os fatores naturais como os humanos. Ou seja, as peculiaridades da região produtora afetam o resultado final do produto de forma identificável e mensurável (SEBRAE; INPI, 2014). O Quadro 4 apresenta dados atualizados, segundo cada produto registrado no INPI.

Quadro 4 - Indicação Geográfica de produtos reconhecidos no Brasil pelo INPI, como da categoria de Denominação de Origem

	Produto/Serviço	Indicação Geográfica Denominação de Origem (DO)	País/UF	Ano do Registro
1	Arroz	Litoral Norte Gaúcho	Brasil/RS	2010

2	Banana (subgrupo Cavendish)	Banana da Região de Corupá	Brasil/SC	2018
3	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído	Região do Cerrado Mineiro	Brasil/MG	2013
4	Camarões marinhos cultivados da espécie <i>Litopenaeus Vannamei</i>	Costa Negra	Brasil/CE	2011
5	Cognac	Destilado vínico ou aguardente de vinho	França	2000
6	Coxas de suínos frescas, presunto defumado e cru	San Daniele	Itália	2009
7	Destilado de agave tequilana weber de variedade azul	Tequila	México	2019
8	Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro.	Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	Brasil/RJ	2012
9	Gnaisse fitado milonítico de coloração cinza possuindo 3 variedades: “Olho de Pombo”, “Pinta Rosa” e “Granito Fino”.	Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	Brasil/RJ	2012
10	Gnaisse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela.	Região Pedra Madeira Rio de Janeiro	Brasil/RJ	2012
11	Mel de abelha – <i>Apis Mellífera</i>	Ortigueira	Brasil/PR	2015
12	Própolis Verde	Região da Própolis Verde de Minas Gerais	Brasil/MG	2016
13	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	Manguezais de Alagoas	Brasil/AL	2012
14	Queijo	Roquefort	França	2013
15	Vinho e espumantes	Vale dos Vinhedos	Brasil/RS	2012
16	Vinho espumantes	Champagne	França	2012
17	Vinho generoso (vinho licoroso)	Porto	Portugal	2012
18	Vinhos	Napa Valley	EUA	2012
19	Vinhos	Região dos Vinhos Verdes	Portugal	1999
20	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	Franciacorta	Itália	2003

Fonte: Baseado no INPI (2019d).

Por outro lado, a modalidade de Indicação de Procedência na IG valoriza a tradição produtiva e o reconhecimento público de que o produto de uma determinada região possui uma qualidade diferenciada, caracterizada por ser área conhecida pela produção, extração ou fabricação de determinado produto. Ou seja, protege a relação entre o produto e sua reputação, em razão de sua origem geográfica específica (SEBRAE; INPI, 2014). No Brasil (Quadro 5) tem-se as seguintes IGs na categoria de Indicação de Procedência registradas no INPI.

Quadro 5 - Indicações Geográficas reconhecidas no Brasil pelo INPI, na categoria de Indicação de Procedência

	Produto/Serviço	Indicação Geográfica Indicação de Procedência (IP)	País/UF	Ano do Registro
1	Açafrão	Região de Mara Rosa	Brasil/GO	2016
2	Aguardente de Cana do Tipo Cachaça	Microrregião Abaíra	Brasil/BA	2014
3	Aguardente de Cana Tipo Cachaça	Região de Salinas	Brasil/MG	2012
4	Amêndoas de Cacau (Theobroma Cacao L.)	Sul da Bahia	Brasil/BA	2018
5	Artesanato em Capim Dourado	Região do Jalapão do Estado do Tocantins	Brasil/TO	2011
6	Biscoito	São Tiago	Brasil/ES	2013
7	Bordado Filé	Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	Brasil/AL	2016
8	Cacau	Tomé-Açu	Brasil/PA	2019
9	Cacau em Amêndoas	Linhares	Brasil/ES	2012
10	Cachoeiro de Itapemirim	Mármore	Brasil/ES	2012
11	Café	Região do Cerrado Mineiro	Brasil/MG	2005
12	Café	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	Brasil/MG	2011
13	Café	Alta Mogiana	Brasil/SP	2013
14	Café Verde e Café Torrado e Moído	Região de Pinhal	Brasil/SP	2016
15	Café verde em Grão e Industrializado Torrado em Grão e ou Moído	Norte Pioneiro do Paraná	Brasil/PR	2012
16	Café Verde em Grãos, da Espécie Coffea Arábica	Oeste da Bahia	Brasil/BA	2019
17	Cajuína	Piauí	Brasil/PI	2014
18	Calçados	Franca	Brasil/MG	2012
19	Canastra	Queijo	Brasil/MG	2012
20	Carne Bovina e derivados	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	Brasil/RJ	2006
21	Couro Acabado	Vale do Sinos	Brasil/RS	2009
22	Derivados de Jabuticaba: Licor, Geleia, Molho, Casca Cristalizada e Compota	Sabará	Brasil/MG	2018
23	Doces Tradicionais de Confeitaria e de Frutas	Pelotas	Brasil/RS	2011
24	Erva-mate	São Matheus	Brasil/PR	2017
25	Farinha de Mandioca	Cruzeiro do Sul	Brasil/AC	2017
26	Farinha de Mandioca	Uarini	Brasil/AM	2019
27	Goiaba	Carlópolis	Brasil/PR	2016
28	Guaraná	Maués	Brasil/AM	2018
29	Inhame	Região São Bento de Urânia	Brasil/ES	2016
30	Jóias Artesanais em Prata	Pirenópolis	Brasil/GO	2019
31	Linguíça	Maracaju	Brasil/MS	2015
32	Mel	Pantanal	Brasil/MT	2015
33	Mel de Abelha Apis Melífera Escutelata (Apis Africanizada) - Mel de Abelha Tetragonisca Angustula (Jataí)	Oeste do Paraná	Brasil/PR	2017

34	Melão	Mossoró	Brasil/RN	2013
35	Opala Preciosa de Pedro II e Joias Artesanais de Opalas de Pedro II	Pedro II	Brasil/PI	2012
36	Panelas de Barro	Goiabeiras	Brasil/MG	2011
37	Peças Artesanais em Estanho	São João del-Rei	Brasil/MG	2012
38	Peixes Ornamentais	Rio Negro	Brasil/AM	2014
39	Produção de Aguardentes dos tipos Cachaça e Aguardente Composta Azulada	Paraty	Brasil/RJ	2007
40	Queijo	Colônia Witmarsum	Brasil/PR	2018
41	Queijo Minas Artesanal do Serro	Serro	Brasil/MG	2011
42	Renda de Agulha em Lacê	Divina Pastora	Brasil/SE	2012
43	Renda Renascença	Cariri Paraibano	Brasil/PB	2013
44	Serviços de Tecnologia de Informação e Comunicação Através de Desenvolvimento, Manutenção e Suporte	Porto Digital	Brasil/PE	2012
45	Socol	Venda Nova do Imigrante	Brasil/ES	2018
46	Têxteis de Algodão Natural Colorido	Paraíba	Brasil/PB	2012
47	Uvas de Mesa e Manga	Vale do Submédio São Francisco	Brasil/ PE e BA	2009
48	Uvas Finas de Mesa	Marialva	Brasil/PR	2017
49	Vinho Branco Seco, Vinho Branco Suave ou Demi Séc, Vinho Leve Branco Seco, Vinho Leve Branco Suave ou Demi Séc, Vinho	Vales da Uva Goethe	Brasil/SC	2012
50	Vinho Fino Branco Moscatel, Vinho Moscatel Espumante; Vinho Frisante Moscatel; Vinho Licoroso Moscatel; Mistela Simples	Farroupilha	Brasil/RS	2015
51	Vinhos e Espumantes	Altos Montes	Brasil/RS	2012
52	Vinhos e Espumantes	Monte Belo	Brasil/RS	2013
53	Vinhos Tintos, Brancos e Espumantes	Pinto Bandeira	Brasil/RS	2010
54	Vinhos Tinto, Branco e Espumante.	Vale dos Vinhedos	Brasil/RS	2002

Fonte: Baseado no INPI (2019d).

Observa-se que, na categoria de IG em Indicação de Procedência, tem-se 54 registros no total, sendo todas nacionais (INPI, 2019e). Assim, no Brasil, ainda são poucas as comunidades/regiões que conseguem registrar suas atividades como IG – ressaltando-se a da Farinha Uarini –, comparativamente ao número de registros de IGs concedidos na União Europeia. A título ilustrativo, só a França é detentora de 593 IGs (BRASIL, 2014).

A Indicação Geográfica é percebida pelos consumidores como uma referência tanto da origem quanto da qualidade do produto. Assim, algumas IGs adquiriram uma reputação tão valiosa, que, se não forem adequadamente protegidas, podem ser falsamente utilizadas por empresários desonestos. O falso uso da Indicação Geográfica por terceiros não autorizados é prejudicial aos consumidores e aos seus legítimos produtores. Isto porque seu uso indevido, portanto

criminoso, resulta na indução de consumidores à aquisição de produtos falsos, ou seja, de imitações destituídas de valor, enquanto creem estar comprando um produto genuíno com qualidades e características específicas (JUNGMANN, 2010).

A Indicação Geográfica constitui um processo identificador de um produto ou serviço de determinado território. Trata-se de um procedimento similar ao do registro civil de uma pessoa, que lhe garante direitos civis estabelecidos pela Constituição Federal de 1988. A identificação de produtos e serviços com Indicação Geográfica também lhes garante direitos civis (MAIORKI, 2015). Assim, para além das questões jurídicas relacionadas à IG, tem-se como sua característica mais importante as contribuições econômicas decorrentes do processo de associação da identidade territorial ao desenvolvimento.

O registro de produtos com Indicação Geográfica (IG) vem crescendo no Brasil. Produzidos em regiões onde é possível identificar certos diferenciais, estão relacionados ao local de produção, solo, clima, forma de produção e colheita. Tal especificidade tende a contribuir com a agregação de valor a esses produtos, com impactos no desenvolvimento territorial (MAIORKI, 2015).

Almeida *et al.* (2009) pesquisaram o caso da farinha produzida no Estado do Acre, cujo processo de concessão da IG teve início em 2008, apontando que o desafio desta nova estrutura é comercializar a farinha de qualidade ao melhor preço. No entanto, para os autores, a proposta da produção de farinha de qualidade depende, sobretudo, da noção de homogeneidade, respeito aos padrões sanitários e visibilidade do produto. Para atender a esses critérios, concluíram que os agricultores devem receber o treinamento sobre “boas práticas de produção” ministrado pela EMBRAPA, SEBRAE e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, para transformarem a sua mandioca em casas de farinha modernizadas. Por sua vez, Alvarez (2012) demonstrou em seu estudo, que devido à notoriedade da farinha e a preferência dos consumidores locais pelo produto, a região foi indicada, com potencial possibilidade de ser bem-sucedida, para receber a Indicação Geográfica, o que está incentivando os produtores locais.

Almeida *et al.* (2015) demonstraram a necessidade de certificação para a produção de queijo no Maranhão. Comprovaram que o queijo artesanal de São Bento é um produto situado na base econômica, social e histórica dos produtores desse município da Baixada Maranhense. No entanto, sua produção e comercialização ainda ocorrem de forma não legalizada e, até meados de 2014, não havia legislação que amparasse a agroindustrialização do produto no Maranhão.

Recentemente, iniciou-se um processo de discussão com as instituições ligadas à agricultura familiar, visando a certificação, de forma a possibilitar aos produtores sair da clandestinidade para uma atividade formal (ALMEIDA *et al.*, 2015).

Os primeiros produtos brasileiros a conseguir o registro oficial pertencem, em grande parte, ao ramo das bebidas (vinhos, espumantes e aguardentes), café e queijos. Observa-se, portanto, no Brasil, segundo Ambrosini (2017), que a Indicação Geográfica (IG) tem sido solicitada, embora para produtos como doces, própolis e, recentemente, frutas. Dessa forma, constata-se que os fatores que levam um produto a adquirir certa notoriedade estão relacionados com o local de produção, em função do solo, do clima, da forma de produção e colheita, ou com outras características que lhe confirmam um diferencial. Tal especificidade tende a contribuir para a agregação de valor a esses produtos, o que pode gerar maior retorno financeiro aos atores envolvidos, com possíveis impactos no desenvolvimento territorial (MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

Santilli (2011) atesta que o direito ao uso da Indicação Geográfica é coletivo, estendendo-se a todos os produtores estabelecidos no território correspondente, sendo ainda inalienável e imprescritível. O registro de uma IG pode ser requerido por sindicatos, associações, institutos ou qualquer pessoa jurídica de representatividade coletiva, com legítimo interesse e estabelecida no respectivo território. A pessoa jurídica age como substituto processual da coletividade afeta ao direito de uso de tal nome geográfico. Isso quer dizer que, quando uma associação de produtores requer o registro de uma Indicação Geográfica, está simplesmente pleiteando o reconhecimento de um direito coletivo, que beneficiará todos os produtores estabelecidos naquele território.

Dessa forma, dependendo do tipo de produto produzido pelas partes interessadas, a reivindicação de tal reconhecimento é algo que, além de proporcionar as benesses apontadas e descritas neste estudo, pode assegurar a tais produtores a sua autonomia.

Moreira (2009) salienta que as localidades possuidoras de um fator de produção que se enquadra no contexto da Indicação Geográfica, podem e devem empreender esforços na busca do reconhecimento. Citando apenas um exemplo, o *Toco Toupeira* da região de Maués que, como muitos outros produtos tem a sua identidade reconhecida como de perfil doméstico, pela forma como é feito, pelo cuidado do produtor em alcançar as várias etapas de sua produção e, até mesmo, pela inovação pessoal que caracteriza a sua criação, e também, em nível regional, pela

característica de seus variados usos, condições ecológicas e *know-how* partilhado e reconhecido como tal, reúne todos os requisitos para a aquisição da IG.

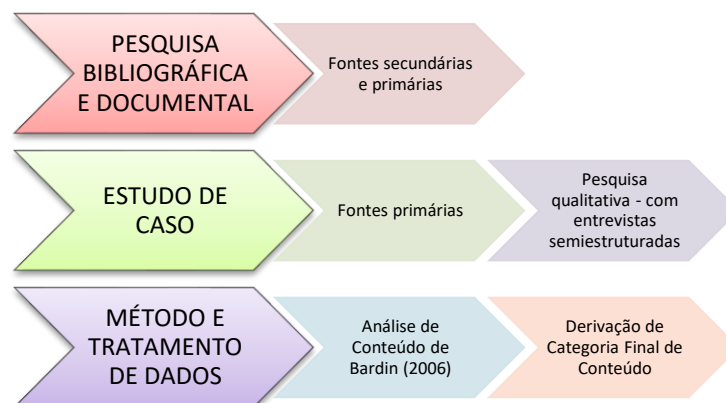
4 METODOLOGIA

A metodologia orienta o processo investigativo e exploratório, propondo métodos e formas de abordagem para a efetivação da pesquisa, podendo ser definida como a descrição do conjunto das atividades e instrumentos a serem desenvolvidos para a aquisição dos dados (bibliográficos e de campo) com os quais se desenvolverá a questão proposta, dando base para a construção de um saber seguro e válido (SILVA; SILVEIRA, 2003). Em sentido genérico, método em pesquisa, seja qual for o seu tipo, é a escolha de procedimentos sistemáticos para descrição e explicação do estudo (FACHIN, 2001).

Para Ander-Egg (1978, p. 28), “a pesquisa é um procedimento reflexivo sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos, dados, relações ou leis, em qualquer campo do conhecimento”.

Com interação norteada por esse entendimento conceitual, buscou-se com esta pesquisa analisar a Casa de Farinha Modelo Uarini no contexto de consolidação de sua Indicação Geográfica. Nesse sentido, priorizou-se estabelecer a caracterização da cadeia produtiva da Farinha Uarini, no âmbito do processo de consolidação da GI, pela construção da reputação do produto. O objetivo é propor a Casa de Farinha Modelo Uarini como estratégia efetiva de consolidação da sua IG, segundo o esquema metodológico mostrado na Figura 3.

Figura 3 - Esquema metodológico



Fonte: Original desta pesquisa.

Um importante adendo a este texto introdutório, é a informação de que este estudo foi apresentado ao Comitê de Ética na Pesquisa/Plataforma Brasil em 15/03/2019, e submetido à

análise em 02.05.2019, foi aprovado em 05.06.2019, através do Parecer nº 3.372.920 – Certificado de Apresentação para Apreciação Ética – CAAE 13555019.9.0000.5149 (Anexo 1). Também recebeu a autorização para atividades com finalidade científica do ICMBio por meio do protocolo nº 66714-1 (Anexo 2).

4.1 Tipo de Pesquisa Quanto à Abordagem

Esta pesquisa se caracteriza como do tipo qualitativa, que trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2001). Por outro lado, a pesquisa quantitativa se ocupa exclusivamente com a quantificação dos dados, comprovando se uma teoria é válida, ou não, a partir de análises estatísticas (KNECHTEL, 2014).

Figura 4 - Características principais da pesquisa qualitativa.



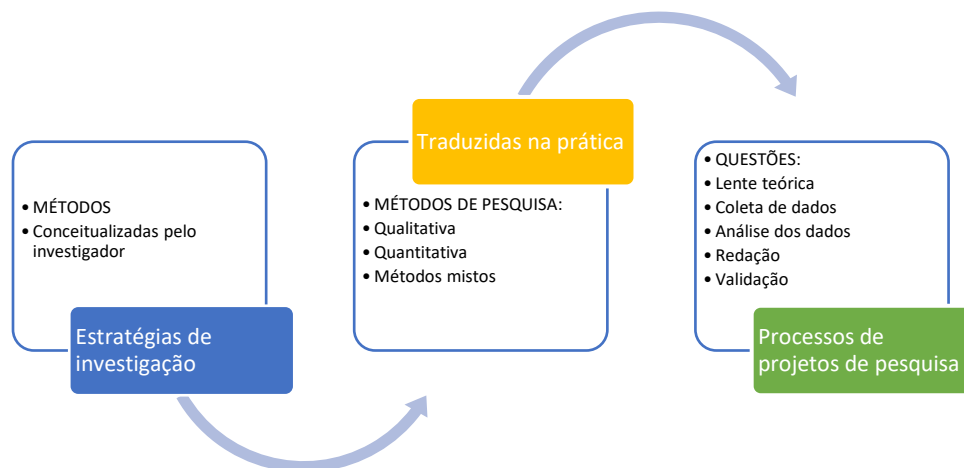
Fonte: Elaborada a partir de Godoy (1995).

Segundo Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Enquanto, no entendimento de Knechtel (2014), a pesquisa quantitativa se preocupa com a quantificação dos dados, comprovando se uma teoria é válida, ou não, a partir de análises estatísticas.

Segundo Gil (1999) o elemento mais importante para o delineamento de uma pesquisa é o procedimento adotado para a coleta de dados. Há dois delineamentos principais: aqueles que empregam as fontes de “papel” (pesquisas bibliográfica e documental); e aqueles cujos dados são fornecidos pelas pessoas (estudo de campo, estudo de caso, pesquisa *ex-post-facto* etc.).

Creswel (2007, p. 21) apresenta três técnicas de pesquisa, a serem avaliadas pelo-pesquisador, observando os três elementos de sua estrutura: as alegações de conhecimento (suposições filosóficas), as estratégias de investigação (procedimentos gerais de pesquisa) e os métodos (procedimentos para coleta de dados, análise e redação). A Figura 5 mostra os elementos técnicos da pesquisa mostrados pelo autor citado.

Figura 5 - Alegações de conhecimento, estratégias de investigação e métodos que conduzem a sistemas e processo do projeto.



Fonte: Adaptado de Creswel (2007, p. 23).

O emprego da técnica do método misto (que soma a pesquisa quantitativa à qualitativa no mesmo estudo) é mais raro que o uso isolado do método quantitativo e qualitativo. E isto porque a ideia de reunir os dois diferentes métodos tem uma provável origem recente, a saber, em 1959, quando Campbell e Fiske usaram métodos múltiplos para estudar a validade das características psicológicas. E encorajaram outros teóricos a empregar seu ‘modelo multimétodo’, valendo-se de técnicas múltiplas de coleta de dados em um estudo. Iniciativa que gerou outros métodos mistos, e logo técnicas associadas a métodos de campo, como observações e entrevistas (dados qualitativos), combinadas com estudos tradicionais (dados quantitativos) (CRESWEL, 2007, p. 32).

4.2 Tipo de Pesquisa Quanto aos Fins

Estudo de perfil descritivo, esta pesquisa prima pela busca de informações para descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade. Coerentemente, para alcançar a compreensão da profusa teia de relações presente nas empresas coletivas agraciadas com o registro da Indicação Geográfica, optou-se pelo método descritivo, por possibilitar a análise, a observação e correlação de acontecimentos sem neles interferir. Considerou-se, também, a sua conveniência, em vista do objetivo ora pretendido se restringir à descrição e análise das características particulares do grupo de unidades de produção da Farinha Uarini, representado por suas Casa-Modelo, e à mensuração proporcional dos empecilhos para a conquista do mercado, com vistas a descobrir a correlação entre as variáveis, conforme sugerido por Mattar (1999).

Triviños (1987, p. 110) atesta que as pesquisas descritivas “exigem do pesquisador uma série de informações sobre o que se deseja pesquisar”. No caso deste estudo, buscou-se, no espaço da Indicação Geográfica conquistada pelo produto Farinha Uarini, conhecer a comunidade constituída por seus produtores rurais – suas gentes, seus traços característicos, seus problemas, seus desafios, sua preparação para o trabalho, seus valores culturais e sociais, que constituem elementos fundamentais também para a compreensão do comportamento dos respondentes dos questionários semiestruturados. Neste sentido, o estudo possibilitou ao pesquisador analisar, observar e correlacionar acontecimentos sem neles interferir. Ocorrida no meio humano, teve como propósito apontar o relacionamento entre os fatos e os registros científicos.

Assim, foi possível, pela descrição, compreender a complexidade das interações sociais expressas no território geográfico investigado e o significado que seus indivíduos dão a essas interações com o seu próprio fazer cultural transformado em produto, por constituir uma abordagem pragmática, interpretativa e fundamentada nas experiências vividas pelos agentes da pesquisa (MARSHAL; ROSSMAN, 1999; CRESWELL, 2003).

Além disso, a abordagem qualitativa da pesquisa está mais ligada com a forma do pesquisador interpretar os processos do comportamento humano, do que com a manifestação metodológica de regras supostamente universais e inquestionáveis. Neste aspecto, esta modalidade, associada ao caráter descritivo de sua finalidade, se ajusta ao problema de pesquisa a ser respondido: Qual o papel da Casa de Farinha Modelo Uarini no contexto da consolidação de uma Indicação Geográfica?

4.3 Tipo de Pesquisa Quanto aos Meios

Quanto ao método de investigação, a presente pesquisa é um estudo de caso – “investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno, ou que dispõe de elementos para explicá-lo” (VERGARA, 2009, p. 43). Entendimento avalizado por Yin (2005), que vê o estudo de caso como um caminho para se fazer pesquisa investigativa de acontecimentos recentes dentro de seu contexto real. Ou seja, de examinar um fenômeno dentro de um determinado contexto (YIN, 2001). Nesta mesma direção, Yin assevera:

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente, quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN, 2001, p. 32).

Por outro lado, Silva (2003, p. 37) atesta que a investigação científica oferece novos conhecimentos, na medida em que a busca por eles é constante e ininterrupta, gerando uma contínua evolução, e nunca o ponto definitivo de chegada.

Partindo desse entendimento, Ponte (2006) vê o estudo de caso como o método indicado, quando se trata de uma investigação que se assume peculiar. Ou seja, quando, deliberadamente, averigua uma situação específica que se supõe única ou especial, considerando certos aspectos, para descobrir o que há nela de mais essencial e característico, com vistas a contribuir para a compreensão global de um certo fenômeno de interesse, muitas vezes multifacetado em particularidades. Neste sentido, defendem Fernandes e Gomes (2003, p. 15): “trata-se do estudo de casos isolados, em que a análise deve ser feita com profundidade, detalhadamente e de forma exaustiva, considerando as influências internas e externas”.

Martins e Lintz (2000) alertam para o risco inerente a este método, no seu entender, presente em contaminações, interpretações e juízos de valor que, eventualmente, podem ocorrer, e que demandam certo cuidado nas análises finais. No entanto, avalizando a importância metodológica do seu perfil investigativo, Maior Filho (1984, p. 146) defende os estudos de caso que, na sua avaliação: “constituem uma das abordagens mais eficazes e fecundas para a descoberta e posterior construção de modelos de processos sociais”, tendo sua utilidade “naturalmente ampliada quando vários instrumentos de coleta de dados primários e secundários são usados em conjunto”.

Método indicado para estudos que exploram um caso específico, típico ou ideal, envolvendo a desafiante proposta de responder satisfatoriamente o problema de pesquisa, o estudo de caso permite ao investigador tratar uma situação-problema com maior profundidade, por possibilitar uma efetiva integração dos dados, sendo, portanto, de grande utilidade, na fase inicial do processo especulativo, quando se busca ampliar o conhecimento do tema. E isto por ser fundamentado no entendimento 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 (GIL, 1999).

Por se tratar de tema pouco pesquisado, em razão da necessidade de informações exploratórias da região de Tefé-AM, sobretudo da produção de caráter tradicional da Farinha Uarini, optou-se pelo método do estudo de caso tanto pela sua abrangência como técnica de pesquisa quanto por sua eficiência como recurso analítico.

4.4 Unidade de Pesquisa, População e Amostragem

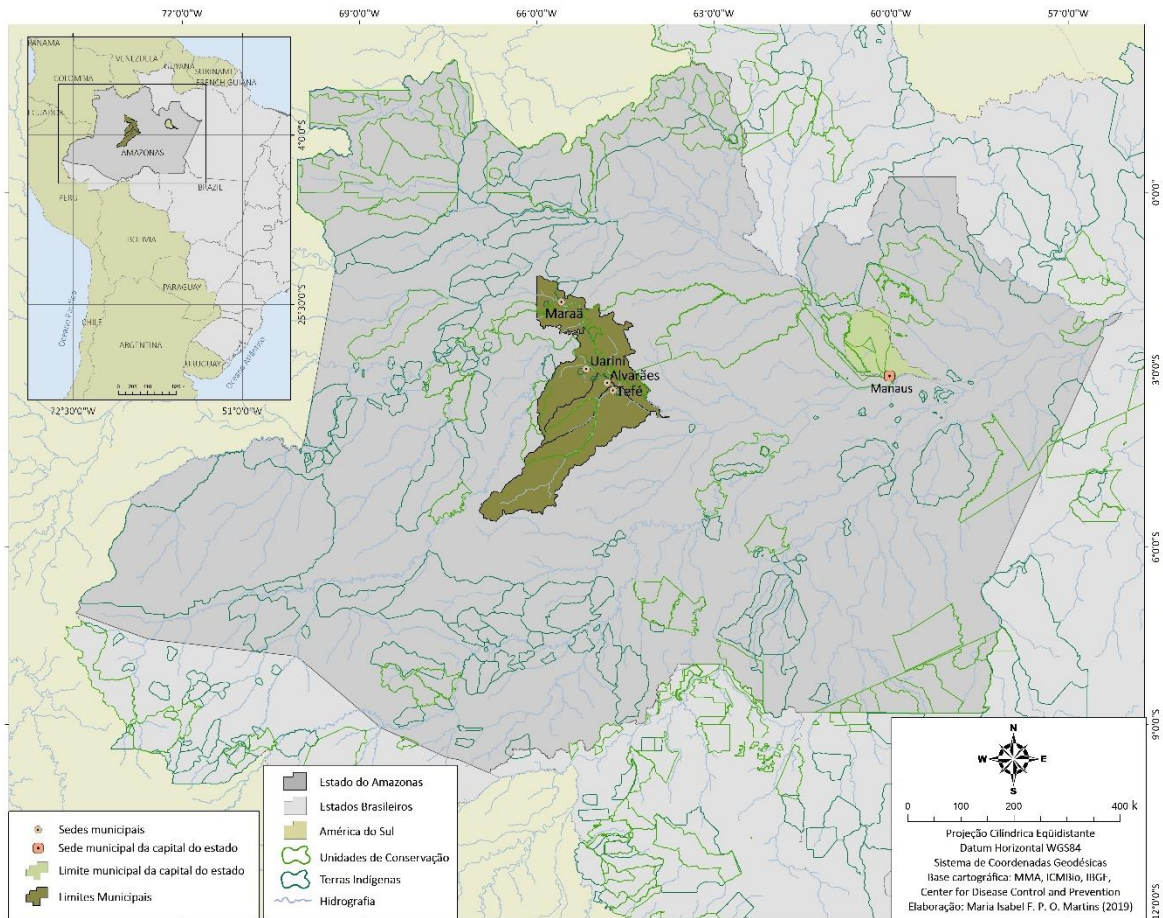
Quatro comunidades integrantes do projeto da Associação de Produtores Agroextrativistas da FLONA Tefé (APAFE) foram agraciadas com a construção da Casa de Farinha Modelo Uarini. Sendo duas do município de Tefé: Santo Antônio do Ipapucu e Tauari. E duas do município de Alvarães: São Francisco do Arraia e São Francisco do Bauana. Neste estudo, por questão de parcimônia, seguindo o tratamento observado *in loco*, as comunidades são denominadas simplesmente: Arraia, Bauana, Ipapucu e Tauari.

Foi escolhido como *locus* da pesquisa o município de Tefé, pelos motivos: (i) o município apresenta um perfil essencialmente rural; e (ii) encontra-se assentado em estrutura fundiária tipificada por pequenas propriedades fundadas no trabalho familiar de perfil agroindustrial, produtoras da farinha Uarini.

A cidade de Tefé – Figura 6 – situada à margem do Rio Solimões, é também banhada pelo lago de mesmo nome, e está localizada na região do Médio Solimões, no Amazonas, distante 525 km de Manaus, acessada apenas por via fluvial, pois destituída de estradas. Sua área territorial é de 23 808 quilômetros quadrados, sendo o quadragésimo oitavo maior município do Brasil

em área territorial e o terceiro do Amazonas.³ Em 2016, Tefé teve sua população estimada pelo IBGE, em 62.230 habitantes, sendo considerada uma cidade importante, por seu papel de pólo econômico, social e de prestação de serviços de municípios vizinhos.

Figura 6 - Delimitação da área de produção da Indicação Geográfica Farinha Uarini: Alvarães, Maraã, Tefé e Uarini no Amazonas.



Fonte: Google Maps, 2019.

Dentre as atividades econômicas desenvolvidas em Tefé, destacam-se a agricultura e a agroindústria da farinha Uarini, sendo esta tal produção de grande importância local, tanto como fator de estímulo do comércio, como principal meio de sobrevivência de muitos trabalhadores, haja vista o peixe/farinha representar a principal fonte de alimentação do povo tefeense, fazendo

³ Segundo lista dos municípios do Amazonas por área ocupada – disponível em: <https://bit.ly/33YRUgr>

parte da cultura da população amazônica, por envolver grande quantidade de pessoas no campo e na cidade (SUSSUMO; MENDES, 2016).

Para realizar a pesquisa de campo, os entrevistados que aceitaram participar do estudo, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice C) no ato da inscrição, respondendo depois aos questionamentos. Os documentos assinados pelos respondentes encontram-se arquivados, e não serão anexados à tese, em razão da garantia de sigilo demandada pela pesquisa. Apenas o modelo do TCLE utilizado encontra-se disponível para leitura.

Durante a execução da pesquisa de campo, apesar de todos os entrevistados terem sido orientados sobre o seu direito de não responder a questões por qual motivo fosse, sem receber tratamento diferenciado por parte da pesquisadora, pois o seu posicionamento seria respeitado incondicionalmente, apenas um deles, classificado como Agente-Chave, usou da prerrogativa em algumas questões, por não se sentir confortável durante a entrevista semiestruturada (Apêndice B). O gravador foi utilizado em entrevista aberta e outros procedimentos no campo, com o material colhido sendo posteriormente transcrito para análise de conteúdo e tabulação de dados.

Cabe destacar que, embora algumas questões constem no Questionário (Apêndice A) ou no Roteiro de Entrevista (Apêndice B), a pedido de um produtor da farinha Uarini, dos mais atuantes e preocupado com os desdobramentos da pesquisa, suas respostas ficaram de fora dos resultados e de sua análise, porque o mesmo argumentou que a forma como se produz a farinha Uarini era um dos conhecimentos mais valiosos, e sendo a sua produção uma fonte de renda da maioria dos agricultores da região, não poderia permitir que constasse na pesquisa o “pulo do gato”, em suas palavras, para não forjar uma concorrência de produtores externos da região delimitada pela IG farinha Uarini. O que foi acatado prontamente pela pesquisadora. No entanto, as questões que, de alguma forma, constam no Caderno de Especificação Técnica (INPI, 2019a) foram mantidas, por fazerem parte da publicação e, portanto, serem de domínio público.

4.5 Procedimentos Metodológicos

Na fase inicial do estudo, buscou-se embasamento e conhecimento do tema através de investigação bibliográfica e documental, incluindo as subtemáticas direta ou indiretamente ligadas à teoria e metodologia de pesquisa, de forma a reunir informações que, posteriormente, apoiaram as análises e discussões propostas.

4.5.1 Levantamento das Informações Primárias

A pesquisa bibliográfica consistiu na análise de documentos de domínio científico em livros, periódicos, ensaios teóricos, anais de congresso e artigos científicos. Quanto à pesquisa documental, realizou-se uma coleta de informações em relatórios, reportagens jornalísticas, revistas, cartas, filmes, áudios, fotografias, dentre outras fontes. A principal diferença nesta etapa do estudo reside na natureza das fontes, dado que a pesquisa bibliográfica remete às contribuições de diferentes autores sobre o tema, atentando para as fontes secundárias. Ao passo que a pesquisa documental concentrou-se nos materiais que não receberam tratamento analítico, e que, por constituírem fontes primárias, exigiram uma atenção mais minuciosa do pesquisador (OLIVEIRA, 2007).

Defende-se que a pesquisa bibliográfica e a análise documental constituem métodos integrados e complementares. Ou seja, tanto os dados secundários quanto os primários são de vital importância para a elaboração de pesquisas científicas. E mais especificamente, quando envolve estudo de caso, o uso combinado dessas técnicas são imprescindíveis para alcançar os objetivos pretendidos (NEVES; CONEJERO, 2012), como ocorre com esta pesquisa.

4.5.2 Levantamento de Informações Secundárias

Inicialmente, com base nos dados de censos demográficos e agropecuários, buscou-se avaliar a realidade da região em publicações sobre a produção agrícola municipal e regional e, por extensão, em estudos sobre a região e a Farinha Uarini. Os dados levantados atuaram como complemento relevante na elaboração do histórico da região. Embora considerados importantes em virtude da coleta sistemática, amplitude de cobertura e diversidade das variáveis, a pesquisa nas fontes citadas não constituíram a única ferramenta para o levantamento de informações, em

vista de algumas distorções detectadas nas informações censitárias, ocorrência comum no caso de pequenas amostras. Porém, esta etapa foi fundamental para a escolha dos procedimentos metodológicos de pesquisa de campo.

4.5.3 Levantamento de Informações Primárias de Caráter Documental

Outras informações foram obtidas em órgãos governamentais como o Governo do Estado do AM, Secretaria Municipal de Produção da Prefeitura de Manaus, Ministério da Agricultura (MA), INPI, órgãos não governamentais como o SEBRAE, e as entidades: Associação de Produtores de Farinha de Mandioca da Região de Uarini (APRU), Associação de Produtores Agroextrativistas da FLONA Tefé (APAFE), Associação de Produtores Indígenas da Aldeia Miratu (APIAM), Associação de Moradores e Usuários da RDS Mamirauá Antônio Martins (AMURMAM) etc., e também em jornais de circulação regional e nacional. E alguns itens de pesquisa específicos foram ofertados pela própria população objeto desta investigação científica.

4.6 Instrumentos de Coleta de Dados

Este estudo teve a entrevista semiestruturada como principal instrumento de coleta de dados, seguindo o entendimento de Trivinos (1987), ao defender que a entrevista é o principal meio de colher informações em pesquisas qualitativas. Objetivando o levantamento de informações e concepções dos respondentes sobre o tema em questão, o questionário visou identificar a influência dos traços culturais oriundos do *modus operandi* dos trabalhadores envolvidos no processo de produção da Farinha Uarini, objeto deste estudo.

No entendimento de Silva (2003, p. 69), a entrevista é “uma forma de comunicação verbal entre duas ou mais pessoas com um grau de estruturação previamente definido”. Seu objetivo está na validação de fenômenos, sendo uma ferramenta importante para pesquisas ou diversas outras finalidades. Apresenta como vantagens a flexibilização na elaboração de perguntas, maior sinceridade de expressão e registros imediatos.

Neste contexto, Oliveira *et al.* (2003, p. 68) apontam a entrevista como uma técnica de pesquisa e coleta de dados de muita importância. Para Martins e Lintz (2000), seu principal objetivo é

entender e interpretar os significados que os entrevistados dão às perguntas, seu contexto ou situações. Neste estudo, a entrevista foi planejada e elaborada, considerando as prioridades do entrevistado de local, data e hora.

Sendo assim, a entrevista conduzida por um roteiro de questões abertas foi a técnica metodológica utilizada para a coleta de dados, por permitir e assegurar a captação instantânea da informação desejada. Segundo Ludke e André (1986), a entrevista ganha vida através da criação do diálogo entre o entrevistador e o entrevistado.

O questionário foi constituído de itens relativos à produção da farinha Uarini, acrescidos dos dados de saúde e ocupação laboral dos agricultores, sendo inicialmente aplicado, no mês de junho/2019, a quatro produtores usuários das Casas de Farinha Modelo Uarini, das comunidades de Ipapucu, Bauana, Arraia e Tauari.

O questionário foi constituído de itens relativos à produção da farinha Uarini, acrescidos dos dados de saúde e ocupação laboral dos agricultores, sendo inicialmente aplicado, no mês de junho/2019, a quatro produtores usuários das Casas de Farinha Modelo Uarini, das comunidades de Ipapucu, Bauana, Arraia e Tauari. Esta primeira amostragem foi intencional, por esses respondentes terem sido selecionados para avaliar o novo local de produção, considerando a sua proposta de higienização, já que se tratava do “Projeto Piloto”.

Durante a coleta de dados primários e secundários, observou-se que a casa de farinha objeto da pesquisa recebia vários nomes. Tais como: Nova casa de farinha, casa de farinha higienizada/higiênica, casa de farinha modelo/melhorada/piloto, nova “barraca”, nova “cozinha”. Assim, na tese optou-se em dar o nome de “Casa de Farinha Modelo Uarini”. Visto que a mesma foi concebida pelos agentes chave e produtores para a realidade específica da farinha Uarini.

Assim, a primeira parte do questionário foi respondida na atividade inicial do Projeto Piloto da “Casa de Farinha Modelo Uarini”, das quatro casas, para avaliar as suas condições de higiene, quando todos os usuários tiveram a oportunidade de falar, tanto para elogiar quanto criticar. E isto depois de serem conscientizados de que aquele modelo de Casa de Farinha seria replicado em outras comunidades. Por isso, a opinião deles, após vistoriar a casa, era de suma importância, pois detentores de um conhecimento que os credenciava a avaliá-la criticamente. O objetivo, a partir da opinião balizada desses produtores, foi conhecer os defeitos e problemas

por eles identificados, para que fossem sanados, evitando a sua reincidência na construção das futuras Casa de Farinha Modelo Uarini.

4.6.1 Entrevistas Semiestruturadas – Pesquisa Qualitativa

As entrevistas semiestruturadas ou diretivas (Apêndice B) foram aplicadas em junho/2019 a produtores de Farinha Uarini da região da FLONA Tefé e aos agentes-chave da IG Farinha Uarini. Depois da aprovação do projeto pelo Comitê de Ética da pesquisa, seleção dos respondentes da amostra de estudo foi realizada, inicialmente, por meio de convite aos participantes de um grupo informal da rede social WhatsApp intitulado *Entidades Parceiras*, organizado pelo SEBRAE Tefé, para tratar de assuntos relevantes da região do Médio Solimões-AM, que reúne produtores rurais, extrativistas, pescadores, instituições e agentes públicos. Dentre os vários temas abordados pelo grupo, a Indicação Geográfica figura como recorrente.

Também foram selecionadas pessoas da região não-participantes do referido grupo, mas pelo critério de acessibilidade, em vista das viagens desta pesquisadora a municípios como Uarini e Alvarães. Por questões de restrição orçamentária e dificuldade de acesso ao município, Marãã não participou desta pesquisa. Assim, selecionou-se uma amostra aleatória simples de 15 produtores agentes-chave.

A entrevista, no seu todo, explorou questões ligadas à Indicação Geográfica (a reputação, o saber-fazer, a qualidade e tipicidade da Farinha Uarini e o caderno de normas técnicas). O objetivo foi captar como os atores envolvidos (associados ou não) percebem a IG – assunto mais discutido nas reuniões dos produtores e instâncias produtivas diversas. Objetivou-se, também, avaliar a higienização da Casa de Farinha Modelo Uarini como fator decisivo para a conquista da IG.

4.6.2 Questionário Direcionado aos Produtores Usuários das Casas de Farinha Modelo Uarini – Pesquisa Quantitativa

Muitas perguntas do questionário de pesquisa se referiram à APRU e ao processo coletivo impulsionado pelos produtores da Farinha Uarini, visando respostas sobre a motivação e

participação de cada um na entidade, o interesse ligado à IG, como se beneficiam do ativo, e suas opiniões sobre o processo da pesquisa, identificando vantagens e desvantagens, pontos fortes e fracos.

Parte das entrevistas ocorreu junto com a aplicação do questionário – conformado por questões oriundas da visita desta pesquisadora a algumas comunidades de produtores de Farinha Uarini, com os quais estabeleceu conversas informais. O que possibilitou a caracterização dos produtores e a identificação da diversidade do conjunto de entrevistados, levando à sua divisão em grupos, para fins de análise.

Uma questão da entrevista que buscou resposta também no questionário, referiu-se aos aspectos que os produtores e agentes-chave veem e valorizam na produção da Farinha Uarini. Ou seja: Como a fama e notoriedade contribui para majorar o valor agregado no produto farinha Uarini? Buscou-se constatar, se eles são capazes de perceber tal particularidade.

4.7 Técnica de Análise de Dados

As questões mais relevantes foram analisadas e agrupadas em categorias, por meio da análise de conteúdo – a metodologia apropriada para a análise de discursos extremamente diversos (BARDIN, 2006), por seguir o esquema de unificação (COOPER; SCHINDLER, 2003). A primeira unificação proposta foi o uso de categorias *a priori*, desenvolvido com base na revisão de literatura pautada na análise de artigos. Também foram criadas categorias *a posteriori*, que permitiram maior detalhamento da categorização inicial e aglutinação da natureza e efeitos atribuídos fundamentalmente à Identidade Geográfica.

Ao ser estruturada pela análise do conteúdo, as informações são organizadas por categorização, numa operação de classificação de elementos semelhantes de um conjunto, passíveis de serem agrupados por possuírem características comuns. Tal classificação se dá, primeiramente, com um inventário onde são isolados os elementos analisados, posteriormente classificados e repartidos e/ou organizados em categorias (BARDIN, 2006).

A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição do conteúdo de uma comunicação de forma objetiva, sistemática e quantitativa (OLIVEIRA, 2007; BARDIN, 2006). Utilizada nas Ciências Humanas e Sociais, é destinada à investigação de

fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa, ocupando-se, basicamente, com a análise de mensagens (GONÇALVES, 2016).

Bardin (2006, p. 42) conceitua a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que visa obter – por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens –, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

Para Gonçalves (2016, p. 278), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações baseada no rigor do método, como forma de não se perder a heterogeneidade de seu objeto. Ela deve ser sistematizada, para conferir maior objetividade à pesquisa de textos.

Por sua vez, Silva e Fossá (2013, p. 2) definem a análise de conteúdo como “uma técnica de análise das comunicações, que analisa o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador”. Ao se analisar o *corpus* do material, busca-se classificá-lo em temas ou categorias que auxiliem na compreensão do que está implícito no discurso. As fontes de dados utilizadas pela análise de conteúdo são as mais variadas, como notícias de jornais, discursos políticos, cartas, anúncios publicitários, relatórios oficiais, entrevistas, vídeos, filmes, fotografias, revistas, relatos autobiográficos etc.

A análise de conteúdo transita entre o rigor da objetividade e a riqueza da subjetividade. É uma técnica refinada e exige do pesquisador disciplina, dedicação, paciência e tempo (SILVA; FOSSÁ, 2013; MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Envolve, ainda, certo grau de intuição, imaginação e criatividade, especialmente na definição das categorias de análise. Nesse sentido, a técnica tem como propósito ultrapassar o senso comum do subjetivismo e alcançar o rigor científico necessário.

Segundo Bardin (2006) e Gil (1999), a análise de conteúdo pode ser organizadas em três fases ou etapas: (i) pré-análise (sistematização das ideias iniciais); (ii) exploração do material; e (iii) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Outra característica a destacar é o seu emprego tradicional no exame de textos escritos, geralmente os produzidos para pesquisas como, por exemplo, as transcrições de entrevista e os protocolos de observação. A partir do conteúdo do *corpus* textual, o pesquisador estabelece categorias para a sua interpretação (GONÇALVES, 2016, p. 294).

A análise de conteúdo foi empregada, inicialmente, na pesquisa quantitativa, orientando-se pelo paradigma positivista, tendo por primazia a objetividade e a quantificação. Posteriormente, este método analítico passou a ser incorporado com outros enfoques, englobando, cada vez mais, as pesquisas de cunho qualitativo.

Segundo Mozzato e Grzybovski (2011), trata-se de uma técnica de análise de dados rica e com grande potencial para o desenvolvimento teórico no campo da Administração, principalmente nos estudos de abordagem qualitativa. A análise de conteúdo é ainda considerada pelos autores uma técnica híbrida, como considerado por outros teóricos, que atestam que o seu papel nas abordagens qualitativas (presença ou ausência de determinada característica de conteúdo) e quantitativas (frequência com que surgem certas características do conteúdo) adquire natureza complementar, por agregar validade e confiabilidade à pesquisa.

Portanto, a análise de conteúdo constitui uma metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar determinado conteúdo. Ajuda a reinterpretar as mensagens e a estender a compreensão de seus significados, indo além de sua simples leitura. Assim sendo, é influenciada pela percepção do pesquisador em relação aos dados estudados, o que torna improvável a leitura neutra do conteúdo em estudo.

Além de explicar e sistematizar o conteúdo da mensagem e o significado desse conteúdo, este método analítico leva o pesquisador a deduções lógicas e justificadas, referenciando a origem da mensagem (quem emitiu), o seu contexto os seus efeitos (OLIVEIRA *et al.*, 2003). Segundo Bardin (2006, p. 41), a leitura efetuada pelo pesquisador não é unicamente a “letra”, mas, sobretudo, o sentido que se encontra no conteúdo analisado.

O objetivo dessa técnica de pesquisa é assinalar e classificar, de maneira exaustiva e objetiva, todas as unidades de sentido existentes no texto, a fim de apontar suas principais regularidades. Desse modo, o pesquisador busca fornecer indicadores úteis aos objetivos da pesquisa, para poder interpretar os resultados obtidos, relacionando-os ao próprio contexto de produção do documento e aos objetivos de quem o elaborou (OLIVEIRA *et al.*, 2003, p. 6).

A definição das categorias é uma etapa importante da análise de conteúdo, porque sua qualidade depende do seu sistema de categorias. A categorização gera classes que reúne o grupo de elementos formador da unidade de registro (OLIVEIRA *et al.*, 2003), onde se busca um conjunto de elementos com significado possível de ser percebido pelo método, para ser

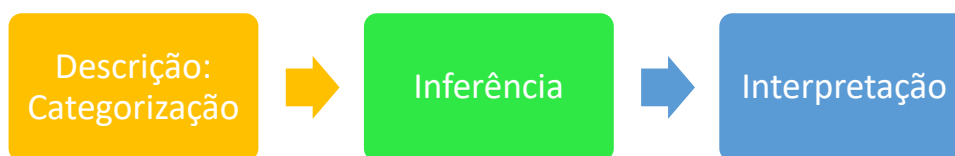
transformado em um indicador de frequência, a ser detectado por justaposições que o programa buscar identificar (FARIA, 2015).

Bardin (2006) explica que a caracterização ocorre após a codificação, que consiste na

Classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos. As categorias, são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos [...] sob um título genérico, agrupamento esse efectuado em razão dos caracteres comuns destes elementos (Bardin, 2006, p. 117).

Segundo entendimento de Meireles e Cendón (2010), as etapas da análise de conteúdo podem ser resumidas conforme exposto na Figura 7.

Figura 7 - Etapas da análise de conteúdo



Fonte: Meireles e Cendón (2010, p. 79).

Os critérios de escolha das categorias são determinados pelos temas relacionados ao objeto de pesquisa e identificados nos discursos dos sujeitos pesquisados. De acordo com Silva e Fossá (2013, p. 4), a análise de conteúdo compreende as fases: (i) leitura geral do material coletado (entrevistas e documentos); (ii) codificação para formulação de categorias de análise; (iii) recorte do material em unidades de registro (palavras, frases, parágrafos) comparáveis e com o mesmo conteúdo semântico; (iv) estabelecimento de categorias que se diferenciam, tematicamente, nas unidades de registro; (v) agrupamento das unidades de registro em categorias comuns; (vi) agrupamento progressivo das categorias (iniciais → intermediárias → finais); e (vii) inferência e interpretação, respaldadas no referencial teórico.

Em resumo, a análise de conteúdo busca extrair o sentido de um texto por meio de unidades elementares (palavras-chave, léxicos, categorias e temas), para identificar a frequência ou a constância dessas unidades, com o intuito de se fazer inferências e extrair os significados contidos no texto, a partir de indicadores objetivos (GONÇALVES, 2016). Nesse tipo analítico, o texto é analisado conforme considerações subjetivas acerca do tema, de acordo com o interesse do pesquisador. Dessa forma, como o trabalho de pesquisa depende fundamentalmente

de sua visão pessoal, tal característica implica em uma das limitações da abordagem qualitativa. No Quadro 6, a síntese da teoria de Bardin (2006).

Quadro 6 - Síntese da abordagem metodológica do estudo

Estratégia de Pesquisa	
Questão de pesquisa	Qual o papel da Casa de Farinha Modelo Uarini no contexto da consolidação de uma Indicação Geográfica?
Objetivo geral	Analisar a Indicação Geográfica da Farinha Uarini como instrumento de contribuição no plano da emergência de novas configurações de cadeias produtivas, de forma a adentrar o espaço de sua produção tradicional, a partir das novas condições mercadológicas com a obtenção da IG.
Métodos de coleta de dados	1ª Fase
	2ª Fase
Métodos de tratamento e análise dos dados	

Fonte: Elaborado pela Autora.

Por último, foram criados quadros de derivação da categoria final de conteúdo a partir do levantamento de categorias iniciais, presentes nas entrevistas, na identificação de suas ideias-chave e, por fim, da elaboração das categorias finais (SARAIVA *et al.*, 2015). Por questão de parcimônia, foram escolhidos apenas alguns trechos das entrevistas para serem transcritos na tese, aqueles que foram considerados mais representativo. Embora possam haver outras falas que tratam do mesmo assunto em outras entrevistas.

4.8 Projeto Casa de Farinha Modelo UARINI

Os investimentos no projeto incluíram a construção de quatro casas de farinha com estrutura higienizada, fornos com chaminé e materiais para prensa e preparo da massa da mandioca, para efeito de produção da farinha Uarini, nas condições ideais de garantia da qualidade do produto e bem-estar dos trabalhadores. E além da estrutura física, um plano de capacitação dos produtores em elaboração e gestão de projetos sociais, com cursos de boas práticas de produção na Casa de Farinha Modelo Uarini. O mesmo investimento, decorrente dessa parceria público-privada do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Fundação

Amazonas Sustentável (FAS), contemplou outros 16 projetos de “renda sustentável”, por meio de chamada pública do Edital 2017/01 “Floresta em Pé” (BNDES, 2017; FAS, 2017).

Os recursos do Edital, provenientes do “Programa Bolsa Floresta (+): redução do desmatamento por meio do associativismo, renda sustentável e monitoramento de resultados socioeconômicos” apoiado pelo Fundo Amazônia/BNDES, por meio da Fundação Amazonas Sustentável – FAS, somaram o total de R\$ 2.500.000 (dois milhões e quinhentos mil reais), na forma não-reembolsável, a saber: a organização contemplada recebe os recursos e não precisa devolver o valor recebido, desde que o projeto seja integralmente executado, observando o orçamento apresentado e as demais obrigações estabelecidas no contrato de colaboração financeira não reembolsável firmado entre a organização e a FAS. O valor máximo do apoio das propostas, até o ano de 2017, foi de R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) para cada proposição selecionada (BNDES e FAS, 2017). A partir de 2019, informações oficiais sobre o projeto foram excluídas do Google pelo Governo Federal, o que pode sugerir a sua prematura extinção.

A Fundação Amazonas Sustentável (FAS) é uma organização brasileira não governamental sem fins lucrativos, cujo objetivo é promover ações de conservação ambiental, desenvolvimento sustentável e melhoria de qualidade de vida de populações tradicionais que vivem em Unidades de Conservação, em cooperação estratégica com a Secretaria do Meio Ambiente do Amazonas (SEMA-AM) e apoio do Fundo Amazônia, Samsung, Bradesco e Coca-Cola Brasil (SEMA, 2017).

A Floresta Nacional de Tefé (FLONA) foi criada em 10 de Abril de 1989, pelo Decreto nº 97.629, e perfaz uma área de 1.020.000 hectares. Entre suas particularidades estão a grande área verde de floresta tropical nativa, que conserva uma gigantesca biodiversidade. Dentro e no entorno da unidade vivem mais de 900 famílias (3.600 pessoas) agrupadas em 99 comunidades/localidades que se distribuem ao longo das margens dos três rios: Tefé, Bauana e Curunitá de Baixo. Comunidades que contribuem para a conservação e preservação da flora e fauna, ou seja, das espécies que habitam a Unidade de Conservação (SUERTEGARAY, 2016).

A FLONA de Tefé é uma unidade de conservação protegida e administrada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade – ICMBio, subordinado ao Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis – IBAMA (SUERTEGARAY, 2016).

Cabe destacar que Arraia e Bauana são comunidades da FLONA, e que Ipapucu e Tauari nela se enquadram como pertencentes ao seu entorno. Portanto, essas comunidades constituem uma Unidade de Conservação de Uso Sustentável (UCUS), que abrange os municípios de Tefé, Alvarães, Jurua e Carauari, todos pertencentes ao Estado do Amazonas (SUERTEGARAY, 2016).

O reconhecimento do direito das populações tradicionais de continuarem ocupando seus territórios, ou seus lugares, está condicionado à sua participação nos processos de gestão dos recursos naturais, de bases reconhecidas como sustentáveis. Ou seja, na participação ativa do Plano de Gestão, que deve ser construído de forma conjunta com as populações residentes nas UCUS e nas áreas do entorno. Assim, os direitos dessas populações foram incorporados, e preveem que essas famílias sejam envolvidas nas atividades de gestão de todos os territórios considerados Reserva de Desenvolvimento Sustentável (RDS) e, com isso, que se garantam tanto as condições e os meios necessários à satisfação de suas necessidades materiais, sociais e culturais, quanto o uso sustentado dos recursos naturais (MOURA, 2016).

Esses povos tradicionais que vivem na FLONA de Tefé são chamados também de ribeirinhos, e são formados na sua maioria por indígenas, afrodescendentes e migrantes nordestinos. Dentre os migrantes nordestinos, o maior grupo é proveniente do Estado do Ceará, e pertence à corrente migratória do auge do ciclo da borracha, ocorrida entre 1890 e 1910. Posteriormente, na década de 1940, migraram para a região como “soldados da borracha”, pois pertencentes a uma legião de homens sob as ordens de seringalistas que serviam aos coronéis da extração da borracha na Amazônia (SUERTEGARAY, 2016), num esforço de guerra sem precedentes, para produzir borracha para os Aliados, durante a Segunda Guerra Mundial.

Arraia fica dentro da FLONA, na divisa entre os municípios de Alvarães e Tefé, sendo relativamente mais próxima de Tefé – aproximadamente 40 minutos de barco. Saindo de Alvarães, há duas formas de chegar à comunidade: direto de barco próprio leva cerca de 30 minutos; ou 15 minutos saindo de carro ou moto-taxi pela estrada parcialmente asfaltada até a comunidade do Nogueira, e dali em diante mais 10 minutos em um barco mantido pela associação dos barqueiros. O acesso pela água representa a forma mais comum e econômica de mobilidade de Alvarães para Tefé e outras comunidades. Arraia é relativamente povoada para os padrões locais, possuindo aproximadamente 200 moradores, em torno de 24 famílias, assistidas por uma escola municipal e um posto de saúde. A Casa de Farinha Modelo Uarini

fica a apenas três minutos da parte central da comunidade. No dia da coleta de dados, a comunidade estava cheia, por causa da campanha de vacinação realizada pela prefeitura de Alvarães.

Figura 8 - Vista parcial da comunidade de São Francisco do Arraia – Alvarães-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 9 - Vista frontal da Casa de Farinha Modelo Uarini de Arraia – Alvarães-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Bauana é uma comunidade peculiar dentro da FLONA, situada na divisa de Tefé com Alvarães. Fica aproximadamente uma hora de barco saindo de Tefé, sendo a comunidade pesquisada mais distante. Seus moradores são na sua maioria descendentes de quilombolas. E foi nessa comunidade que foram realizados os primeiros cursos de boas práticas de produção de farinha, utilizando o forno ecológico com chaminé, mas ainda numa construção tradicional da Casa de Farinha. Segundo o presidente da Associação de Moradores de Bauana, a comunidade é formada por 40 famílias, conformando o total de 180 residentes. A Casa de Farinha Modelo Uarini fica próxima da comunidade. No período da seca, pode-se alcançá-la em apenas 5 minutos de caminhada, e na época das cheias é preciso atravessar de canoa uma parte do trajeto.

Figura 10 - Vista frontal da comunidade de São Francisco do Bauana – Alvarães-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 11 - Vista lateral da Casa de Farinha Modelo Uarini de Bauana – Alvarães-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Ipapucu é a comunidade mais próxima de Tefé – situada no entorno da FLONA. No período da cheia, com aproximadamente 15 minutos de barco/voadeira, dependendo da potência do motor, chega-se a Tefé. E em torno de trinta minutos, no período da vazante do rio, pois é preciso dá uma volta maior para alcançar a comunidade, de formação recente, pois com apenas de 10 anos de existência. Por isso, é também menor em número de famílias residentes, em torno de sete, totalizando cerca de 45 pessoas entre adultos e crianças, segundo o presidente da Associação de Moradores. Foi a primeira a receber a Casa de Farinha Modelo Uarini, que fica bem próxima da comunidade, pois apenas 3 minutos de caminhada.

Figura 12 - Vista frontal da comunidade de Santo Antônio do Ipapucu – Tefé-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 13 - Vista frontal da Casa de Farinha Modelo Uarini de Ipapucu – Tefé-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Tauari fica no entorno da FLONA. Chega-se lá em mais ou menos 2 horas, saindo de Tefé. Em vista da pequena população, poucas são as casas e os moradores: cerca de 74 moradores, totalizando 20 famílias, segundo o presidente da Associação de Moradores, que também é agente de saúde na comunidade. Foi durante as escavações para a construção da escola, da qual a comunidade ainda não dispõe, que foi encontrado um sítio arqueológico, ainda em estudo para catalogação. A comunidade está inserida no projeto de turismo em bases comunitárias, responsável pela realização do passeio nas trilhas, que termina na Casa de Farinha Modelo Uarini.

Figura 14 - Vista frontal da comunidade de Tauari – Tefé-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 15 - Vista lateral da Casa de Farinha Modelo Uarini de Tauari – Tefé-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Figura 16 - Turistas em bases comunitárias de Tauari – Tefé-AM



Fonte: Acervo pessoal.

Por ocasião da coleta de dados, a comunidade tinha recebido a casa em período inferior a um mês, e só tinha feito uma produção de farinha para efeito de teste, mas pretendia iniciar a produção seriada no mês seguinte, ou seja, dentro da previsão de colheita da mandioca na roça. Um detalhe importante é que a Casa de Farinha Modelo Uarini é relativamente afastada da comunidade, estando próxima do igarapé que dá nome à comunidade: Tauari. É possível alcançá-la em aproximadamente 25 minutos, caminhando pela trilha. Ou de barco durante a cheia, em apenas 15 minutos.

5 A FARINHA UARINI

Figura 17 - IG da Farinha Uarini



Fonte: Revista de Propriedade Industrial n° 2538 – INPI (2019).

Parte integrante desse universo em permanente construção conhecido como agroindústria familiar rural e subproduto da lendária planta tuberosa da família das *Euphorbiaceae*, a farinha de mandioca, também conhecida como *macaxeira* e *aipim*, é feita com a raiz desidratada em um processo de produção oriundo de com técnica herdada da cultura indígena. Não há consenso entre os especialistas, acerca de sua origem (CREPALDI, 1992), embora achados arqueológicos indiquem que a mandioca tem seu uso no continente americano a mais de 7.000 anos (SILVA, 1996).

5.1 A Cultura da Farinha de Mandioca

A palavra *mandioca* tem origem no idioma tupi – *mãdi'og*, *mandi ó* ou *mani oca* – etimologia resultante da união dos vocábulos *mãdi* (o nome da criança) e *og* ou *oka* (casa do índio). A mandioca – *Manihotesculenta* Crantz, – é considerada a mais brasileira de todas as plantas de potencial econômico, dada a sua ligação com o desenvolvimento histórico, social e econômico do povo. Amplamente plantada pelos indígenas, a partir do século XVI, pela ocasião da colonização portuguesa e espanhola no continente americano, essa cultura foi disseminada nas suas demais colônias da África e Ásia (CONCEIÇÃO, 1983).

A grande difusão da cultura da mandioca deve-se, principalmente, ao valor calórico da raiz, às suas inúmeras utilizações e ao seu rendimento que, juntos, impulsionam o interesse por difundir-la como alimento essencial, mas, também, por sua capacidade em adaptar-se a variadas condições de clima e solo, sendo classificada como planta “rústica”. Também é valorizada por sua capacidade de regeneração após dano físico ou ambiental (CONCEIÇÃO, 1987).

Há várias lendas indígenas sobre a origem da mandioca, chamada de *pão da terra* nas comunidades indígenas e caboclas. Em todas elas, é constante a ideia de que se trata de uma dádiva divina, tal a sua importância para a sobrevivência de todos (EMBRAPA, 2003). Uma das mais conhecidas conta a história que a filha de um chefe indígena teria engravidado de maneira misteriosa (ZÉTOLA, 2008):

O chefe quis punir o autor da desonra de sua filha pela ofensa que sofrera o seu orgulho e, para saber quem ele era, empregou rogos, ameaças e, por fim, castigos severos. Tanto diante das ameaças como diante dos castigos a moça permaneceu inflexível, dizendo que nunca tinha tido relação com homem algum. O chefe decidira matá-la, quando lhe apareceu em sonho um homem branco, que lhe disse para não matar a moça, porque ela era realmente inocente, e não tinha tido relação com homem. Decorridas nove luas, ela deu à luz uma menina lindíssima e muito branca, causando este último fato a surpresa não só da tribo como dos povos vizinhos, que vieram visitar a criança, para ver aquela nova e desconhecida raça. A criança, que teve o nome de Mani e que andava e falava precocemente, morreu ao cabo de um ano, sem ter adoecido e sem dar mostras de dor. Foi enterrada dentro da própria casa, segundo o costume do povo. Ao cabo de algum tempo, brotou da cova uma planta que, por ser inteiramente desconhecida, deixaram de arrancar. A planta cresceu até um dia em que se abriu uma fenda na terra, revelando tribo alvas e fortificantes raízes no lugar da menina morta. A casa (oca, em tupi-guarani) de Mani, Mani-oca, seria a origem do nome da raiz (ZÉTOLA, 2008, p. 9).

Em relação aos registros históricos da mandioca, um dos mais importantes data “dos descobrimentos”, na carta de Pero Vaz de Caminha destinada ao Rei de Portugal D. Manuel I. Essa carta, considerada o primeiro documento histórico do Brasil, é datada de 1 de maio de 1500. Nela, Pero Vaz de Caminha relata, entre outras coisas, que a base da alimentação dos índios era um tipo de ‘inhame’, que lhes dava muita energia, sendo que o tal inhame era a mandioca:

Eles não lavram nem criam. Nem há aqui boi ou vaca, cabra, ovelha ou galinha, ou qualquer outro animal que esteja acostumado ao viver do homem. E não comem senão deste inhame, de que aqui há muito, e dessas sementes e frutos que a terra e as árvores de si deitam. E com isto andam tais e tão rijos e tão nédios que o não somos nós tanto, com quanto trigo e legumes comemos (CASCUDO, 2004, p. 92).

Outro documento histórico relevante, assinado pelo explorador Hans Staden, traz o seu relato do período de nove meses, no ano de 1549, em que ficou prisioneiro dos índios Tupinambás,

habitantes costa brasileira. Nesse ínterim, ele conviveu com esses bravos índios que, inclusive, eram canibais, e esteve, por algumas vezes, na iminência de ser devorado. Porém, para sua sorte, isso não se concretizou, por causa da uma série de trapalhadas dignas de uma comédia. Antes de ser resgatado, Hans conviveu e aprendeu sobre seus costumes, forma de organização social e militar e alimentação, ofertando uma importante contribuição à posteridade, especificamente, sobre a mandioca. O explorador descreveu: nos lugares em que os nativos plantam a raiz, primeiro derrubam as árvores e as deixam secando por um período aproximado de três meses; depois ateam fogo e, só então, plantam, entre os troncos das árvores, a raiz que lhes servia de alimento, ao qual deram o nome de “mandioca” (STADEN, 1974). E o desbravador descreveu, ainda, o processo rudimentar de fabricação da farinha:

Preparam a mandioca de três modos. Primeiro: trituram sobre uma pedra as raízes totalmente, em pequenos grumos, extraindo o suco com uma pedra, feita de casca de palmas e chamada tipití. Deste modo se torna seca a massa, que depois passa numa peneira. Da farinha fazem bolos fininhos. A vasilha na qual secam e torram sua farinha é feita de barro queimado e tem a forma de uma grande travessa. Segundo: tomam as raízes frescas, deitam-nas água, deixando-as aí apodrecer; retiram-nas então e secam-nas na fumaça sobre o fogo. Chamam a essas raízes secas carimã. Conservam-se por muito tempo. Quando os selvagens querem utilizá-las, esmagam-nas em um almofariz de madeira. Isto dá uma farinha branca. Com elas fazem bolos que se chamam beijús” (STADEN, 1974, p. 23).

No período colonial brasileiro, a mandioca passou a ser tão importante para a vida social e econômica, que a pretensa Constituição de 1824 exigia que os eleitores de primeiro grau tivessem uma renda líquida anual de, no mínimo, o equivalente a 150 alqueires de farinha de mandioca (CAMARGO, 2005). Por isso, essa ficou conhecida como a *Constituição da Mandioca*, que instituía o voto censitário, no qual só poderia votar quem tivesse renda mínima comprovada em mandioca, que, implicitamente, representaria a quantidade de terras e escravos. Contudo, essa Carta Constitucional não chegou a ser promulgada, porque foi interrompida pelo Imperador D. Pedro I.

Em decorrência de tal realidade nutricional, durante um período de tempo significativo, por constituir a subsistência primária, a farinha de mandioca chegou a ser tão essencial que, durante o intervalo de tempo entre a colonização e o Primeiro Império Brasileiro, o governo português pagou funcionários e trabalhadores com alqueires de farinha e peixe seco (MONTEIRO, 1963).

Paulatinamente, a mandioca passou a ser incorporada não apenas à dieta dos colonizadores, mas também dos escravos negros, seja em natura cozida, ou na forma de farinha, tapioca, goma,

polvilho, carimã, amido ou outros derivados (CASCUDO, 2004), passando, assim, a dar uma configuração de identidade intrinsecamente ligada à cultura brasileira, que se irá formar.

Há que fazer um recorte nesse processo histórico, adentrando o atual panorama alimentar do povo brasileiro, para compreender a cadeia produtiva da farinha de mandioca. E neste sentido, primeiro é preciso acessar a fonte da matéria-prima usada na sua fabricação: a mandioca, pois, a farinha é interdependente do desempenho da produção da raiz.

Destacando-se na agricultura brasileira, a mandioca é produzida, principalmente, por agricultores de pequeno porte, em rudimentar e complexo sistema de produção, com pouco ou nenhum uso de tecnologia moderna, mas especialmente, de nenhum agroquímico. Sua extraordinária dispersão geográfica produtiva se dá, principalmente, por dois motivos: (i) a capacidade do uso eficiente do recurso água; e (ii) a grande adaptação a solos de baixa fertilidade, notadamente, aqueles hostis a outros cultivos. (CARDOSO, 2003). Os mesmos motivos que elevaram a rica raiz tuberosa a ficar conhecida como “presente de Deus” e “pão do Brasil”.

Nesse sentido, a capacidade da lavoura da mandioca para usar água eficientemente permite sua exploração em zonas de estação seca prolongada, como o Nordeste do Brasil e a África. A sua adaptação aos solos de baixa fertilidade permite, ainda, a conversão eficiente de energia solar – abundante nos trópicos – em carboidratos, sem competir com outras plantações que demandam uma quantidade maior de nutrientes do solo (CARDOSO, 2003).

Outro diferencial do cultivo da mandioca está na possibilidade de suas raízes serem armazenadas no próprio solo, por um período razoável, sem perda significativa de qualidade e rendimento. Pelo contrário, se bem manejada, a cultura pode até aumentar o rendimento. Ou seja, a sua relativa versatilidade de ser colhida com diferentes idades permite aos produtores um melhor aproveitamento das oportunidades de mercado e, dependendo das condições da demanda, de escolher o melhor momento de fazer a colheita (CARDOSO, 2003).

Como alimento humano e animal, a mandioca tem sido bastante utilizada no Brasil, observando-se uma luta constante de seus produtores para atender o mercado interno. As principais demandas procedem da indústria de farinha e de amido – também chamado de fécula, goma, polvilho ou carimã. O amido desponta como matéria-prima chave das indústrias de segunda e terceira gerações: papel, frigoríficos, alimentícios etc. (ALVES, 2012).

Entre 1980 e 2011, a produção mundial de mandioca – Figura 18 – mais que dobrou, evoluindo de 124 milhões para 252 milhões de toneladas. Somente a produção de milho teve um crescimento maior. A mandioca, considerada o “alimento dos pobres”, tornou-se uma cultura polivalente que responde às prioridades dos países em desenvolvimento, às tendências da economia global e ao desafio da mudança climática (FAO, 2013).

Figura 18 - Crescimento da produção mundial das principais culturas alimentares. (1980-2001)



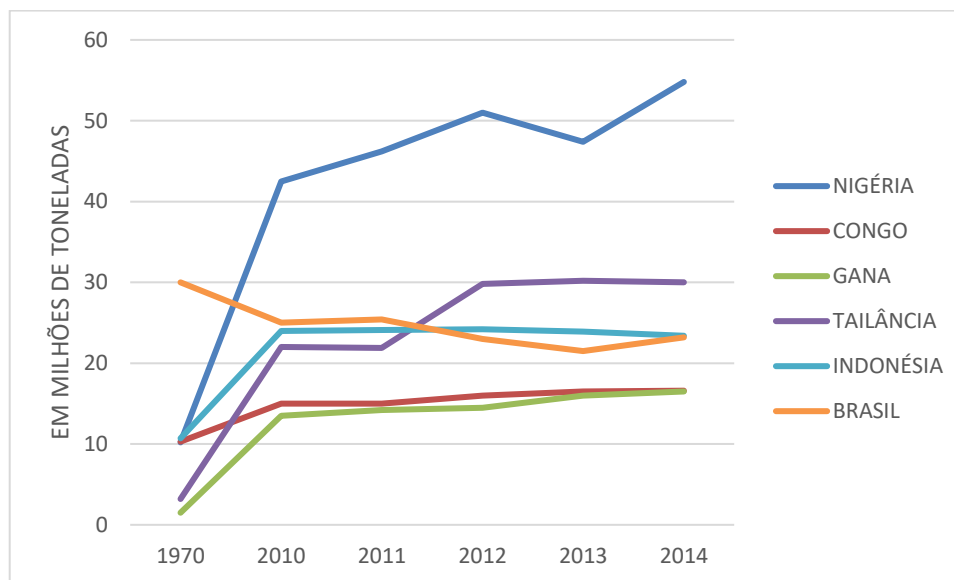
Nota: Índice 1980 = 100. Fonte: FAO (2013).

Em 2014, a produção mundial alcançou 270,3 milhões de toneladas e os principais países produtores foram Nigéria, Tailândia, Indonésia e Brasil. Destaca-se, neste contexto, a supremacia da Nigéria com uma produção de 54,8 milhões de toneladas, seguida pela Tailândia com 30 milhões de toneladas e, praticamente encostados, a Indonésia com 23,4 e o Brasil com 23,2 milhões de toneladas (FAO, 2015). O cenário mundial da produção de mandioca apresenta-se com uma distribuição concentrada nos continentes africano, asiático e americano, em função da melhor adaptação da cultura nas faixas tropical e subtropical que apresentam um clima mais favorável ao seu desenvolvimento. (FAO, 2015).

A participação do Brasil no mercado mundial da mandioca cresceu substancialmente, até a década de 1970 – Figura 19 –, quando o Brasil era o maior produtor isolado. Mas a Nigéria acelerou sua produção de maneira extraordinária, pela crescente procura da mandioca como bem alimentar para a população africana. Também os países asiáticos aumentaram a sua

produção, impulsionados, sobretudo, pela maior procura no Oeste e Sudeste asiático em aplicações industriais, especialmente no etanol. (FAO, 2015).

Figura 19 - Produção mundial de mandioca em raiz – países selecionados (milhões de toneladas)

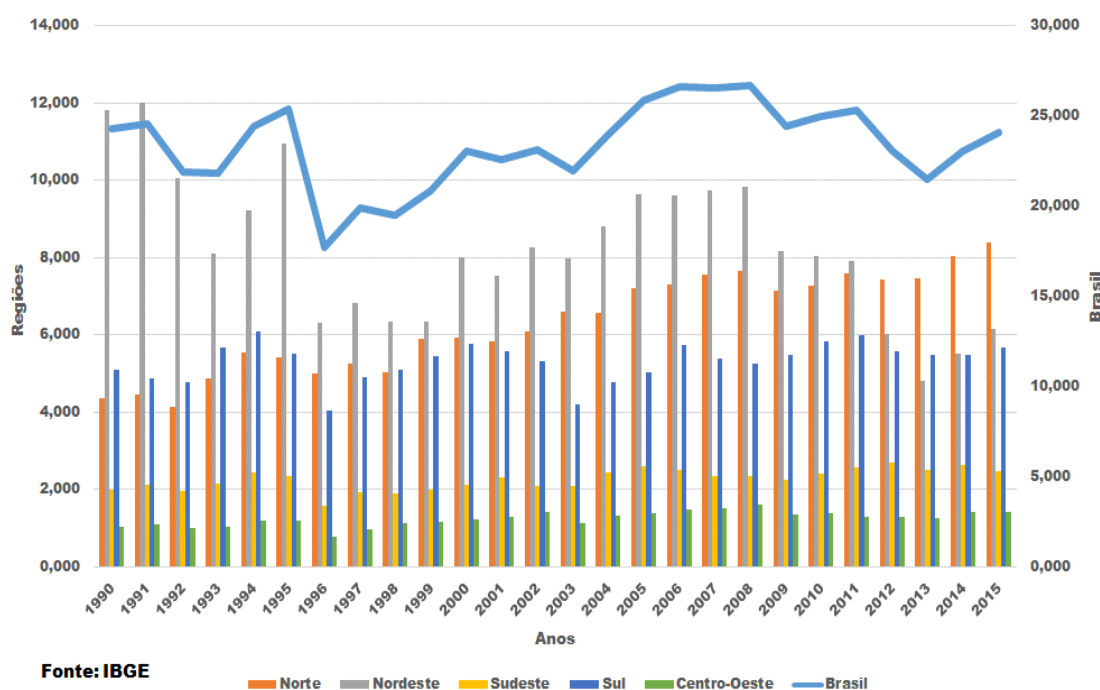


Fonte: FAO (2015).

Nesse sentido, a safra brasileira de 2016 de mandioca decresceu para 23 milhões de toneladas (em 2014, atingiu 23,2 toneladas), com rendimento médio de 15,7 toneladas de raízes por hectare. Dentre os principais estados produtores, destacam-se: Pará (26,3%), Paraná (17%), Bahia (8,1%), Maranhão (5,7%) e São Paulo (5,3%) que, em conjunto, são responsáveis por 62,1% da produção do país. Enquanto a produção do Amazonas correspondeu a 3,8% no período (IBGE, 2017).

Sobre a produção brasileira de mandioca, numa estratificação por região, observa-se que, no ano de 2016, o Norte aparece na primeira colocação, com um volume de 9.282.022 toneladas – Figura 20. Em seguida vem as regiões Sul (5.382.121 toneladas), Nordeste (4.745.897 toneladas), Sudeste (2.339.313 toneladas) e Centro-Oeste (1.255.287 toneladas). Esse cenário foi se alterando bastante na última década, quando o Nordeste perdeu a hegemonia para o Norte e o Sul. Vale ressaltar, ainda, que há uma percepção que a Região Sul teve tido um avanço significativo, aproximando-se da produção de regiões tradicionais como o Norte/Nordeste. Tal fato se deve ao incremento da agroindústria de amido (fécula) e de farinha, impulsionado, principalmente, pelo Estado do Paraná. (IBGE, 2017).

Figura 20 - Evolução da produção da raiz de mandioca 1990-2015: Brasil e Grandes Regiões (milhões de toneladas)



Fonte: IBGE (2017).

No Norte e Nordeste, a cultura da mandioca é caracterizada pela produção em pequenas roças ou “sítios”. Mesmo no caso de uma maior exploração, a área cultivada é sempre pequena. Na grande maioria dos casos, a mão-de-obra é do produtor ou familiar, que não busca por variedades, especialmente produtivas, usa material vegetal livre de doenças, e não faz aplicação de fertilizantes e uso de equipamentos. As transações produtor/processador caracterizam-se por venda direta ou regime de parceria (SANTOS *et al.*, 2009).

Nessas regiões, a indústria de mandioca baseia-se na produção de farinha na forma tradicional, com estrutura por vezes do tempo colonial. Algumas tentativas para a introdução da indústria de amido foram realizadas, mas sem sucesso. Em parte, pelas condições de clima e fertilidade do solo, que não viabilizam a sua implantação (SUFRAMA, 2003; VILPOUX, 2008). Segundo um estudo do Programa de Arranjos Produtivos Locais do Estado de Alagoas – APLA (SEPLAN-AL, 2004; SEBRAE, 2004), a indústria local é composta de pequenas e médias unidades, mas as “Casas de Farinha” estão representadas majoritariamente. Os gerentes ou gestores dessas casas não têm condições para aumentar a sua produção, ou porque tem baixa escolaridade formal ou escassos conhecimentos gerenciais, mas, sobretudo, porque não reinvestem o lucro gerado, deixando as infraestruturas obsoletas e inadequadas (SANTOS *et*

al., 2009). Como resultado, os ganhos obtidos nesta atividade são modestos (entre um e dois salários mínimos), e a qualidade do produto final é precária. No entanto, essas casas de farinha são de importância social extrema, pois são garantia de rendimento econômico e trabalho para muitas famílias no Norte e Nordeste do país (COIMBRA, 2013).

Por outro lado, o Centro-Sul do país apresenta um desenvolvimento considerável na agroindústria da mandioca. Nessa região, a mandiocultura está apoiada em maior conhecimento técnico, variedades produtivas com bom teor em amido, níveis superiores de tecnologia aplicada, e explorando áreas mais extensas para viabilizar os investimentos. O produto final obtido é de melhor qualidade e em maior quantidade, como provado pelos altos níveis de produtividade, superiores aos do Norte e ao Nordeste.

A produção de amido, para ser viável economicamente, necessita, portanto, dessas garantias de qualidade e quantidade, razão pela qual concentra-se na região Centro-Sul do Brasil, mais particularmente nos Estados do Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul (VILPOUX, 2008), que juntos representam 96% da produção total de amido (SUFRAMA, 2003). Há também a produção de farinha, em menor expressão que no Norte, embora tal produção paralela rivalize e condicione o mercado de amido, trazendo mais uma forma de insegurança à cadeia produtiva (COIMBRA, 2013). Isso gera custos de oportunidade, porque os recursos direcionados para esse fim ficam indisponíveis para as demais atividades.

A farinha de mandioca é considerada o alimento dos pobres (FAO, 2013), como dito anteriormente, e isso é mais perceptível na região amazônica, onde a base da alimentação ainda é o peixe com farinha (SCHOR *et al.*, 2015). Sua produção representa uma importante fonte de renda, mas, em especial, uma estratégia de segurança alimentar das famílias rurais.

A agroindústria familiar rural da farinha de mandioca tem vem buscando melhor inserção na cadeia produtiva, seja por buscar para melhorar o seu processo produtivo de produção, por buscar uma seja para alcançar uma diferenciação por meio da produção da farinha saborizada (alho, pimenta etc.) ou produção e de farofas mais elaboradas, ainda que produzidas em menor escala, de forma a agregar valor à sua oferta de alimentos. Essa agroindústria familiar Dessa forma, o setor se beneficia do movimento chamado *gourmet* de valorização do produto artesanal ou local. Além disso, esses pequenos produtores também procuram se diferenciar dos grandes produtores de farinha, sinalizando ao mercado consumidor que em todo o seu processo são considerados o diferencial de seus produtos por sua condição de seus produtos ecológicos,

orgânicos e/ou agroecológicos, pois livres dos pesticidas ou defensivos químicos que são comumente usados na agricultura de larga escala. Isso faz com que seus produtos sejam percebidos pelos consumidores como mais saudáveis.

A emergência das cadeias produtivas alternativas é consequência da crise enfrentada pelo modelo tradicional de produção e consumo caracterizado pelas longas cadeias produtivas. Nessa conjuntura, a partir da segunda metade da década de 1990, verificou-se uma oportuna e efervescente análise crítica sobre o desenvolvimento dos sistemas produtivos contemporâneos de fornecimento de alimentos, refletindo o aumento da preocupação da sociedade com as práticas agrícolas e agroindustriais, por seu impacto na segurança e saúde ambiental e alimentar (ILBERY; MAYE, 2005). A falta de confiança do consumidor deveu-se à ocorrência dos diversos escândalos alimentares ocorridos a partir da década de 1970, como os casos da *salmonela* em ovos e da *encefalopatia espongiforme bovina* no gado de corte (ILBERY; MAYE, 2005; RENTING *et al.*, 2003). Casos estes amplamente divulgados pela mídia, principalmente o afeto ao gado, conhecido popularmente como “doença da vaca louca”.

5.2 A Produção da Farinha de Mandioca no Amazonas

O consumo da mandioca (e seus derivados) exerce importante papel para a alimentação de milhões de pessoas em todo o planeta, principalmente nos países tropicais. Por isso, a sua cultura é a que mais se destaca, considerando o seu valor para as populações da Amazônia Central. Encontrada em diversos sistemas ecológicos (várzea, terra firme, floresta, savana) e culturais (indígenas, caboclos, migrantes), a mandioca constitui um alimento essencial à sobrevivência da população da Amazônia.

Pereira (2008) atesta em seu estudo, que a produção da mandioca assume o papel de principal alimento e opção de comercialização na agricultura regional, constituindo a mais importante moeda de troca dos agricultores locais e um meio para obtenção de outras mercadorias. É uma cultura singular do ponto de vista eco-genético, dado seu sistema de manejo dos roçados e sua base biológica, especialmente nos aspectos culturais associados ao seu manejo.

A mandioca conseguiu, mesmo depois de um intenso processo de domesticação, manter a rusticidade, não perdendo a capacidade de se reproduzir sexualmente. [...] Deste modo, a mandioca é uma espécie que deve ser considerada chave para a conservação do ponto de vista fitogenético e cultural (PEREIRA, 2008, p. 20).

O sistema de produção baseado na agricultura, na pesca e no extrativismo conforma a base da reprodução das famílias que habitam as margens dos rios e igarapés da Amazônia (denominados ‘ribeirinhos’). Variando em função de aspectos culturais, das relações sociais e econômicas e das especificidades do ambiente, confunde-se, muitas vezes, com a própria identidade dos habitantes dessas áreas geográficas. São tais aspectos culturais e de relacionamento social que estabelecem a relação do homem com a terra, as atividades produtivas e a própria dinâmica ecossistêmica de uma localidade.

A mudança nos hábitos pessoais de consumo, intensificada após a abertura comercial brasileira no início dos anos 1990, modificou tanto as relações de produção quanto o modo de vida das populações locais. À medida que se integrou cada vez mais com a sociedade nacional, a população amazônica passou a ter novos hábitos de consumo. Seu modo de vida passou a ser influenciado tanto pela necessidade da aquisição de produtos antes indesejados, como pelas dívidas que surgiram como consequência do desejo de possuí-los. A atividade agrícola, portanto, sofreu alterações cada vez mais crescentes, vindo a se diversificar e a experimentar mudanças também nos costumes e nas formas de interagir com o meio social.

As comunidades do Amazonas estão integradas às sociedades nacional e internacional em diferentes graus. É crescente a inter-relação entre os agricultores e o mercado nos últimos anos, e a diversificação de estratégias de comercialização (apesar da manutenção de traços tradicionais das relações sociais como o patronato e os atravessadores).

Por outro lado, constata-se a ocorrência de êxodo rural das populações ribeirinhas para as grandes cidades como Manaus e Belém, o que interfere na dinâmica dos sistemas de produção. Aliado a isso, a região possui pouco acesso a crédito, falta de assistência técnica e dificuldade em participar dos fóruns de discussão de políticas públicas.

Assim, no Estado do Amazonas, a mandioca continua sendo plantada tanto em solo de várzea como na terra firme. Segundo os dados do IBGE (2017), em 2016, a produção estadual foi de 863.749 toneladas (3,8% da produção nacional) de raízes. E a produtividade média por hectare foi de 11,5 toneladas de raízes frescas, sem uso de fertilizantes. Não obstante, tal produção de farinha e demais derivados é insuficiente para atender a demanda do próprio Estado. Dessa forma, o Amazonas importa uma parte significativa da farinha que abastece o mercado interno. A baixa produtividade, além de outros fatores conexos, é agravada pela diversidade dos

sistemas de produção em uso e não utilização de tecnologias disponíveis pelos diferentes grupos de produtores dispersos na região (DIAS *et al.*, 1999).

Figura 21 - Potencialidade de uso da mandioca

MANDIOCA	Parte Aérea	Folhas	Alimentação animal (triturada) e humana (suplemento)			
		Hastes	Alimentação animal (silagens, fenos e in natura)			
	Raiz	Alimentação Humana	Cozidas, fritas, bolos, biscoitos, pães, tortas, rosucas, cremes, pudins etc			
		Alimentação Animal	Cruas			
			Cozidas			
		Indústria	Desidratadas (Farinhas, Raspas e Pellets)			
			Amido (Fécula)	Amido	Uso alimentício (amido nativo e amido modificado)	Glucose Maltose Gelatinas Féculas
				Amido Industrial (nativo e modificado)	Adesivos, Têxtil, Papel e celulose, Farmacêutica, explosivos, calçados,	
			Amido Fermentado	Uso Humano/Alimentício	Confeitarias, Padarias, Ind. de biscoitos, Pães	
			Farinhas	Consumo Humano	Farinhas de Mesa Farinha Panificada	
				Consumo Animal	Rações Balanceadas	
			Raspas	Farinhas de Raspas	Alimentação animal Alimentação humana	
	Consumo Animal			Rações Balanceadas		
Álcool	Combustível Desinfetante Bebidas Perfumarias/Farmacêutica					

Fonte: Barros *et al.* (2004).

A Figura 21 apresenta os principais componentes da cadeia e sub cadeias da mandioca. No âmbito regional, assume grande importância a produção da farinha de tapioca. Também a partir da “manipueira”, pode-se fazer o *tucupi*, bastante apreciado para molhos de pimenta e pratos tradicionais da culinária amazonense, e por seu potencial uso como bioinseticida.

5.2.1 Classificação da Farinha de Mandioca

Conforme exposto na Figura 22, Álvares (2014) classifica a mandioca em três grupos: seca, d’água e mista/bijusada.

Figura 22 - Tipos de farinha de mandioca

Grupo	Característica
Farinha seca	Obtida das raízes de mandioca saudáveis, devidamente limpas, descascadas, raladas, moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas, secas à temperatura adequada, podendo novamente ser peneirada e ainda beneficiada.
Farinha d' água	Produto predominantemente fermentado, obtido das raízes de mandioca saudáveis, maceradas, descascadas, trituradas ou moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas e secas à temperatura adequada podendo ser novamente peneirada.
Farinha mista	Produto obtido de raízes de mandioca saudáveis, limpas, descascadas, trituradas, raladas, moídas, prensadas, desmembradas, peneiradas e laminadas à temperatura adequada na forma predominante de flocos irregulares.

Fonte: Brasil (2011).

5.2.2 As Casas de Farinha no Brasil

Segundo Bezerra (2011), autor da cartilha “Planejando uma Casa de Farinha de Mandioca”, a Casa de Farinha Móvel contribui para realização dos processos de descascamento, prensa e forno com mais agilidade e higiene, além de propiciar melhor e maior rendimento da produção – se com o modo artesanal, os produtores processavam 1 (uma) saca por dia, com a Casa Móvel, podem alcançar entre 6 (seis) e 8 (oito) sacas por dia.

As Casas de Farinha são muito comuns nas regiões Norte e Nordeste, mas elas também estão presentes em outras regiões do Brasil onde vivem migrantes nortistas e nordestinos, que também produzem farinha de mandioca. Nas regiões Sudeste e Sul também existem Casas de Farinha e, nesses Estados, observa-se maior utilização de equipamentos mecanizados, que, reconhecidamente, facilitam e agilizam o processo de produção da farinha.

A maioria das “Farinheiras” ainda têm estrutura antiga (rústica e manual), mas percebe-se que, cada vez mais, os produtores de farinha estão introduzindo equipamentos elétricos, mecânicos ou hidráulicos, a fim de facilitar os procedimentos, que são extremamente pesados e prejudiciais à saúde dos trabalhadores.

São vários os modelos de Casas de Farinha instalados fora do Amazonas – Estado -objeto desta pesquisa. Tem-se, pois, modelos de “Farinheira” – tradicionais ou modernizados –, há tempos vêm contribuindo para o desenvolvimento e sustento dos pequenos produtores familiares dessas

regiões, conforme atestam os artigos, dissertações, teses e outros tipos de publicação científica e técnica relacionados ao tema ‘Casas de Farinha’ e editados em sites da Internet.

Diferenciando-se das tradicionais, as Casas de Farinha modernas são concebidas no âmbito de projetos de empreendedorismo liderados por agentes públicos (secretarias de desenvolvimento ou agricultura municipais ou estaduais), políticos e sindicatos representantes dos pequenos produtores locais. Contam, ainda, com o apoio de parceiros do setor de pesquisa – EMBRAPA e EMATER –, de fomento – Fundação Banco do Brasil (FBB), de entidades como o SEBRAE, de universidades federais e, em alguns casos, do Ministério da Agricultura e Ministério da Cultura.

Observa-se, pois, em qualquer região do país, que as Casas de Farinha atuais mantêm a essência das Casas de farinha antigas, por se valerem do mesmo processo de produção herdado dos povos antepassados. Por outro lado, constata-se que as informações coletadas indicam que, há algum tempo, os pequenos produtores, suas entidades representativas, governos locais e outros parceiros estão empenhados em atualizar a estrutura física, os equipamentos e os procedimentos de produção da farinha de mandioca, a fim de valorizar o produto e melhorar as condições de trabalho e de vida daqueles que dependem da mandioca para seu sustento e de suas famílias. Nesse sentido, as mudanças priorizam aspectos associados à saúde dos trabalhadores e à higiene do processo de produção.

A seguir, em breve relato, são apresentados os modelos de Casa de Farinha instalados em várias regiões do Brasil. No entanto, apenas alguns modelos são contemplados, dado serem inúmeras as Casas de Farinha instaladas país afora. A escolha foi aleatória, pois nenhum critério foi utilizado. A ideia consistiu em, tão somente, demonstrar a existência dessas “Farinheiras” em diversas localidades e sob variadas condições de funcionamento.

5.2.2.1 Casa de Farinha Móvel – Planaltina de Goiás e Vila Boa – Goiás-GO

A Casa de Farinha Móvel é um projeto originado na necessidade de atender agricultores familiares das áreas rurais de Planaltina de Goiás, cidade do entorno de Brasília-DF. Em vista de seu reprimido potencial de acesso à assistência técnica e crédito, esses agricultores, na sua maioria imigrantes nordestinos, foram auxiliados pela Fundação do Banco do Brasil, que viabilizou a aquisição de “dois conjuntos móveis de processamento de mandioca” (Casa de

Farinha Móvel), bem como a aquisição de insumos para implantação de unidades demonstrativas de mandioca, aliada à capacitação profissional de agricultores e técnicas agrícolas (EMBRAPA, 2011). As Figuras 23 a 25 mostram o transporte e funcionamento das unidades da Casa de Farinha Móvel, e as Figuras 27 a 29, a queima de lenha no processo artesanal.

Figura 23 - Casas de Farinha móveis de Planaltina de Goiás e Vila Boa-GO



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

Figura 24 - Casa de farinha móvel em Vila Boa-GO.



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano).

Figura 25 - Estrutura de produção da casa de farinha móvel.



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano).

Figura 26 - Trabalhadoras da casa de farinha móvel



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

Figura 27 - Forno rotativo da casa de farinha móvel



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

Figura 28 - Trabalho no forno rotativo da casa de farinha móvel



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

Figura 29 - Fornos rotativos da casa de farinha



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

Figura 30 - Trabalhadoras da casa de farinha móvel



Fonte: Fundação Banco do Brasil (Ano)

5.2.2.2 Casa de Farinha Híbrida Solar/biogás – Campo de Brito-SE

De acordo com a Cooperativa de Produtores de Farinha de Mandioca do Campo do Brito, o município abriga em torno de 800 casas de farinha, estando 620 em funcionamento e, deste

total, 158 localizadas no povoado Gameleira, com população aproximada de 2.500 pessoas. O restante das casas ocupa outros 18 povoados (ITP, 2019).

Apesar das técnicas de produção terem melhorado, com a mecanização de prensas, peneiras e fornos, parte do processo ainda é artesanal/manual, como por exemplo o descascamento.

Na tentativa de eliminar os problemas decorrentes da queima de lenha – que afetam trabalhadores e meio ambiente –, na Aldeia Furo Seco, em Aracaju, o Laboratório de Catálise, Energia e Materiais (LCEM), do Instituto de Tecnologia e Pesquisa (ITP), desenvolveu um protótipo de Casa de Farinha solar/biogás (Figura 31), que opera com um “concentrador solar de foco fixo e um forno adaptado para aquecimento com energia solar e biogás”. A ideia é integrar os conceitos de energias renováveis, meio ambiente e consumo consciente” (ITP, 2019).

Figura 31 - Protótipo de processamento de lenha movidos a energia solar biogás Campo de Brito-SE



Fonte: ITP (2009).

Em funcionamento, o projeto constitui uma inovação tecnológica de baixo impacto ambiental, por utilizar a chamada energia limpa. Além disso, gerou redução de despesas, o que significa aumento de renda para os produtores.

5.2.2.3 Casa de Farinha em Aldeia Indígena – Região do Xingu – Aldeias Paquiçamba, Furo Seco, Terra Wangã e Muratu – Rota Volta Grande do Xingu-PA

Trata-se das casas de farinha construídas pela Norte Energia, empresa responsável pela Usina Hidrelétrica de Belo Monte, para as comunidades indígenas do Xingu. O projeto é de 2014.

Segundo o portal “TV Cidade News” (2014), houve discussão com as comunidades indígenas, para que o tamanho das casas tivesse como base a população de cada comunidade, chegando-se à medida de 46 m² a 128 m², contando com até 4 (quatro) fornos, além de prensas, pubeiros e motores para os raladores da mandioca. Previu-se a construção de 34 casas na área de influência da Hidrelétrica – modelo exposto nas Figuras 32, 33 e 34.

Figura 32 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu



Fonte: Norte Energia S/A (2016).

Figura 33 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu



Fonte: Norte Energia S/A (2016).

Figura 34 - Casa de Farinha híbrida, solar/biogás – Rota Volta Grande do Xingu



Fonte: Norte Energia S/A (2016).

5.2.2.4 Casa de Farinha Tradicional – Tapuio – Povoado de Barreirinhas-MA

A cidade de Barreirinhas fica a 260 km de São Luís, capital do Maranhão, e está localizada na rota de destino dos Lençóis Maranhenses, um dos locais visitados por turistas. Por sua localização, outros locais da região de Barreirinhas tornaram-se pontos turísticos, como é o caso do povoado Tapuio, localizado às margens do Preguiças, principal rio da cidade, que tem como principal atração as “Casas de Forno”, como são conhecidas as Casas de Farinha na região. As

Figuras 35, 36, 37, 38 e 39 atestam as características da localização e estrutura da Casa de farinha e do trabalho executado pelos trabalhadores de Barreirinhas-MA.

Figura 35 - Rio Preguiças – Tapuio – Barreirinhas-MA



Fonte: Agência de Notícias IBGE (2018)

O processo de produção é artesanal, assim como sua estrutura, que mantém os equipamentos rústicos das primeiras casas. O mais comum é que os trabalhadores das casas de farinha façam parte da mesma família, com o ofício sendo passado de geração a geração.

Figura 36 - Rio Preguiças – Tapuio – Barreirinhas-MA



Fonte: Agência de Notícias IBGE (2018)

Figura 37 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA



Fonte: Agência de Notícias IBGE (2018)

Figura 38 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA



Fonte: Agência de Notícias IBGE (2018)

Figura 39 - Casa de Fornos – Tapuio – Barreirinhas-MA



Fonte: Agência de Notícias IBGE (2018)

5.2.2.5 Casa de Farinha tradicional – Feira Nova-PE

O município de Feira Nova é conhecido na Bahia como ‘Terra da Farinha’, por causa do grande número de casas de farinha na localidade. Tal característica deu origem à “Festa da Farinha”, ocorrida anualmente, no mês de setembro.

O município está localizado no agreste pernambucano, em torno de 75 km da capital Recife. Junto com Pombos, Vitória de Santo Antão, Glória do Goitá, Chã de Alegria e Lagoa de Itaenga, Feira Nova faz parte do chamado “Corredor da Farinha”, formado por municípios que se destacam como os principais produtores da região (PACHECO, 2017).

A proximidade com a capital do Estado facilita o escoamento da produção. No entanto, como na maioria das casas de farinha tradicionais, as condições de vida e de trabalho por proporcionadas são precárias.

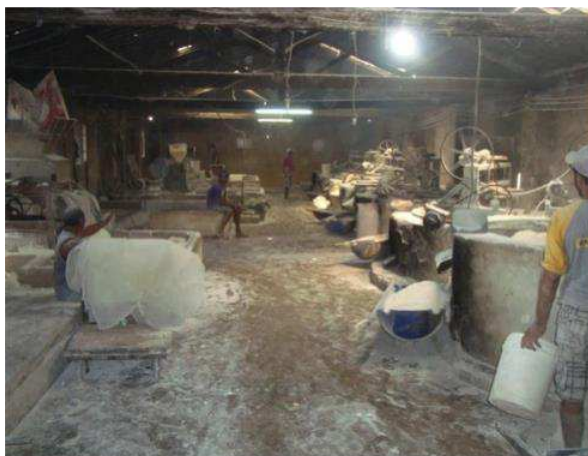
Pacheco (2017) atesta que, em Feira Nova-PE, a estrutura é das mais antigas, mas em alvenaria, e conta com alguns equipamentos mecanizados/elétricos. No geral, os trabalhadores são empregados dos donos das casas de farinha. Por possuírem um grande espaço interno e vários fornos, disponibilizam muito espaço para a tarefa de descascamento da mandioca, conforme atestam as Figuras 40, 41, 42. Já a Figura 43 mostra um trabalhador operando o forno.

Figura 40 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE



Fonte: Pacheco (2016).

Figura 41 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE



Fonte: Pacheco (2016).

Figura 42 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE



Fonte: Pacheco (2016).

Figura 423 - Casa de Farinha Tradicional – Feira Nova-PE



Fonte: Pacheco (2016).

5.2.2.6 Casa de Farinha Tradicional – Municípios de Cantá, Iracema e Mucajaí-RO

Como em outras regiões, a produção de farinha de mandioca no Estado de Roraima é feita por agricultores familiares e, além de garantir a segurança alimentar, também configura importante fonte de renda para esses cidadãos.

Portella (2015) ressalta que a farinha é produzida artesanalmente, em pequenas casas de farinha, nas colônias agrícolas e comunidades indígenas que não apresentam condições adequadas para manipulação de alimentos, verificando-se a presença de entulhos próximos ao ambiente de trabalho, bem como o acesso livre para animais domésticos. A estrutura é rudimentar, e em quase todas as áreas o piso é de chão batido, pois apenas na área da prensa e do amolecimento da raiz, o piso é de cimento grosso. A água utilizada na produção não é potável e não há banheiros por perto (Figuras 44 a 55).

Figura 43 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 44 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 45 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 46 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 47 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 48 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 49 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 50 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 51 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 52 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 53 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

Figura 54 - Casa de Farinha Tradicional – Cantá, Iracema e Mucajaí-RO



Fonte: Portella (2014).

5.2.2.7 Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga – Comunidades do Município de Guaraqueçaba-PR

Dentre outros projetos de incentivo e capacitação de produtores de farinha implementados no Estado do Paraná, o “Farinheiras do Litoral do Paraná” abriga as duas comunidades em destaque – Açungui e Potinga (Figuras 56 a 60). O projeto, iniciado em 2011, faz parte de um conjunto de iniciativas do governo do Paraná, com o intuito de estudar a cadeia produtiva da mandioca no Estado, com vistas a reestruturar a produção das casas de farinha comunitárias do litoral paranaense (PÉRICO; ALVES, 2016).

Segundo os autores, as casas de farinha das comunidades Açungui e Potinga, situadas no município de Guaraqueçaba, já obtiveram licença da Vigilância Sanitária local, com capacitação dos membros das associações sobre as boas práticas de higiene e segurança do trabalho. Inclusive, providenciaram a confecção dos rótulos para a sua inserção nas embalagens da farinha de mandioca, atendendo exigência legal para a comercialização do produto (PÉRICO; ALVES, 2016).

Figura 55 - Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR



Fonte: Périco e Alves (2016).

Figura 56 - Selo da Associação de Potinga comunidade do município de Guaraqueçaba-PR

Associação
POTINGA
Guaraqueçaba

Artesanal

Licença Sanitária: 000/0000

Fabricado em:

Validade: 6 meses

Não contém glúten.
Sem conservantes.
Sem corantes.
Ingrediente: Mandioca

Proteja do calor e da umidade.
Conservar em temperatura ambiente. (15°C a 30°C)

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL	
Porção de 1kg (100g)	
Quantidade por porção	
	% valor*
Valor energético (11 kcal = 46 kJ)	9 %
Carboidratos	43 g 14 %
Proteínas	0,8 g 1 %
Fibra Alimentar	1 g 3 %

*Não contém quantidade significativa de gorduras totais, gorduras saturadas, gorduras trans, fibra alimentar e sódio

Farinha de Mandioca
1Kg

Associação Da Potinga
Endereço: aaaaa aaaaa aaaaa
aaaa aaaaa aaaaa
CNPJ: 00.000.000/0000-00
Tel: (41)0000-0000
Produtor: aaaaa aaaaa aaaaa
CPF: 000.000.000-00
CICAD-PR: 00000000-00

Fonte: Périco e Alves (2016).

Figura 57 - Selo da Associação de Açungui comunidade do município de Guaraqueçaba-PR



Fonte: Périco e Alves (2016).

Figura 58 - Casa de Farinha Tradicional – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR



Fonte: Périco e Alves (2016).

Figura 59 - Plantação de mandioca – Açungui e Potinga comunidades do município de Guaraqueçaba-PR



Fonte: Périco e Alves (2016).

5.2.2.8 Casa de Farinha – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC

A farinha da região do Vale do Juruá foi a primeira, no Brasil, a receber o registro de Indicação Geográfica (IG), fato ocorrido em 2017 (PORTAL G1, 2017).

Grande parte da produção de mandioca do Vale do Juruá é destinada à farinha, que é conhecida como de qualidade superior e, por isso, bem aceita pelo mercado, chegando a atingir o dobro do preço em relação à farinha de outras regiões. Ainda assim, o Estado do Acre ocupa a sexta colocação entre os maiores produtores, com 993.953 toneladas em 2018, marca registrada em estudo contínuo do IBGE (LSPA, 2019), ficando atrás apenas dos Estados do Amazonas, São Paulo, Paraná e do campeão em produção de mandioca: o Pará.

A produção da farinha em Cruzeiro do Sul (Figuras 61 a 68) é majoritariamente tradicional, embora algumas casas tenham melhorado sua estrutura física (agora de alvenaria) e equipamentos (agora mecanizados). Da mesma forma, a região é bastante deficiente em infraestrutura de acesso – dependente do transporte fluvial, e do associativismo e cooperativismo. O processo se repete por gerações sucessivas, há mais de 100 anos, o que agrega grande valor cultural ao “saber fazer”, um mister dos produtores da região (VELTHEM, 2012).

Figura 60 - Selo da Associação Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Portal Farinha Cruzeiro (2019).

Figura 61 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 62 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 63 - Casa de farinha tradicional Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 64 - Casa de alvenaria construída pela Secretaria de Estado de Extensão Agroflorestal e Produção Familiar – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 65 - Casa de farinha em alvenaria – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 66 - Casa de farinha em alvenaria – Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

Figura 67 - Produção de farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul – Vale do Juruá-AC



Fonte: Velthem (2012).

5.2.2.9 Casa de farinha tradicional – Comunidade de Campinhos, Vitória da Conquista-BA

Desde o seu povoamento, a comunidade de Campinhos (bairro/distrito de Vitória da Conquista) é conhecida como produtora de mandioca e seus derivados. É considerada uma das maiores beneficiadoras de mandioca da região, gerando empregos diretos e indiretos. São empregos informais, que abrangem a família dos produtores, além de caminhoneiros e carroceiros, que fazem o transporte de lenha e dos produtos acabados até o ponto de venda (SOARES, 2017).

A estrutura das casas de Farinha mantém as características tradicionais, mas algumas utilizam equipamentos mecanizados. A produção da mandioca é direcionada, principalmente, para a subsistência, sendo que os produtos derivados, sobretudo a farinha, são comercializados (SOARES, 2017).

O autor informa que a falta de preparo para a comercialização e o aumento da concorrência (de outras regiões/Estados), além da falta de capacitação para as adequações geradoras de melhoria da qualidade do produto (Figuras 69 a 72), tem provocado a desativação de muitas casas de farinha da região, consequência do enfraquecimento do poder de negociação dos produtores com os atravessadores, cujos interesses prevalecem. (SOARES, 2017).

Figura 68 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA



Fonte: Soares (2017).

Figura 69 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA



Fonte: Soares (2017).

Figura 70 - Produção de farinha de mandioca pelo sistema manual Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA



Fonte: Soares (2017).

Figura 71 - Lenha para a produção de farinha de mandioca pelo sistema manual – Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista-BA



Fonte: Soares (2017).

5.3 As Boas Práticas de Produção da Farinha

Segundo as denominações ocidentais, a farinha é uma sêmola torrada. Derivada da mandioca e de origem nativa americana, hoje constitui, provavelmente, a comida mais popular no Nordeste e na Amazônia brasileira.

A mandioca (*Manihot esculenta Crantz*) é uma planta de origem neotropical, declinada em inúmeras variedades agrupadas em dois tipos: (i) mandioca doce – com baixo teor de derivados cianídricos, o que permite seu consumo após uma cozedura simples); e (ii) mandioca amarga – que deve passar por um processo complexo de desintoxicação antes de seu consumo. Os alimentos derivados de um ou outro desses dois grupos são muitos e variam de tubérculos cozidos doce e amargo a cervejas, bolos, condimentos, farinhas, cada tipo de comida submetido a diferente processo de produção, variados preparos e respostas a s lógicas próprias de consumo (ALMEIDA, 2009).

De acordo com Crepaldi (1992), a mandioca é uma das 98 espécies atualmente reconhecidas como do gênero *Manihot* (*Euphorbiaceae*), e desde as civilizações pré-colombianas é usada como alimento. O Quadro 7 apresenta a classificação das espécies de mandioca encontradas, segundo sua morfologia, ecologia e geografia, em diversas áreas geográficas.

Há muita discussão sobre qual região dos trópicos americanos a mandioca é proveniente, pois é tida como um cultígeno. Ou seja, foi conhecida sempre no estado de cultivo (CREPALDI, 1992). Assim, a fabricação da farinha de mandioca consiste em uma atividade que envolve, geralmente, boa parte das pessoas que formam uma família. Por isso o conhecimento do seu cultivo e proveito alimentar perpassa gerações.

Quadro 7 - Espécies de mandioca com base na morfologia, ecologia e geografia

Espécie	Países
<i>M. Carlhaginensis</i>	Países que fazem parte da fronteira com o Caribe
<i>M. Aesculifolia</i>	México, América Central, Brasil
<i>M. Grahami</i>	Paraguai, Uruguai, Argentina
<i>M. Flabellifolia</i>	Brasil, Paraguai, Uruguai, Argentina
<i>M. Saxicola</i>	Guiana, Suriname, Venezuela

Fonte: Allem (2002).

Nesse sentido, segundo Oliveira (2008), os conhecimentos de como e porquê produzir com qualidade e segurança asseguradas é quase sempre um mito entre esses agricultores. A sociedade pede qualidade, os órgãos fiscalizadores exigem essa qualidade, mas poucos sabem como atingi-la. Por outro lado, o rigor no cumprimento dos procedimentos que assegurem a qualidade na produção de alimentos tem sido cada vez mais praticado por parte dos órgãos fiscalizadores.

De acordo com Castro (2013), a importância das Boas Práticas de Fabricação (BPF) no preparo, manuseio, armazenamento e distribuição dos alimentos é a principal forma de prevenir e evitar doenças e enfermidades transmitidas pela manipulação e consumo de alimentos. Por meio da implementação das BPFs, o setor alimentício passa a contar com uma ferramenta de controle de qualidade, deixando de expor a risco a saúde de consumidores e funcionários.

Ambrosini (2017) avalia que os consumidores estão modificando seus critérios de julgamento e seu nível de exigência em relação aos alimentos. Muito dessa mudança se deve a episódios de crises em termos de segurança alimentar, para citarmos os mais emblemáticos: (i) a epidemia da *encefalite espongiforme bovina* – a doença da “vaca-louca”, ocorrida em 1996 na Europa (e especialmente no Reino Unido); (ii) a contaminação da carne de frango por *dioxina* na Bélgica, em 1999; e (iii) uma contaminação em grandes proporções de carne moída bovina por *E. coli* nos Estados Unidos, em 2002. Machado (2015) esclarece que o programa de BPF é dividido nos seguintes elementos e procedimentos: instalações industriais, pessoal, operações, controle de pragas, controle da matéria-prima, documentação, registros e rastreabilidade.

Além das questões envolvendo a qualidade dos alimentos, as BPFs possibilitam um ambiente de trabalho mais eficiente, contribuindo para a eficácia do processo de produção. São necessárias para controlar possíveis fontes de contaminação cruzada e, também, para garantir que o produto atenda às especificações de identidade e de qualidade (MACHADO 2015).

As observações para a prática higienizada da produção de alimentos, e dentre eles a farinha de mandioca, derivam de três portarias: Portaria SVS nº 326/1997 – Ministério da Saúde; Portaria nº 368/1997 – Ministério da Agricultura e do Abastecimento; e Portaria nº 275/2002 – Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

As Boas Práticas de Fabricação (BPF) representam uma importante ferramenta da qualidade para o alcance de níveis adequados de segurança dos alimentos. Sua adoção é um requisito da

legislação vigente, razão pela qual integra os programas de garantia da qualidade do produto. Dessa forma, constituem medidas obrigatórias a serem aplicadas desde a recepção da matéria-prima, passando pelo processamento até a expedição de produtos, contemplando, assim, os mais diversos setores e procedimentos da indústria, que, por sua vez, vão da qualidade da matéria-prima e dos ingredientes, incluindo a especificação de produtos e a seleção de fornecedores, à qualidade da água (MACHADO, 2015).

Com foco no alcance de mecanismos que possibilitem a construção de uma casa de farinha higienizada, que atue no atendimento de um mercado exigente e na oferta de produção de qualidade na região Sudoeste da Bahia, Lacerda (2008) destaca as seguintes necessidades na criação de um BPF: (i) elaboração de um *Manual de Boas Práticas de Fabricação* específico para as unidades de processamento da farinha de mandioca na região, abrangendo todas as etapas do fluxograma de produção; (ii) conscientização das autoridades competentes, da importância do apoio e incentivo para melhoria das instalações nas unidades produtoras de farinha, incluindo a realização de um programa de educação sanitária para os trabalhadores deste setor; (iii) realização de atividades educativas dirigidas tanto aos produtores da mandioca como aos beneficiadores e consumidores, alertando para os riscos mais importantes representados pela falta de cuidados na produção da farinha de mandioca, enfatizando a importância das Boas Práticas de Fabricação no processamento; (iv) criação e realização de programas de valorização e capacitação dos trabalhadores em toda a cadeia produtiva da mandioca na região; (v) aplicação da legislação vigente, que obriga as Boas Práticas de Fabricação no processamento da farinha de mandioca; (vi) fortalecimento das linhas de investigação científica sobre a segurança alimentar, por parte dos governos federal e estadual, na cadeia produtiva dos alimentos básicos produzidos nas diversas regiões brasileiras, especialmente a cadeia produtiva da mandioca; (vii) continuidade das pesquisas científicas, buscando diagnosticar a situação higiênico-sanitária de outros municípios da região, visando o fortalecimento da problemática do setor, buscando, assim, soluções mais imediatas; (viii) caracterização da farinha de mandioca na região Sudoeste da Bahia, nos aspectos físico-químicos e microbiológicos, a fim de buscar uma maior contribuição na identificação dos pontos críticos de controle em cada etapa do seu processamento, possibilitando ações corretivas mais específicas; (ix) criação de materiais educativos motivacionais específicos, tais como cartilhas e vídeos, destacando a importância das Boas Práticas de Fabricação na produção da farinha de mandioca, assim como a importância do cuidado com o meio ambiente; e (x) busca

da certificação da farinha de mandioca pelo cumprimento das normas relacionadas à qualidade, tais como a ISO 22000 e ISO 14001, relacionadas, respectivamente, à Gestão da Segurança Alimentar e à Gestão Ambiental.

Em trabalho que ilustra casos da Argentina, do Brasil e do Chile, de laticínios, frutas e legumes, produtos de trigo e café, Farina (2000) alega que redução de custos, diferenciação de produtos e definição e cumprimento de requisitos rigorosos em relação à qualidade e segurança do produto (refletidos em graus e padrões) têm sido os três caminhos estreitamente relacionados à sobrevivência das empresas nos principais sistemas agroalimentares.

Assim, práticas de produção que atendam as normas e aos bons procedimentos de produtos alimentícios podem atuar na garantia de se atender um mercado exigente e consciente. De outra forma, o cliente demandará estes produtos com segurança, o que facilita a tomada de decisão de ambas as partes. Nesse sentido, Barney (1991) afirma que não é difícil ver que recursos organizacionais valiosos e raros possam ser uma fonte de vantagem competitiva. De fato, com esses recursos, as empresas serão muitas vezes inovadoras estratégicas, pois poderão conceber e engajar-se em estratégias que muitas concorrentes não poderiam imitar.

5.4 A farinha Uarini

O sistema produtivo da farinha Uarini e do cultivo de mandioca tem como base as diretrizes das boas práticas de produção. Neste sentido, novas tecnologias podem ser adotadas, desde de que seja para a melhoria da qualidade, produtividade e sustentabilidade da farinha (INPI, 2019a).

A farinha de mandioca resulta da lavagem, prensagem, peneiragem e torrefação da mandioca, que pode ser fina ou grosseira, branca ou torrada. O consumo do produto está relacionado ao nível de rendimento do agregado familiar, sendo mais expressivo em populações de baixo nível socioeconômico, perdendo importância com a melhoria do rendimento, dada a entrada na dieta de outros produtos energéticos. A farinha constitui, principalmente, o acompanhamento característico do feijão com arroz (COIMBRA, 2013).

No caso do cultivo de mandioca na Região de Uarini torna-se obrigatória a realização de *pousio* (tempo de descanso da terra). O número máximo permitido de ciclos da cultura na mesma área

é de 2 (dois) ciclos. Após esse tempo de uso para plantio de mandioca, a terra deverá permanecer em “descanso” (*pousio*), no mínimo, até a vegetação se regenerar, a aproximadamente 5 metros de altura, contribuindo para que o solo recupere sua fertilidade e, nesse estado fecundo, os ciclos de mandioca tenham mais “força”, menos pragas e plantas espontâneas (INPI, 2019b).

A cultura da mandioca é bem tolerante à seca e possui adaptação às mais variadas condições de clima e solo. Suporta altitudes que variam desde o nível do mar até cerca de 2.300 metros, sendo mais favoráveis as regiões baixas ou com altitude de até 600 a 800 metros. A faixa ideal de temperatura situa-se entre 20 e 27°C (média anual). O período de luz ideal está em torno de 12 horas/dia. Dias com períodos de luz mais longos favorecem o crescimento da parte aérea e reduzem o desenvolvimento das raízes de reserva, enquanto que os períodos diários de luz mais curtos promovem o crescimento das raízes de reserva e reduzem o desenvolvimento dos ramos (INPI, 2019a).

Como o principal produto da mandioca são as raízes, ela necessita de solos profundos e friáveis (soltos), sendo ideais os solos arenosos ou de textura média, por possibilitarem um fácil crescimento das raízes, pela boa drenagem e pela facilidade de colheita. Por outro lado, os terrenos de baixada, planos e sujeitos a encharcamentos periódicos, são inadequados para o cultivo da mandioca, por provocarem um pequeno desenvolvimento das plantas e o apodrecimento das raízes (INPI, 2019a).

A mandioca (*M. esculenta* Crantz) apresenta alta variabilidade genética, alterando os caracteres morfológicos da espécie, dando origem a novas variedades e ocasionando problemas de nomenclatura. Sendo assim, alguns caracteres práticos têm sido usados para distinguir as variedades, como a aderência do córtex, hábito de crescimento da planta e número e forma dos lóbulos. No Estado do Amazonas, a cultura da mandioca destaca-se pela área cultivada e na agricultura familiar, representando uma opção para o desenvolvimento agroindustrial, sendo uma das principais fontes de alimentação energética (INPI, 2019b).

A mandioca é uma planta heliófila, perene, arbustiva, pertencente à família das *euforbiáceas*. Originária do continente americano, provavelmente do Brasil, a mandioca já era cultivada pelos indígenas americanos, por ocasião da descoberta do país. Eles foram os responsáveis pela sua disseminação por quase toda a América, e os portugueses e espanhóis pela sua difusão por outros continentes, especialmente África e Ásia (INPI, 2019a).

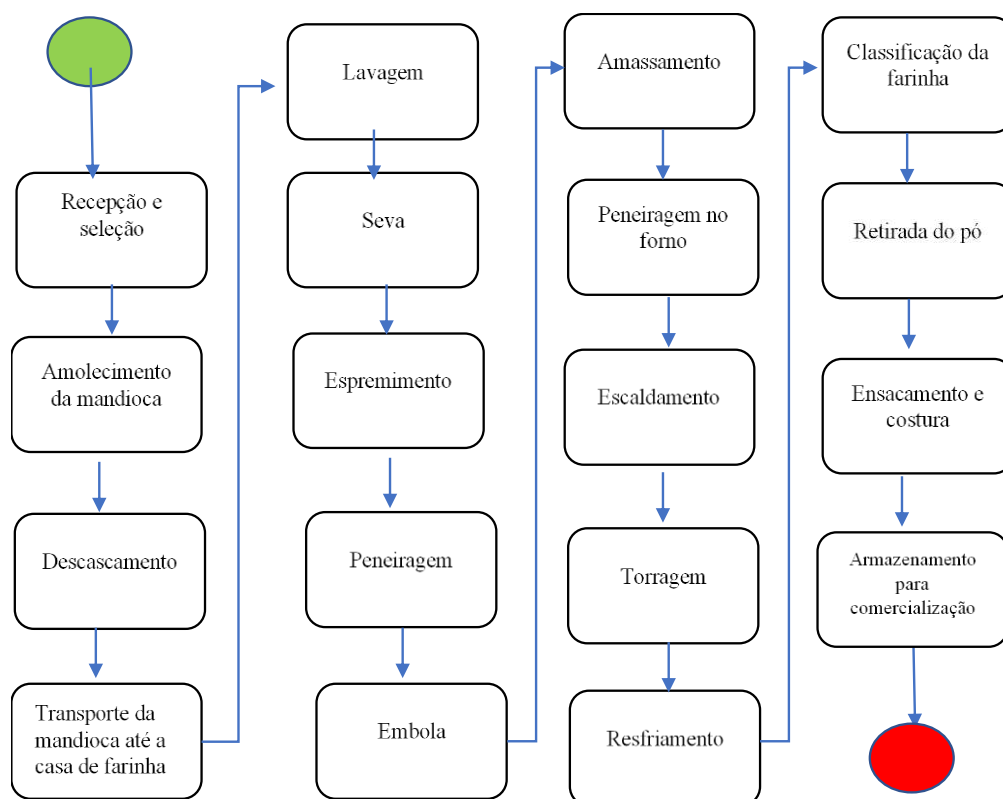
Dentre os cultivares mais utilizados na região delimitada por este estudo, destacam-se: Catombo, Manivão, João Gonçalo, Sete Anos, Baixotinha, Sacai, Tapaiona, Antinha e Aparecida (INPI, 2019b).

Segundo o INPI (2019), para o processo produtivo da farinha Uarini obter uma farinha de qualidade, ele segue as seguintes etapas: (i) escolha e preparação das ferramentas; (ii) reconhecimento e escolha da área; (iii) roçagem; (iv) derruba; (v) secagem; (vi) limpeza do roçado pré-plantio; (vii) coleta e seleção das manivas (sementes/calco vegetativo); (viii) transporte das manivas; (ix) corte das manivas; (x) coveamento; (xi) plantio das manivas; (xii) primeira capina; (xiii) segunda capina; (xiv) terceira capina; (xv) preparação das ferramentas e equipamentos para a colheita; (xvi) corte das manivas para a colheita; (xvii) colheita da mandioca; (xviii) decotar a mandioca; (xix) carregamento da mandioca; (xx) casa de farinha; (xxi) amolecimento a mandioca na água; (xxii) descascamento da mandioca; (xxiii) transporte da mandioca para a casa de farinha; (xxiv) seva; (xxv) amassamento; (xxvi) espremimento; (xxvii) peneiramento; (xxviii) embola; (xxix) preparo do forno; (xxx) peneiramento do forno; (xxxii) escaldamento; (xxxiii) torragem; (xxxiv) resfriamento; (xxxv) classificação da farinha; (xxxvi) retirada do pó; (xxxvii) ensacamento e costura; (xxxviii) transporte e armazenamento; e (xxxix) comercialização (INPI, 2019b).

A comercialização é a etapa final do processo produtivo: a venda do produto farinha de mandioca aos mercados consumidores. Geralmente, os principais mercados da farinha da Região de Uarini são os próprios municípios produtores, a capital do Estado do Amazonas e outros mercados em processo de expansão (INPI, 2019b).

O processo simplificado da produção da farinha Uarini é apresentado na Figura 73, que retrata apenas as etapas ocorridas na Casa de Farinha Uarini. Uma preocupação recorrente na cadeia produtiva é a destinação do resíduo líquido da massa após a prensagem (espremimento), conhecido por “manipueira”. Se esse resíduo for despejado na vegetação, pode matá-la. Contudo, quando tratado, pode ser usado pela culinária local de várias maneiras. Na região amazônica, se transformado em tucupi, pode compor pratos famosos como o “tacacá” ou a “rabada no tucupi” (DE FREITAS *et al.*, 2011).

Figura 72 - Processo simplificado de produção da farinha Uarini



Fonte: Original desta pesquisa, adaptado de INPI (2019a) e INPI (2019b).

Os produtores da farinha Uarini ainda não utilizam a manipueira, mas existe um esforço, da parte da IG Farinha Uarini, por meio do conselho regulador, de incentivar o seu uso, para proteger o meio ambiente e, ao mesmo tempo, gerar uma renda extra para os produtores.

5.5 Categorias de Farinha Uarini: Ova, Ovinha, Filé e Amarela

A farinha Uarini é classificada para comercialização, conforme a sua granulometria e formato, em quatro tipos: Filé, Ovinha, Ova e Amarela (INPI, 2019a). A farinha de mandioca do tipo Filé apresenta-se com perfeito embolamento, ausência total de pó, coloração amarelo ouro e grãos de tamanho regular. A do tipo Ovinha é aquela farinha com pequenas imperfeições no embolamento, ausência total de pó, coloração amarelo ouro e granulometria de pequena variação. Já a farinha tipo Ova tem embolamento irregular, presença de pouco pó, coloração amarelo claro e granulometria irregular. Por última, a farinha Amarela apresenta embolamento muito irregular, presença de muito pó, ausência de cor característica e ~~em~~ granulometria muito

irregular (INPI, 2019b). A classificação descrita é alcançada com o uso de três tipos de peneira com diferentes espessuras de malha (INPI, 2019a):

- Ova – passa apenas pela primeira peneira. Característica: farinha de mandioca com embolamento irregular, presença de pouco pó e granulometria entre 1,5mm e 2mm;
- Ovinha – passa pela primeira e segunda peneira. Característica: farinha de mandioca com perfeito embolamento, ausência total de pó e com granulometria entre 1mm e 1,5 mm;
- Filé – passa pela primeira, segunda e terceira peneira. Característica: farinha de mandioca com perfeito embolamento, ausência total de pó e com granulometria inferior a 1 mm;
- Amarela – anteriormente não foi embolada, e depois da retirada do forno não passa pelas peneiras de classificação, e dela não se retira o pó. Característica: farinha de mandioca com embolamento irregular, presença de muito pó e granulometria superior a 2 mm.

Assim, das farinhas tipo Ova, Ovinha e Filé retira-se o pó e as impurezas da casca. Para tanto, o produto é jogado para cima com a ajuda de uma gamela ou bacia, em movimento auxiliado pelo vento natural ou por um ventilador (INPI, 2019b).

6 ANÁLISE DE RESULTADOS

Este tópico apresenta os resultados das entrevistas com os principais atores do processo de obtenção da Indicação Geográfica (IG) da Farinha Uarini, produzida nos municípios de Uarini, Tefé, Alvarães e Marã. Foram entrevistados produtores, trabalhadores responsáveis pela produção e agentes-chave, estes, representados por funcionários de órgãos públicos e de instituições e entidades representativas com atuação local (Secretarias Municipais, SEBRAE e Associações e Cooperativas), todos envolvidos no pedido de registro da IG da Farinha Uarini ao Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI.

A pesquisa serviu, especialmente, para verificar o engajamento das pessoas impactadas com o reconhecimento da Indicação Geográfica, bem como a sua percepção dos aspectos positivos e/ou negativos decorrentes de tal iniciativa.

6.1 Análise dos dados

Mesmo que a IG da Farinha Uarini signifique mudanças intensas na forma de produzir a farinha, a maioria dos produtores locais entrevistados demonstra entusiasmo com o futuro – promissor, na visão deles – das comunidades envolvidas no projeto.

A produção da farinha é comandada por maioria de homens, mas também há mulheres. Invariavelmente, eles começaram a trabalhar em plantações de mandioca e produção de farinha ainda crianças, na roça dos pais, com quem aprenderam “o processo da produção da farinha”. Pais, filhos, irmãos e outros graus de parentesco, formam a principal mão de obra das lavouras, atividade que “vai passando” de geração para geração. Majoritariamente, a produção da farinha é realizada por familiares, em mutirão (ajuri). Eventualmente, utiliza-se a mão de obra de trabalhadores “de fora”, que recebem “diárias”.

Boa parte dos agentes-chave, mesmo aqueles que, atualmente, não são produtores, também fazem parte de famílias que cultivam, ou já cultivaram, mandioca.

A mandioca é o principal plantio, mas a maior parcela dos produtores também possui outro tipo de plantação (açai, abacaxi, laranja, castanhas), pratica extrativismo e cria animais (pato, galinha, porco). Essas outras atividades, normalmente, são apenas para consumo próprio. A

produção de mandioca é uma exceção, pois além do objetivo da subsistência, a raiz é comercializada (em forma de farinha), para prover o sustento das famílias.

Quadro 8 - Perfil dos Entrevistados

ATUAÇÃO	SEXO	IDADE	ESCOLARIDADE	MUNICÍPIO
ENTREVISTA 1 - Produtor	Masculino	45 anos	Superior Completo	Tefé
ENTREVISTA 2 - Agente chave / Liderança indígena	Masculino	65 anos	Ensino Médio Completo	Uarini
ENTREVISTA 3 - Produtor	Masculino	45 anos	Ensino Fundamental Completo	Tefé
ENTREVISTA 4 - Produtor	Masculino	47 anos	Ensino Fundamental Incompleto	Tefé
ENTREVISTA 5 - Produtor	Masculino	50 anos	Ensino Fundamental Completo	Tefé
ENTREVISTA 6 - Responsável pela produção / Atravessador	Masculino	45 anos	Superior Completo	Tefé
ENTREVISTA 7 – Agente chave	Masculino	60 anos	Pós Graduado	Tefé
ENTREVISTA 8 – Agente chave	Feminino	38 anos	Mestrado	Tefé
ENTREVISTA 9 – Agente chave	Masculino	45 anos	Superior Completo	Tefé
ENTREVISTA 10 – Agente chave	Masculino	37 anos	Técnico Agropecuário	Alvarães
ENTREVISTA 11 - Produtora	Feminino	56 anos	Ensino Fundamental Incompleto	Alvarães
ENTREVISTA 12 - Agente chave	Feminino	40 anos	Superior Completo	Alvarães
ENTREVISTA 13 - Produtora	Feminino	45 anos	Ensino Fundamental Completo	Tefé
ENTREVISTA 14 - Agente chave	Masculino	34 anos	Superior Completo	Tefé
ENTREVISTA 15 - Agente chave	Masculino	50 anos	Pós-Graduado	Tefé

Fonte: Original desta pesquisa.

De maneira geral, independente da função ou atividade exercida, ou do papel no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini, o perfil e a opinião dos entrevistados são muito parecidos, sobretudo por causa da semelhança do histórico de vida, no que se refere à produção de farinha. A diferença mais marcante está no nível de educação formal, já que os produtores, quase na sua totalidade, têm baixa escolaridade, enquanto os agentes-chave do processo de registro da IG cursaram nível superior (mais de uma graduação, pós-graduação em nível de especialização e até título de mestrado). Situação que chama atenção, uma vez que a região tem escassez de mão de obra especializada, principalmente porque os municípios dessa região são afastados da capital do Estado, sem acesso por estrada, pois somente possível por barco e avião.

O Quadro 8 apresenta as características básicas do perfil dos entrevistados desta fase do estudo de caso. Como é próprio do método qualitativo, para o processo de seleção não houve

preocupação com amostragem estatística, o grupo de entrevistados foi composto aleatoriamente, conforme a disponibilidade e disposição dos agentes para participar da pesquisa – o esforço realizado foi no sentido de entrevistar agentes de todos os municípios que abrangem a Indicação Geográfica (IG). Contudo, por questões logísticas, a comunidade de Maraã não foi entrevistada. Para esclarecimento da composição do perfil, registre-se que alguns agentes-chave atuam como lideranças e também como produtores.

Outros resultados da pesquisa estão analisados a seguir, baseando-se no método de análise de conteúdo, como descrito no capítulo ‘Metodologia’. A análise está apresentada a partir de quadros de derivação de categorias de conteúdo, representando os temas centrais identificados nas entrevistas. Cada tema está comentado e contextualizado com citações dos entrevistados e com referências dos autores selecionados para a pesquisa bibliográfica.

Optou-se por resgatar, primeiramente, a origem do nome da farinha por meio dos relatos orais, passados de geração em geração, em seguida são registradas as situações que fazem parte do processo preparatório para a obtenção da Indicação Geográfica da Farinha Uarini, da seguinte forma: (i) Farinha Uarini: Imagem e Diferenciais; (ii) Percepção sobre a continuidade da produção pelas próximas gerações de produtores; (iii) Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini; (iv) Divulgação e mobilização em torno da IG; (v) Capacitação: diretrizes e boas práticas; (vi) Expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini.

Logo após, são analisadas situações que, apesar da grande mobilização, das diversas ações para viabilizar a conquista da Indicação Geográfica e dos resultados positivos já alcançados, precisam ser resolvidas, a saber: (i) Dificuldades para adesão/engajamento ao projeto da IG; (ii) Tensões latentes acerca do processo de preparação para obtenção da Indicação Geográfica; (iii) Casa de Farinha Tradicional X Casa de Farinha Modelo Uarini; (iv) Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da Indicação Geográfica (IG); (v) Dificuldades para negociação do preço para a Farinha Uarini: Atuação dos atravessadores, varejistas e produtores que adulteram a farinha; (vi) Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini.

6.1.1 Processo preparatório para a obtenção da IG da Farinha Uarini

Os sentimentos relacionados à IG são predominantemente positivos: confiança, entusiasmo e otimismo. Para os entrevistados, a aprovação do registro da IG da Farinha Uarini significa o reconhecimento oficial, atestando sua qualidade e origem, e enche de esperança os produtores que, há tempos, desejam ver reconhecidos o seu trabalho e sacrifício despendidos na lavoura da mandioca e na produção da farinha. Além das características naturais que diferenciam o produto (boa maniva, solo diverso), a partir da padronização do processo de produção, outros atributos de qualidade foram agregados, tais como a higienização do ambiente (e do produto), novos equipamentos para manipulação, torrefação e transporte, que compõem as Casas de Farinha Modelo Uarini, projetadas para atender aos requisitos da IG.

Por outro lado, até a confirmação da aprovação do registro da IG, todos estavam bastante ansiosos, sobretudo os produtores. O que se percebeu é que, especialmente aqueles mais envolvidos desde o início do projeto, aguardavam o momento de usufruir as vantagens do resultado das mudanças implementadas.

Abaixo, relatos sobre o ambiente de produção da Farinha Uarini e os preparativos e expectativas a respeito da Indicação Geográfica.

6.1.1.2 Farinha Uarini: imagem e diferenciais

Apesar de ter suas particularidades positivas exaltadas e reconhecidas na região em que é produzida, a fama da Farinha Uarini se restringe, essencialmente, ao Estado do Amazonas, estando longe de ser consumida em grande escala além das fronteiras amazonenses. No entanto, já se tem conhecimento de pequenos focos de admiradores em outros Estados do Norte e Nordeste do Brasil, em São Paulo, além de Itália e Portugal. Esses últimos, de acordo com os entrevistados, foram atraídos em decorrência da “onda *gourmet*”, que faz *chefs* de cozinha viajarem mundo afora, explorando sabores, bem como da participação de alguns produtores locais em eventos e seminários no Brasil. Programas culinários na TV, com reprodução nacional, também já mostraram receitas ou se referiram à farinha do Amazonas.

Quadro 9 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Farinha Uarini: imagem e diferenciais

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> • Fama da Farinha Uarini está amparada nas características do processo tradicional de produção e do tipo de raiz cultivada • Peculiaridades (aparência) da Farinha Uarini a distingue das concorrentes 	<p>Acredita-se que são o processo de produção utilizado e a escolha criteriosa da raiz que conferem aparência e sabor inigualáveis à Farinha Uarini</p>	<p>Ainda que (com a IG) ocorram mudanças estruturais e nos instrumentos de produção, há consenso de que se deve manter a essência do <i>modus</i> tradicional de fabricação da farinha</p>

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Fama da Farinha Uarini é amparada pelo processo tradicional de produção*

De acordo com os relatos, a qualidade e fama da Farinha Uarini se deve ao processo minucioso e criterioso da sua produção, que envolve a “peneiragem” mais de uma vez, e um tempo específico de torragem, o que deixa a farinha “bem emboladinha” (formato de grãos redondos, como bolinhas ou ova de peixe).

Essa forma de produzir vem sendo repetida por gerações inteiras, sem qualquer alteração, até o momento da decisão para obter a IG. As mudanças mais relevantes ocorreram no ano de 2019, para atender às exigências do registro da IG da Farinha Uarini, e se concentraram, sobretudo, na Casa de Farinha Modelo Uarini e em alguns equipamentos (torradeira, peneiras, transporte). Mas também foram estabelecidas “regras” (padrões) de manipulação, a fim de que o produto final, mesmo tendo sido feito por diferentes produtores/municípios, seja o mesmo ou tenha a mesma qualidade. Segundo os entrevistados, a “evolução” mais expressiva ocorreu “nessa parte”, ou seja, na maneira de “embolar” os grãos, depois de passar pela palha, rede, sacas, até chegar à “emboladeira”, equipamento que dá o formato final da farinha.

São esses procedimentos que estão por trás das particularidades da Farinha Uarini, e que remetem à sua história e distinção: “Quando eu falo em Farinha Uarini, eu penso nisso, um produto que traz uma história tradicional de anos de produção, com formas que foram adaptadas ao longo desses anos, para melhorar a produção e gerar aquela farinha, com aquela coloração bonita, dourada, e gostosa” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

Valente *et al.* (2012) corroboram essa diferenciação, afirmando que a IG é uma forma de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, conferindo-lhe um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem.

Talvez essas novidades, introduzidas na estrutura e equipamentos da produção da Farinha Uarini, representem a mudança de mais difícil aceitação e adaptação por parte dos produtores, pois remete à história de vida que cada um tem com as Casas de farinha, que, por sua vez, remonta à história de outros familiares e antepassados. Para os produtores, as Casas de farinha tradicionais são “o retrato que lembra onde tudo começou”, lembram a “luta” para produzir a farinha.

Os adeptos das mudanças nas Casas de farinha tradicionais concordam com seu papel fundamental na história da farinha e, conseqüentemente, com a Indicação Geográfica. E por tal motivo, defendem a manutenção da essência desses locais, ou seja, a maneira de produzir a farinha, implementando, contudo, as mudanças necessárias para obter o registro da IG, o que contribuirá para torná-la competitiva. Segundo um dos produtores: “não faria sentido pedir uma indicação geográfica da farinha daqui, se você mudasse muito esse modo de produção ou a casa em si” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

Em concordância, Brunch e Vieira (2016) afirmam que a IG distingue a história da região, a cultura do povo, a origem do produto, a tradição da sua elaboração. Por isso, ela pertence e é inerente à coletividade, pois é esta mesma coletividade que construiu, ao longo do tempo, as características que fazem do produto algo único.

“Ela é tradicional ainda, mas está se encaminhando, ela já entra num processo industrializado quando estou falando dos braços mecânicos para a torrefação, mas isso, nós não podemos considerar como um produto industrializado porque o processo de fabricação, do meu ponto de vista, para ser industrializado, ele tem que se iniciar tanto na parte de mecanização, de terra, de solo, de gradeamento, por exemplo, se você vai comparar o nosso jeito de fazer hoje com jeito do Paraná, por exemplo, lá é industrializado. Aqui não, trabalhamos praticamente 100% com ela artesanal com mão de obra familiar” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“As vantagens eu vejo que é um produto específico e característico nosso, só nós aqui nesses quatro municípios produzimos essa farinha, isso nos coloca na frente de outras regiões porque, como eu tenho falado, farinha você encontra em qualquer feira, em qualquer taberna em qualquer canto que você vá, sobretudo na região norte, mas farinha Uarini você não encontra” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Tem o público que é de fora, que é externo, né, que vem de outras regiões do Brasil, ou até internacional, que se admira também com a forma, com o modo de produção e valoriza isso” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“Pelo o que a gente tem visto, sim, né, porque você vai no mercado de Manaus, aqui no nosso estado mesmo, você chega ali, vai ter a plaquinha ali ‘farinha tal’ e ‘farinha do Uarini’, o cara vai na farinha de Uarini. Ele vai comprar farinha de Uarini, porque ele sabe que tem uma qualidade” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

➤ *Peculiaridades da Farinha Uarini*

De acordo com os depoimentos dos entrevistados, a região de Uarini produz mais de um tipo de farinha – “ova”, “ovinha”, “filé” são as mais citadas: “É uma farinha leve, uma farinha bem amarela, uma farinha que tem uma granulometria mais homogênea do que outras, ela é saborosa, eu acho ela muito saborosa” (ENTREVISTA 14 – Agente-chave).

Observou-se que esse espírito crítico de avaliação se estendeu para a seleção das raízes de mandioca cultivadas. A maioria dos produtores resume sua produção à plantação de raízes de mandioca que geram farinha de melhor qualidade. As mais citadas foram “Catombo” (a mais elogiada), “Aparecida” (ou Baixotinha) e “João Gonçalo”. A Catombo é a raiz mais cultivada, por gerar a melhor farinha, comprovada, inclusive, por estudo da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA. Segundo o comentário de um entrevistado: “É a raiz utilizada para a Farinha Uarini”. Para os produtores, a Catombo é melhor “em função da polpa amarela. Também tem a questão da qualidade. Ela é boa para o embolador. Ela não tem muita água, porque tem umas que têm bastante água, e isso dificulta no processo de embolar, de fazer a embola, para ficar o carocinho” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

6.1.1.3 Percepção sobre a continuidade da produção pelas próximas gerações de produtores

Quadro 10 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Percepção sobre a continuidade da produção pelas próximas gerações de produtores

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> Percepção da maioria dos pais indica que filhos darão continuidade à tradição familiar de produção de farinha. Também se vislumbra a atuação dos filhos em funções técnicas e/ou gerenciais – e não somente na produção propriamente dita 	<ul style="list-style-type: none"> Maioria da atual geração de filhos mantém tradição como produtores da Farinha Uarini Observa-se participação de parcela dos filhos de produtores da Farinha Uarini, ocupando funções técnicas e/ou gerenciais 	Participação das novas gerações no processo de produção da Farinha Uarini tende a não ficar restrita às Casas de Farinha, mas também com atuação em funções de gerenciamento do negócio

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Continuidade à tradição familiar de produção da Farinha Uarini*

A depender dos depoimentos, a continuidade da tradição da produção da Farinha Uarini parece estar assegurada, pelo menos no que se refere à próxima geração, ou seja, a maioria dos filhos dos produtores atuais substituirão seus pais à frente das lavouras, das Casas de farinha ou das comunidades. Este é o sentimento dos pais entrevistados.

Tende-se a concordar, considerando que inúmeras tradições persistem no Brasil. Também há que levar em conta a força das tradições familiares, especialmente em regiões distantes de grandes centros urbanos. Como reforço para essa hipótese, acrescenta-se as poucas oportunidades de trabalho e renda disponíveis na região de produção da Farinha Uarini.

Mesmo os filhos que têm curso superior dão a entender que não pretendem seguir outro rumo, uma vez que as especialidades acadêmicas que escolheram estão associadas, direta ou indiretamente, ao negócio da mandioca. Os relatos mostram que esses jovens, que não ajudarem “na roça”, deverão, de alguma forma, contribuir com o negócio da família e das comunidades, seja atuando na área administrativa/gestão, seja participando das associações e cooperativas relacionadas à mandioca e a outros produtos típicos da região ou ao ecossistema local.

Todavia, supõe-se que, daqui para frente, essa tradição familiar sofra mudanças e perdas mais contundentes e, conseqüentemente, poderá haver descontinuidade por parte dos filhos, ou de maneira natural, por conta de outros interesses, ou pelo fato de que, com a introdução de tecnologias e adaptações na produção da farinha, o número de ajudantes sofra drástica redução. Por outro lado, foi possível perceber, que apesar de, atualmente, os filhos terem mais oportunidade para avançar nos estudos, talvez a mudança para um processo menos “brutal” de produção (introduzido pelas Casa de Farinha Modelo Uarini) possa sanar a rejeição, atraindo-os para a atividade dos pais.

Mesmo assim, ainda que nem todos esses jovens pertençam a famílias locais, um número significativo deles cursa a universidade e encontra-se engajado no projeto da IG, como funcionários que são das entidades promotoras da Indicação Geográfica.

Contrariando a tradição, há os que desejam outra atividade para os filhos, com menos esforço (comprometimento) físico, porque, para estes pais, “o negócio da farinha não é fácil não, é só para quem tem coragem” (ENTREVISTA 11 – Produtora).

“Acredito que sim. Talvez com alguns ajustes porque o que a gente percebe hoje, na atualidade, é que a nossa juventude, eles estão muito modernos e é por isso que no início eu comecei falando que nós precisamos ir inovando o jeito de produção, porque do jeito que meus avós produziam, do jeito que meus pais produziam, e que hoje ainda de certa forma a gente produz, talvez os nossos jovens, eles já não tenham mais tanta vontade do mesmo jeito. Acredito que produzir farinha, sim, mas não com a mesma tecnologia rústica que nós produzimos hoje” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Vejo sim. Minha filha mais velha, ela olha, na realidade é ela que tá desenvolvendo a marca, a identidade visual, o nome da farinha foi ideia dela, então essa parte é com ela. Uma das defesas dela lá na UFAM foi sobre cooperativa. O modelo, de administração, né, da parte de cooperativa” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“Meus filhos já estão todos mais ou menos encaminhados, né? Eu acho que dificilmente fariam, trabalhariam com farinha de mandioca, né, mas se fosse preciso...” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Eu espero (que filhos continuem), porque eu sempre digo para os meus filhos que a nossa produção de roça... Eu digo para eles que é o nosso banco né, como a gente não tem emprego, de onde a gente tira (sustento) é lá da roça, da nossa produção, então eu digo para eles que lá é o nosso banco, que só quem mexe é a gente né” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

6.1.1.4 Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini

Quadro 11 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
As entidades e associações mais importantes da região de produção da Farinha Uarini fazem parte do grupo empenhado na obtenção da IG – SEBRAE se destaca, por ser responsável pela iniciativa e por ter atuação marcante em todas as fases do projeto. Associações locais, cujas lideranças já se destacam entre os produtores, também são reconhecidas	Grande maioria das iniciativas e procedimentos para obtenção da IG foram implementados pelo SEBRAE e por associações representativas locais	A atuação dos agentes responsáveis pelas iniciativas para obtenção da IG é reconhecida e exaltada pelos produtores

Fonte: Elaborado pela autora

Os entrevistados estão com o discurso ‘afinado’ e alinhado, com relação à importância da obtenção da IG para a vida dos produtores e de toda a população da região. Independente do papel de cada um nesse processo, prevalece o consenso de que o registro da IG proporcionará vantagens significativas a toda região de origem da Farinha Uarini. E principalmente, valorizará a “identidade” da produção e do produto, constituindo uma forma de preservar a “cultura” local.

Santilli (2011) concorda, afirmando que a IG é um registro que protege produtos diferenciados, valorizados e associados a valores simbólicos e a dinâmicas socioculturais locais, que buscam formas próprias de inserção em mercados dominados por *commodities*. Complementando, o guia da CNI (2009) sobre Propriedade Intelectual, em cujo contexto está inserida a Indicação Geográfica, ensina que o direito de exploração comercial favorece a competitividade empresarial e a geração de um ambiente concorrencial que beneficia o comércio.

➤ *Atores/Agentes envolvidos no processo de obtenção da IG da Farinha Uarini*

Durante as entrevistas, pessoas e instituições que lideram o projeto de IG foram constantemente enaltecidas, desde prefeitos e vereadores, até a associações, cooperativas e entidades representativas. O SEBRAE estadual, junto com a Secretaria de Produção de Tefé, foram os mais elogiados, de forma geral, pela atuação e empenho com o intuito de incentivar e propiciar que todos os interessados participem do processo de implementação da IG. Segundo depoimentos, os representantes desses órgãos “arregaçaram a manga da camisa” para “fazer acontecer”.

Parcela dos entrevistados também reconhece que, por já terem sido produtores, algumas lideranças se destacam nesse processo de divulgação da IG, pois detêm o conhecimento e a vivência “do trabalhador rural e do sofrimento” no seu labor diário. Os relatos dão conta de que determinados atores e/ou instituições se destacaram, às vezes pela desenvoltura e liderança do representante nas reuniões/encontros, ou por causa da sua proximidade com os produtores (por ser ou por ter sido produtor), ou porque atua como defensor dos interesses da classe. A empatia não tem relação com o cargo ou o papel dessas pessoas no processo do registro da IG – o que se observou é que simplesmente essas pessoas são identificadas e destacadas por sua liderança natural, e pela forma (atenciosa) de agir e tratar seus pares.

Os atores mais citados espontaneamente foram o SEBRAE e o Instituto Mamirauá. Mas também foram lembrados: a FLONA, o ICMBIO e o Instituto de Desenvolvimento Agropecuário e Florestal Sustentável do Estado do Amazonas – IDAN, seguidos pela Associação de Produtores Indígenas da Aldeia Miratu – APIAM e Cooperativa Agroextrativista Mista dos Produtores de Nova Sião – COPAGENS, mencionados por serem entidades representativas da região. Destaque também para a Secretaria de Produção de Tefé e a Secretaria de Agricultura de Alvarães, bem como os prefeitos dos municípios envolvidos e alguns

vereadores. As outras instituições foram mencionadas após estímulo, com os entrevistados não sabendo expor a respeito delas, apenas que são associações dos municípios da região, relacionadas à floresta ou a igrejas locais, tais como: FAS, APAFE, Agência de Desenvolvimento Sustentável do Amazonas – ADS, Secretaria de Produção Rural – SEPROR-AM, Organização das Cooperativas Brasileiras – OCB, Secretaria de Estado do Meio Ambiente do Amazonas – SEMA, Associação Nacional de Órgãos Municipais de Meio Ambiente – ANAMMA e Associações dos Moradores e Usuários da Reserva Amanã – CAMURA. A consultoria responsável pelo planejamento do projeto e pelo registro da IG, o Instituto de Inovação e Tecnologias Sustentáveis – INOVATES, foi referida por poucos entrevistados, notadamente pessoas que lideraram as iniciativas. Por último, o projeto da IG contou com o apoio do Ministério da Agricultura e da Companhia Nacional de Abastecimento – CONAB, que auxiliaram na articulação para atender à demanda de exportação da farinha.

Interessante constatação foi de que a APRU, organização detentora da IG da Farinha Uarini, foi pouco citada como integrante do grupo de entidades responsáveis pela mobilização em favor da Indicação Geográfica. E pelos depoimentos, também não parece ser a associação com mais adeptos, se comparado ao número de entrevistados que declararam participar de outras entidades afins.

Dentre as pessoas do movimento pela IG da Farinha Uarini destacam-se: a responsável pela análise financeira do produto e que também ministrou curso prático de gestão financeira para os produtores de farinha das comunidades; representantes da COPAGENS, da APAFE e da própria APRU. A referência a eles deu-se por conta do conhecimento que demonstraram ter (sobre a IG e outros assuntos) e da atenção dispensada aos produtores durante as reuniões. Também porque, de acordo com alguns entrevistados, essas pessoas conseguiram disseminar o “espírito de união” entre os envolvidos, o que possibilitou “fazer as coisas acontecerem”. Outros nomes também foram citados isoladamente – são produtores e lideranças locais, todos envolvidos no processo da IG.

“A gente sabe que só os produtores, sem os parceiros, fica complicado, mas tem vários atores aí, desde o governo federal e governo estadual, que começa agora participar, e os municípios que estão dentro da indicação geográfica também, além das organizações não governamentais que participam também diretamente” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Algumas entidades, alguns representantes de entidades são mais motivados, mais interessados do que outros, né? Por exemplo, os meninos do SEBRAE, eles são muito interessados, eles tão interessadíssimos. Tem o grupo lá, Instituto Mamirauá também,

das associações, não é porque eu esteja... Que eu tenha participado, mas a Associação da Flona, está bem interessada, né, através de outras lideranças lá, né? Que eles se destacam por isso” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Há um aporte considerável do SEBRAE que, eu acredito, que sem esse aporte inicial não teria como ter incentivado e motivado” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

6.1.1.5 Divulgação e mobilização em torno da IG

Quadro 12 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Divulgação e mobilização em torno da IG

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
Divulgação sobre a IG é tão importante quanto divulgar/reforçar a qualidade da Farinha Uarini	A ampliação da divulgação da IG (além dos ambientes dos cursos e associações) pode contribuir para maior adesão ao projeto	Apesar de suscitar alguma controvérsia, as festas locais e os pontos de venda da Farinha Uarini são citados como melhores locais e oportunidades para divulgar a IG

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Divulgação e mobilização em torno da IG*

Apesar das expectativas para ampliar o mercado da Farinha Uarini além das fronteiras do Amazonas, a ideia principal é reforçar a imagem da Farinha entre os compradores do Estado e mobilizar todos os envolvidos com o mercado da farinha, em torno da IG.

Para viabilizar isso, é preciso que a divulgação da IG não se restrinja aos locais das reuniões, cursos de capacitação e associações locais. Além disso, segundo depoimento de alguns, ainda falta maior empenho nas iniciativas de mobilização dos produtores.

Houve comentários, no sentido de que os melhores locais para divulgar a Indicação Geográfica seriam as festas locais, que costumam reunir as comunidades dos municípios da região. O mesmo é recomendado para a divulgação da Farinha Uarini – o que já ocorre atualmente.

No que se refere à divulgação da Farinha Uarini, embora as festas comemorativas não estejam descartadas para esse fim, os entrevistados tendem a preferir os pontos de venda do produto – feiras e mercados, mas também nas portas das casas dos produtores, como já fazem alguns deles. Acredita-se que o contato direto do produtor com o comprador, seja ele consumidor final ou atacadista, é a melhor maneira de informar sobre a farinha, assim como também é ideal para vender o produto e negociar melhor preço. Especialmente para o consumidor final, trata-se da

oportunidade de conhecer o produtor, e saber o que está por trás da cor, sabor e qualidade da farinha, descobrindo a forma como é produzida e, diante das circunstâncias, saber da Indicação Geográfica da Farinha Uarini. Pelos relatos, constatou-se que a propaganda boca-a-boca tem sido a estratégia mais eficaz para divulgar a farinha.

No entanto, as menções à Festa da Farinha de Uarini e à Festa da Castanha de Tefé não foram consensuais, principalmente sobre a eficácia desses eventos para mobilizar ou informar os produtores. Alguns consideram que, da forma como tem ocorrido nos últimos anos, esses eventos não são indicados para a promoção da IG da Farinha Uarini, porque, apesar de conhecidas, tais festas não têm atraído a população como antes. Outros apostam que, contrariamente, a IG pode se transformar em argumento e incentivo para que essas festas voltem a ter sucesso e, portanto, seriam os locais adequados para divulgar a IG.

Além disso, acredita-se na probabilidade de que a conquista da IG alavanque a divulgação da Farinha Uarini para além das fronteiras do Estado do Amazonas e “chegue em outros cantos” do Brasil. Há quem projete interesse de outros países.

(Festas) “Já houve, há alguns anos parou, até esse ano, de repente, houve uma proposta pela parte do prefeito, ele ia... Como ele disse ‘olha, eu não tenho como fazer uma festa da farinha, eu vou tentar fazer alguma coisa assim, um movimento, para que se consiga resgatar’ isso” (ENREVISTA 2 – Agente-chave / Liderança indígena).

“Eu acho que o pessoal não podia deixar escapular isso né, porque a maior produção de Tefé é a farinha, não é nem a castanha, castanha nem todos tem, a farinha não, farinha todos tem, todos fazem, seria uma festa da farinha, e isso ajudaria muito a divulgação do produto” (ENTREVISTA 5 – Produtor).

“Eu estou achando ainda muito fraco, às vezes a gente conversa, a gente conversou com o rapaz da APRU: ‘não, porque está faltando isso e tal’, então, para a gente conseguir as coisas, a gente tem que correr atrás mesmo né? Atrás dos parceiros, porque ainda não está no ponto que tem que ser né. Acho que tem algo, que falta a gente correr atrás e fazer a coisa acontecer, e funcionar também” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Agora, em 2019, eles estão com o planejamento de voltar, com o resgate, com as festas, com as danças tradicionais, então eles já estão se preparando para realizar a festa da farinha. Aí, a gente em parceria, SEBRAE e prefeitura, a gente vai realizar, eles realizando, a gente apoiando e, nesse contexto, por exemplo, a APRU já está incluída, vai ter um stand para informação, para dizer o que é indicação geográfica, para aqueles produtores que ainda não tiveram acesso a essa informação” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

6.1.1.6 Capacitação: diretrizes e boas práticas

Quadro 13 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Capacitação: diretrizes e boas práticas

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<p>Maioria dos produtores engajados ao projeto da IG conhecem as diretrizes do programa e já participaram de capacitação.</p> <p>Nota-se dificuldades com relação a termos técnicos, utilizados nos treinamentos e no Caderno de Especificações Técnicas</p>	<p>Quanto mais simples o linguajar utilizado para se comunicar com os produtores, melhor será a compreensão e o aprendizado</p>	<p>Importante que os treinamentos abranjam cada vez mais produtores. A comunicação deve ser simples, a fim de facilitar a compreensão e a aceitação sobre o novo contexto e as mudanças necessárias para atender à IG</p>

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Capacitação: diretrizes e boas práticas*

As reuniões, cursos e treinamentos realizados para a divulgação da Indicação Geográfica, bem como a orientação e capacitação dos produtores é do conhecimento da maioria, apesar de que, eventualmente, algumas denominações dos cursos e materiais de instrução tenham causado certa confusão de identificação, notadamente entre os produtores, que estão acostumados a um linguajar mais simples. Às vezes, as pessoas sabem da atividade ou acontecimento, mas precisa de um pouco de detalhamento para identificar do que se trata. Por exemplo, para alguns, é mais fácil reconhecer o curso de boas práticas, se for falado o nome do instrutor. É quando se recordam: “Ah sei, foi o (nome) da associação que fez esse trabalho...”.

Nesse sentido, como acima citado, além de melhor compreensão, o fato de o instrutor ser uma pessoa conhecida dos produtores também contribui para a confiança nos ensinamentos. Ao mesmo tempo, houve os que se mostraram surpresos (mas não receosos) com o fato de que alguns produtores se tornaram multiplicadores das instruções sobre a IG. Além de repassar conhecimento, esses produtores também contribuem para a economia do projeto, já que substituem consultores que, de início, seriam contratados (pagos) para capacitar o restante dos produtores (que não participaram da primeira etapa dos treinamentos). A previsão é de que, nos seminários seguintes, esses “replicadores” conduzam as oficinas de boas práticas de produção da farinha.

Na opinião geral, o Caderno de Especificações Técnicas é o “primeiro norteador” para a padronização do processo de mudanças na produção da farinha. É ele que proporciona conhecimento aos produtores sobre como se adequar às boas práticas de fabricação, permitindo a “avaliação de quem pode usar a marca”. Alguns entrevistados lembraram que, desde o início do projeto da IG, foi estabelecida a previsão de revisão do “Caderno”. Após a primeira etapa da sua aplicação, foi planejada a avaliação dos procedimentos, para alterações e ajustes.

Os cursos e materiais de orientação sobre a IG são de conhecimento de praticamente todos os entrevistados. No entanto, há produtores que desconhecem o Caderno de Especificações Técnicas, e aqueles que, até o período em análise, ainda não tinham frequentado cursos ou recebido qualquer orientação a respeito, e sequer sido convidados a participar de treinamentos. Ou seja, não tinham conhecimento dessas ações. Importante lembrar que essas pessoas são produtores da farinha que, em tese, pertencem ao público-alvo dos cursos e treinamentos. Não ficou claro se houve falhas na divulgação das ações para engajamento.

Além do discurso afinado e alinhado dos que estão participando do projeto, constatou-se a predominância de uma visão crítica revelada na avaliação geral do processo de produção de farinha e, sobretudo, dos tipos de farinha mais adequados para a comercialização. Entende-se que tal conscientização e senso crítico resultaram das reuniões e treinamentos realizados para informar e capacitar os produtores sobre a IG.

Os resultados da pesquisa atestam que, ainda que tenham sido identificadas deficiências, o processo de registro da Indicação Geográfica da Farinha Uarini estava mobilizando os quatro municípios que compreendem os seus limites, provocando mudanças significativas nas comunidades de produtores, não somente no que concerne à padronização da forma de produzir a farinha, mas também na mentalidade e percepção dos envolvidos, no que se refere à produção, gestão e valorização do seu produto. E por extensão, no que diz respeito ao consumidor da farinha, visto que todos os esforços para a obtenção da IG focam na sua oferta como um produto de alta qualidade.

“Os primeiros produtores que foram capacitados, treinados, e hoje, por exemplo, olhando para o que acontece agora na atualidade, as boas práticas de fabricação de farinha são feitas por esses produtores já, nós não precisamos mais chamar o que a gente chama de profissionais, os consultores né, que gente contratava para falar dessas condições que precisam ser observadas, para ser ter uma boa qualidade na produção de farinha. Então hoje, por exemplo, o próprio presidente da COPAGENS, ele é um replicador, hoje ele faz as oficinas” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

“O que mudou muito na questão, o ganho maior foi focado muito na questão da agroindústria né, da conformação da casa, da conformação do forno, da disposição dos equipamentos, está se falando da parte sanitária, a gente sabe que lá no mato, ninguém pergunta, mas sabe que às vezes não tem banheiro né, daí a pessoa vê lá, não tem trato. Então na Casa agora tem um tanquezinho, tem a pia pra lavar a mão, tem a situação de sanitária, tem a questão da canalização da água” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

6.1.1.7 Expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini

Quadro 14 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<p>Expectativas de reconhecimento da qualidade da Farinha Uarini pelo mercado.</p> <p>Expectativas de reconhecimento para o trabalho do produtor, no que se refere à sua saúde.</p> <p>Expectativas para negociação de melhor preço.</p> <p>Expectativas de menos agressão ao meio ambiente (menos queima, cuidado com o solo)</p>	<p>Produtores esperam que a IG proporcione maior divulgação da Farinha Uarini, e que o reconhecimento resulte em melhor preço para o produto, assim como menos agressão à saúde dos produtores e ao meio ambiente</p>	<p>As expectativas com relação à Indicação Geográfica da Farinha Uarini são predominantemente positivas</p>

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Reconhecimento de mercado*

Os resultados da pesquisa mostram que, além de cumprir os requisitos da IG, as melhorias nos processos de produção da Farinha Uarini contribuirão para atender à demanda do consumidor da farinha, que, na visão dos entrevistados, está mais exigente e interessado por informações sobre os produtos que compra, sobretudo alimentos e, por isso, dá valor a produtos com registro de procedência.

Desse modo, acredita-se que, depois da obtenção do registro da IG, a opinião do consumidor será mais favorável à Farinha Uarini, já que, para os entrevistados, a IG vai remeter aos requisitos exigidos e à forma como a farinha é produzida e, “sabendo de onde vem”, os compradores terão garantia da qualidade do produto, principalmente no que tange ao sabor e granulometria, característica associada à “aparência” da farinha, que, de acordo com a sensação geral, é o primeiro quesito de atratividade da Farinha Uarini. Há concordância de que o produto com IG transmite “confiança” e “transparência” com relação ao processo de produção, até

porque, como atestam alguns entrevistados, “é possível você rastrear a história daquele agricultor, daquele produto, como aquilo vem sendo produzido” (incluindo os procedimentos higiênicos).

Nesse sentido Rangnekar (2003b), ressalta que o selo indicativo da origem geográfica do produto é usado como meio de garantir a reputação da referida localidade, como agregadora de qualidade, pelo uso de sinais distintivos de evocação originária.

Tal percepção também reforça a preocupação com a segurança dos alimentos, que vem representando um grande desafio para todos os elos da cadeia produtiva da farinha de mandioca, uma vez que as exigências do mercado consumidor – nacional e internacional – têm aumentado constantemente. Sendo assim, é premente que produtores e beneficiadores de alimentos se adequem às novas tecnologias e a sistemas de gestão para qualidade e segurança dos alimentos (VIEIRA, 2009).

Diferentemente, existe outro entendimento de que a IG ainda é desconhecida de muitos consumidores, seja no que se refere ao seu significado (identidade cultural de determinado produto) ou às condições que o seu registro exige (higiene), se comparada ao selo do INMETRO, por exemplo, que é amplamente divulgado e conhecido. Portanto, baseado nesse pressuposto, para as pessoas que não a conhecem, talvez a IG não seja determinante para a escolha da marca Uarini, ou seja, que a decisão de compra será fundamentada por outros motivos e, assim, qualquer farinha/marca pode ser adquirida.

Vem dessa lacuna a importância do registro da IG para a consolidação da marca de Farinha Uarini, pois como referido em documento da CNI (2009), a principal função da marca nas estratégias comerciais e publicitárias das empresas é propiciar ao consumidor a fácil identificação e diferenciação do produto ou serviço desejado.

“Eu vejo o grande salto a gente conseguir tirar esses produtos falsificados do mercado. Vou usar falsificado, talvez não seja o termo correto, mas é assim que a gente vê, são produtos que não tem as mesmas características da nossa farinha e estão lá com o nome. A indicação geográfica não é simplesmente um nome de um produto, ela é um nome daquela região, onde tem um produto com uma qualidade diferenciada. O principal objetivo é proteger a marca do nosso produto, que é a farinha” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Eu acho que ela vai melhorar até em termos de venda, porque alguém vai ver uma foto de uma Casa de farinha melhorada, com higiene, diferente, então vai mudar. Então eu acho que a partir que a pessoa vai vendo que a gente começou a melhorar a

Casa de farinha, eu acho que vai ter mais gente consumindo farinha” (ENTREVISTA 4 – Produtor).

“Primeiro ela protege uma região. O mérito da farinha do Uarini é dessa região. Foi bem acertada: Tefé, a Alvarães, a Uarini, um pedacinho de Maraã. (...) agregar valor, já que onde surgiu a farinha do Uarini, continua a usufruir da farinha do Uarini. Com a indicação geográfica, quer dizer, aquele povo, que teve um processo evolutivo, que chegou naquele produto, que tem uma projeção nacional, até internacional, consiga continuar usufruindo” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“É uma forma de agregação de valor, de reconhecimento, de fortalecimento dos produtores que tem essa identidade. Então eles podem falar ‘nosso produto tem um reconhecimento de identidade. Ele tem uma diferenciação que ele já tá até reconhecido’, ‘Só nós fazemos esse tipo de produto’, mesmo que outras pessoas façam, mas aqui que está a especificidade, com essas características, então eu acho que traz um fortalecimento para esses agricultores que trabalham nesse processo, e valorização do produto que eles fazem, que tipo (é), mostra que é uma coisa de autenticidade deles” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“Eu acho que a gente vai ganhar não só na parte de ter um produto de qualidade, mas também na parte de valorizar o produtor, né, e também de reconhecimento da região, que hoje ela tem sim as suas riquezas, a sua beleza, mas ela não é conhecida. Então eu creio que vai chegar um tempo, vai despertar em algumas pessoas o interesse de saber onde é que estão produzindo esse produto que está chegando ao mercado com marca, com nome, com qualidade, e vai despertar o interesse de alguém vir, querer conhecer a região, pelo produto que está sendo produzido aqui” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

“O primeiro ponto é questão da origem, então é garantir para o mercado que, de fato, ele está consumindo um produto legítimo dessa região” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Reconhecimento do trabalho do produtor*

Para os produtores, espera-se progresso na qualidade de vida, como um todo, mas principalmente nas condições e esforços de produção, tal qual ocorre atualmente.

Há quem já faça planos: ‘Vou fazer cinco quartos de roça, porque eu quero organizar minha casa, preciso mobiliar, preciso comprar um transporte’. Conforme os entrevistados declararam, além de poder vender por melhor preço do que se negocia atualmente (o que proporcionará melhores condições de vida – maior poder de compra), os produtores poderão trabalhar menos, e com mais conforto e saúde (menos inalação de fumaça): ‘de forma mais confortável e sem muito sofrimento’.

“Nós produtores, temos que ir nos adaptando também para essa evolução, com o melhoramento do processo de produção e também por questão de saúde do nosso agricultor” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Eu acho que vai proteger todo um sistema. Aí vai proteger o agricultor, vai proteger a família, vai proteger a própria farinha, né, os cuidados que vão ser utilizados para a produção da farinha. E a expectativa é de ter menos trabalho, que esteja ali protegido, contra, por exemplo, a fumaça que é inalada na hora de torrar a farinha” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Uma das coisas mais importantes que a gente tem observado, que o IG já trouxe para a região, foi a preocupação de trabalhar, de melhorar o ambiente de trabalho do produtor. Isso já tem despertado as pessoas” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

“Hoje eu digo para os meus filhos: ‘não tem por que você dizer que não vai trabalhar numa Casa de farinha’, a gente já fez o teste com meu filho, com minha filha, a gente trabalhava o tanto que hoje a gente trabalha na Casa de farinha tradicional. Nós, à tarde, ficávamos todos arrebitados, todos cansados, todos doídos, hoje a gente já trabalha na Casa de farinha ecológica, e perguntei para meu filho: ‘tu ficou todo doído?’. ‘Não’. Quer dizer, é uma melhoria até mesmo para nosso corpo físico né, porque, antes, a gente se acabava, estava arrebitado, à tarde, né. E, hoje não, você ainda está querendo ainda fazer mais trabalho, então, é uma coisa, assim, que eu acho que já melhorou muito mesmo” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“A condição de saúde de quem faz a torrefação né, no caso, aquela fumaça, principalmente, que circulava no ambiente, ela sai pela chaminé, o próprio forno, hoje, tem uma portinhola para segurar a fumaça, e também para que o calor fique concentrado, porque acaba influenciando num consumo menor de lenha” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Melhores condições de negociação de preço*

Por sua vez, as vantagens para os produtores se adequarem às exigências da IG serão reflexo da farinha produzida após todas essas mudanças, que, conforme estabelecido, terá a qualidade requerida pelo registro. Daí, a farinha será mais valorizada, em preço e em aceitação, pelo mercado consumidor (que terá acesso a produto de qualidade, higienizado) e, dessa maneira, impactará positivamente toda a cadeia produtiva, principalmente o produtor, que, de acordo com os relatos, mesmo sendo o ator principal da história da farinha, “sempre recebeu pouco pela venda” e, portanto, “não tem retorno financeiro”.

Na opinião geral, o produtor será o mais beneficiado pela IG, mas o registro também movimentará a economia dos municípios envolvidos, já que se espera incremento na atividade do turismo: “a nossa região só vem a ganhar com essa marca, com essa coletividade. São os nossos agricultores, nossos parceiros, porque essa farinha, além de ela trazer uma segurança para os nossos consumidores, traz a melhoria de renda para nossas famílias” (ENTREVISTA 10 – Agente-chave).

Ainda com relação aos produtores, a possibilidade de vender por preço melhor e tornar a farinha mais conhecida se traduz em reconhecimento e valorização do trabalho e sacrifício desses trabalhadores, o que também reflete na autoestima, por conduzi-los à condição de protagonistas (qualidade do produto os tornará conhecidos e com poder para “barganhar melhor preço”). Neste sentido, alguns produtores, que hoje são lideranças, insistiram que é preciso que a classe se conscientize da sua importância nesse processo, e o produtor deixe de se sentir “coitadinho” (porque é simples e “não sabe falar palavras técnicas”), e acredite que “sem o produtor não tem produção. Então tem que acordar para isso. O produtor tem que estar em pé, de cabeça erguida, para que as coisas aconteçam”.

De acordo com Scare *et al.* (2015), as recentes mudanças verificadas na agricultura impactaram no ambiente de negócios do produtor rural, demandando cada vez mais eficiência nas suas tomadas de decisão de compra de insumos, máquinas, serviços financeiros, informação e tecnologia (no caso da Farinha Uarini, seria o aperfeiçoamento dos procedimentos de produção). Esses cuidados propiciam o posicionamento adequado dos produtos, bem como potencial aumento de vendas e satisfação do cliente.

(Benefício da IG) “A comercialização, né, com a marca, essa marca é farinha da região de Uarini, que já é conhecida, né? Então para ele conseguir barganhar melhor preço, né? Para produção dele” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

➤ *Menos agressão ao meio ambiente*

A questão do impacto da IG no meio ambiente é mais comentada por agentes-chave, e a avaliação é positiva. Desde que sejam cumpridas as determinações do INPI no que se refere ao tema, a expectativa é de que, com menos queima de lenha, haverá menos poluição do ar, e, em se respeitando os intervalos de tempo entre uma roça e outra, o solo será preservado. Bem como a eliminação de agrotóxicos nas plantações de mandioca.

“Nós vamos desmatar menos e produzir uma farinha de qualidade para a população, estamos trabalhando em cima de um forno agroecológico, que queima menos lenha e você desmata menos madeira para poder fazer a farinha” (ENTREVISTA 3 – Produtor).

“(…) Fazendo a relação também com a questão do meio ambiente, com relação a água, com relação ao próprio consumo de lenha, madeira, para fazer a produção dessa farinha...” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

6.1.2 Situações a serem resolvidas

Embora não tenha havido manifestações contrárias à Indicação Geográfica, a constatação de algumas situações serve de alerta para se direcionar a atenção a determinados aspectos que podem, se persistirem, causar transtornos e comprometer os esforços despendidos até o momento, bem como a própria consolidação da IG da Farinha Uarini. Essas situações estão relacionadas e analisadas a seguir.

Cabe destacar que dos 15 entrevistados, apenas 1 (na subcategoria de agente-chave) utilizou a prerrogativa de “Prefiro não responder” em diversas questões. Conforme comentado anteriormente na metodologia. O que pode demonstrar que há sim questões de conflito latente.

6.1.2.1 Dificuldades para adesão/engajamento ao projeto da IG da Farinha Uarini

Quadro 15 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para adesão/engajamento ao projeto da IG da Farinha Uarini

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Conhecimento sobre a IG • Fraca atuação das Associações representativas locais • Receio e/ou resistência com relação às mudanças decorrentes da IG • Dificuldades logísticas para deslocamento até os locais das reuniões e dos cursos de capacitação 	<p>No período de realização da pesquisa de campo, a maioria dos produtores ainda não havia aderido às mudanças e adequações estruturais nas suas Casas de Farinha, para atender às exigências da IG</p>	<p>Necessidade de implementação de iniciativas para esclarecimentos e de convencimento para adesão ao projeto de Indicação Geográfica da Farinha Uarini</p>

Fonte: Elaborado pela autora

Apesar dos esforços de mobilização e divulgação, a resistência ou recusa de uma parcela expressiva dos produtores locais para se juntar ao projeto de registro da IG tem causado incômodo, principalmente, aos mais entusiasmados. Para estes, parece incompreensível e inadmissível que não haja interesse por melhorar a qualidade do produto, com vistas a maior lucro e maior aceitação pelos consumidores, o que, por sua vez, impactará positivamente nas condições de vida das famílias envolvidas.

Causa estranheza que seja baixa a participação dos principais atores da produção da Farinha Uarini no projeto pela Indicação Geográfica, já que a ideia primordial da iniciativa é beneficiar os produtores da farinha mais famosa da região. Por outro lado, há comentários acerca do fraco desempenho das Associações representativas locais – inclusa a APRU – no que se refere à administração e no sentido de promover iniciativas de mobilização e convencimento junto aos produtores, especialmente aqueles que ainda não se engajaram.

A ausência de quórum representativo dos produtores em determinadas reuniões, nas quais decisões importantes são tomadas, torna ainda mais desafiador o trabalho dos que lideram a empreitada. Como foi comentado, há “assunto que não tem nada a ver com as entidades representativas, pois é assunto do produtor”, mas que, em alguns casos, acabou sendo decidido por pessoas que, embora tenham conhecimento do que se passa durante o processo de produção da farinha, não vive a atividade diariamente e, por isso, sua visão e percepção sobre certas situações são, no mínimo, limitadas.

A maioria das etapas do processo de mobilização para a obter o registro do IG farinha Uarini foi feito pelas instituições parceiras, principalmente o SEBRAE, o Instituto Mamirauá, o ICMBio e as Secretarias municipais de produção, com a participação dos produtores mais como coadjuvantes. Cabe destacar que o projeto foi financiado pelo SEBRAE que contratou a empresa Inovates para elaborar o dossiê necessário. Agora, com o sucesso da empreitada e com o reconhecimento do IG, será necessário que os produtores, por meio da APRU, tomem a frente de todo o processo para efeito de consolidação da IG, tornando-se protagonistas. Situação semelhante constatada no projeto de Indicação Geográfica da Uva Goethe, em Santa Catarina (VELLOSO, 2008).

“A nossa região ela é muito fraca quando se trata de associativismo e cooperativismo, nosso povo ainda tem muito medo de participar desses movimentos maiores onde se discute coletivamente, sobretudo questões econômicas” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“As Associações aqui não têm uma continuidade financeira, principalmente se os produtores não forem fortes, eles não vão conseguir subsidiar a Associação para que ela desempenhe a atividade de controle que ela se propõe” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Uma das principais desvantagens que eu identifico na Farinha do Uarini é essa falta de mobilização e de produção mesmo, que está sendo muito, ainda, esporádico né, poucas pessoas que estão intervindo e entendendo dessa forma” (ENTREVISTA 3 – Produtor).

“Acho importante a participação, o nível de participação, o número de participação. Eu acho que mais agricultores, mais produtores, deveriam estar participando desse processo. Houve um momento em que a gente percebeu que eram só as entidades que estavam discutindo, né, um assunto que não tem nada a ver com a entidade, que é assunto do produtor. É, em alguns momentos, assim, na minha percepção, algumas decisões até foram tomadas pelas entidades, enquanto deveriam ser tomadas pelo produtor, né, com a participação do produtor” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Existe espírito de grupo, mas, assim, nem todos participam. É. Eu acho que a própria APRU né, ela deveria ser mais atuante, né? Deveria ser mais atuante, mas isso também é culpa do processo que se deu para criação da Associação. Uma Associação, a gente não cria ela aqui, e depois bota aqui, e espera que ela funcione ali. Então tem que juntar as duas coisas para que ela possa funcionar” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

➤ *Falta de conhecimento sobre a IG*

Uma das razões para a não adesão pode estar relacionada à baixa disseminação das informações sobre as mudanças de procedimentos de produção da farinha e sobre as exigências da Indicação Geográfica. Somado a isso, pode-se inferir que, talvez, o nível de clareza das explicações a respeito da IG não esteja sendo adequado, considerando-se que o público alvo é majoritariamente formado por pessoas simples, com baixo grau de escolaridade, e, portanto, pode ter dificuldades para entender a linguagem técnica utilizada pelos instrutores e lideranças locais, ao apresentarem as propostas da IG. Entende-se que seria prudente e adequado que os instrutores dos treinamentos sejam pessoas hábeis na transmissão de conhecimento, de modo a facilitar a compreensão por este público, tanto sobre os benefícios das mudanças operacionais, como da mudança de mentalidade, para que seus integrantes aceitem rever o processo de produção aprendido desde criança. Se o instrutor for conhecido dos produtores (por exemplo, um outro produtor), a chance de sucesso da iniciativa tende a ser maior.

Assim, parece ser precipitada a postura de algumas instituições de acreditarem que sua participação como ator do processo de implementação da IG limita-se a transmitir conhecimento, sem observar se de fato foi aprendido pelos atores do território (RAMOS, 2015).

Importante destacar que há produtores que não aderiram formalmente ao projeto e, supõe-se, não receberam os treinamentos e as informações sobre padronização da produção. O que pode indicar falha de planejamento/organização ou falta de interação entre os envolvidos ou, simplesmente, desinteresse desses produtores (nesse caso, importante saber o motivo).

Alguns entrevistados reclamaram que, no momento de realização da pesquisa, a mobilização em torno do processo da IG estava “devagar”, e as iniciativas deveriam ser mais abrangentes, de modo a reverter a desinformação entre alguns, e assim sensibilizar os produtores que ainda estão resistentes ao projeto da IG (havia quem ainda não tinha ouvido falar na IG; ou quem não recebeu treinamento; ou quem não conhecia uma das Casas de Farinha Modelo Uarini).

Situação semelhante é relatada por Branco *et al.*, (2013), que informa que no Recôncavo baiano há grandes dificuldades dos produtores de farinha de mandioca da agricultura familiar em se organizarem, suas Associações têm poucos aderentes e/ou promoveram poucas melhorias nas comunidades rurais daquela região.

Verifica-se que, apesar de intensas e abrangentes, a divulgação e mobilização em torno da IG não alcançou, nem sensibilizou todos os produtores da região de abrangências da IG da Farinha Uarini. Coincidência ou não, parece que boa parte dos produtores que ainda não aderiu ao projeto da IG também não participou das reuniões e/ou dos cursos de capacitação sobre a IG. Na fase preparatória para obtenção da IG, a participação da maioria dos produtores da Farinha Uarini se resumiu a tomar parte das reuniões e capacitações. Pelos depoimentos, entende-se que as informações disponibilizadas (divulgação ou treinamento) não foram suficientes para motivar o engajamento desses produtores.

Assim, é importante que a divulgação sobre a IG tenha maior alcance de público e de informações (argumentos), a fim de convencer os produtores a adotarem as mudanças necessárias.

Os entrevistados estão cientes de que as mudanças não acontecerão de uma hora para outra, até porque, de acordo com as declarações, o grupo que aderiu ao projeto da IG é pequeno, se comparado ao total de produtores de farinha da região. A expectativa, sobretudo por parte dos agentes técnicos e institucionais, é de que os produtores assumam papel de protagonistas ativos, como condutores do negócio da Farinha Uarini. Também existe a expectativa de que, na medida em que mais produtores aderirem às boas práticas de produção, haverá cada vez mais apoio e engajamento ao projeto da IG. Igualmente, alguns acreditam que a inauguração de outras Casa de Farinha Modelo Uarini também despertará interesse entre os produtores.

“Nem todos estão dispostos a participar, né, talvez por falta de conhecimento ainda. Como é um processo que tá iniciando agora, então não são todos os agricultores que têm esse conhecimento. Então mais tarde, quem sabe, com posse desse conhecimento, ele possa participar também” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“No momento, ainda não sou associada, mas se for preciso, sim, vou ter que me associar né, porque eu vejo assim, que ela (APRU) ainda não está uma coisa bem organizada né, para dizer assim: ‘os sócios tem que estar em dia’, eu ainda vejo uma coisa ainda muito solta, entendeu?” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Nem todos estão dispostos a participar, né, talvez por falta de conhecimento ainda. Como é um processo que tá iniciando agora, então não são todos os agricultores que têm esse conhecimento. Então mais tarde, quem sabe, com posse desse conhecimento, ele possa participar também” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Eu acho que vai sair. Talvez não vá ser nesse tempo tão rápido assim, ‘Ah, saiu a IG e já vai tudo começar’. Talvez não vá ser tão rápido assim, essa organização, vai ser no tempo deles (produtores). Quando eles virem que isso vai mesmo trazer retorno, e aí o pessoal começa a se movimentar para também alcançar esse retorno” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“Quando aqueles interessados estiverem trabalhando da forma como o IG orienta, vai despertar o interesse nos demais. (...) Vamos dar continuidade, nós queremos fechar 2020 com pelo menos de vinte a trinta Casas de farinha higiênica aqui na região. Isso vai trazer um interesse para os demais produtores” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

“Agora, passada essa primeira etapa de entrega de documentos do dossiê para o INPI e atendendo as exigências que eles solicitaram, agora o foco das instituições é fortalecer esse grupo, tem uma eleição que vai ser agora no mês de setembro, a gente já está se preparando para isso, agora no mês de julho, bem no início, a gente vai ter uma oficina com o Conselho Regulador e a Diretoria, já nesse processo de empoderamento mesmo, agora com eles, as instituições passam a fazer um papel de coadjuvante, no sentido de apoiar, mas o sentido maior desse arranjo é que os produtores assumam o protagonismo, e agora é a hora” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Receio e/ou resistência com relação às mudanças decorrentes da IG*

As mudanças para adequação à padronização da produção da farinha são significativas, sobretudo em termos operacionais (utilização de máquinas, higienização) e de mentalidade (as transformações e adaptações necessárias exigem mudar procedimentos aprendidos e praticados durante toda a vida. Além do fato de que a participação dos produtores no novo contexto de produção terá que ultrapassar os limites das Casas de Farinha, pois haverá demandas por conhecimentos administrativos/gerenciais, legais e financeiros do negócio).

Também houve declaração, afirmando que outro motivo para a não participação no projeto tem a ver com questões culturais, ou seja, com a tradição dos processos de produção da farinha, que parcela dos produtores não pretende abandonar.

Os motivos que justificam o não engajamento de todos os produtores ao projeto da IG merecem atenção e investigação mais detalhada. O que foi possível constatar na pesquisa aponta para duas causas: falta de informações sobre a IG e desinteresse ou resistência em mudar o processo tradicional de produção da farinha. Tem-se, portanto, dois motivos intrinsecamente associados, porque o desconhecimento sobre a IG pode ser proposital, por não se desejar novas formas de fazer farinha. Dessas prováveis causas, inferiu-se mais uma, que é mais complexa, por demandar aprendizado e práticas de finanças, a que os produtores não estão acostumados. Alguns sequer têm noção do tema. E pelo que se constatou, há produtores que não possuem recursos financeiros para executar as adequações estruturais necessárias nas suas Casas de farinha.

Nesse sentido, observou-se que acrescentar tecnologias e equipamentos (simples) ao *modus* artesanal de produzir farinha pode causar desconfiças e resistência, mas, pelo que se viu, é possível alcançar um convencimento, convertido em aceitação. Porém, a mudança de mentalidade para arcar com as despesas advindas desses ajustes na produção e comercialização, sem ter certeza de sucesso, constitui o grande desafio, pois a expectativa de resultados (positivos ou negativos) em médio e longo prazos pode atuar como empecilho à adesão ao projeto. E o mais desafiante: assumir despesas sem recurso para pagá-las, como ocorre com a maioria dos produtores. Acrescente-se a isso, a necessidade de aprender a gerir os recursos provenientes da venda da produção, inclusive a direcionar parte desse lucro a reinvestimento na estrutura da Casa de Farinha.

Sendo assim, com os mais céticos, pode-se argumentar que a nova estrutura de produção da farinha privilegia a valorização do produtor, inclusive a sua saúde. Proveito já reconhecido e exaltado. A Casa de Farinha Modelo Uarini reduz grande parte do trabalho “brutal” (manual) realizado pelos trabalhadores e resulta em um produto de qualidade, com melhor preço de mercado.

Sabe-se que os benefícios decorrentes das mudanças derivadas da IG terão reflexo em toda a cadeia da Farinha Uarini, e a percepção deste seu valor social pelos produtores pode contribuir para convencer os mais apegados ao processo tradicional a adotarem as Casas de Farinha Modelo Uarini. No entanto, a tentativa de convencimento pode ser válida para o reconhecimento dos benefícios das mudanças, mas não suficientes – nem apropriadas – para persuadir alguém com escassez de recursos, a investir em melhorias na sua Casa de Farinha.

Por último, considera-se importante o alerta de que o processo de adaptação ao novo *modus operandi* produtivo não findou com a conquista do registro da IG. Pelo contrário, o registro traz consigo a inquestionável responsabilidade dos produtores de cumprir todas as boas práticas aprendidas e exigidas, assim como de atender ao compromisso feito com o consumidor, de entregar/comercializar “a melhor farinha da região”.

“Então, eu acho que a parte burocrática não é fácil. Para um grupo manter uma associação gerindo isso, é mais difícil ainda, sabe? Ainda mais com toda a logística. E existe uma despesa financeira com isso, que nem sempre eles estão preparados para lidar. Não é ruim ter uma organização, mas a desvantagem é que, às vezes, o tanto de obrigação do processo, se ela não for bem acompanhada, ela pode acabar com o trabalho, pode também desestruturar todo o grupo” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“É uma situação muito nova, inclusive para os produtores, que vão ter que estar atentos a isso, mas, na verdade, eles estão dentro das suas unidades de produção, dentro das suas roças, ou seja, é um exercício completamente novo, em que as instituições também vão ter um papel fundamental nesse processo” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Dificuldades logísticas para deslocamento até os locais das reuniões e dos cursos de capacitação*

As moradias dos produtores pesquisadas estão localizadas em comunidades fora dos municípios, enquanto as casas de farinha ficam floresta adentro (perto da roça) e, invariavelmente, são acessadas somente por barco, e outras demandam uma caminhada razoável. Assim, ainda que os locais escolhidos para as reuniões e capacitação para o projeto da IG tenham sido centralizados nas principais cidades da região, ou em comunidades estratégicas, a distância e a complexidade para deslocamentos, acabaram se transformando em sérios dificultadores para o comparecimento aos encontros e, conseqüentemente, para o maior engajamento e integração da parte de alguns produtores.

“Muitas das dificuldades que estão sendo enfrentadas agora são resultados da falta de conhecimento da dinâmica da região. Se isso tivesse sido levado em consideração desde o início, alguns problemas não existiriam, sabe? Por exemplo, dificuldade de reunir a Associação. Sim, desde o início a gente sabia que...A a gente já falava nas reuniões que não ia ser fácil trazer representantes dos quatro municípios em reuniões frequentes, porque eles... Só a logística da própria comunidade, dentro da própria região já é muito difícil, imagina, de quatro municípios. Tudo aqui é muito longe. E as Associações têm uma dificuldade com recebimento de mensalidade dos associados, tem dificuldade para atender a própria região que eles apoiam, os setores, imagina quatro municípios, reunindo frequentemente. Até hoje esse pessoal não conseguiu reunir a diretoria inteira. Desde o início do processo. Então é isso, né? Eles têm que conseguir se organizar de uma forma funcional. O negócio tem que funcionar”. (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“(...) Ainda com a dificuldade de deslocamento ser pelos rios, em horas, enfim, então sem a união dessas instituições, que eu já citei, a gente fatalmente não teria alcançado o objetivo de estruturar a Indicação Geográfica, dividindo custo, nos ajudando na logística, nos ajudando com pessoas, por exemplo, a gente vai ter uma última atividade dessa etapa agora em Tonantins, que é um município que se localiza até na região do alto Solimões, então é distante...” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

6.1.2.2 Tensões latentes acerca do processo de preparação par obtenção da IG

Quadro 16 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Tensões latentes acerca do processo de preparação para obtenção da IG

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> • Divergências sobre a Propriedade/Origem do nome da Farinha Uarini • Tensão por conta da liderança ou atuação destacada de alguns dos envolvidos no projeto da IG • Dificuldades para integração entre os produtores (“falta de união”) • Tensões acerca da exigência da IG sobre produção agroecológica 	<p>Dificuldades paralelas ao processo de mudanças decorrentes da IG: além da dificuldade para aceitação das exigências de transformação da estrutura física das Casas de Farinha, foram manifestados sentimentos e divergências com relação a determinadas situações e atores/agentes</p>	<p>Tensões latentes acerca do processo de preparação para obtenção da Indicação Geográfica</p>

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Divergências sobre a Propriedade/Origem do nome da Farinha Uarini*

Como dito em outro trecho da Tese, foi manifestada a insatisfação com o fato de que, na maior parte dos casos, tanto a fama quanto a qualidade da Farinha Uarini serem atribuídas somente aos produtores da comunidade de mesmo nome. Com a adoção do nome Uarini para a IG da farinha produzida na região, o incômodo (por parte das outras comunidades também detentoras do registro) se tornou maior.

Ocorre que, somada às mudanças operacionais, o processo de registro da IG da Farinha Uarini está despertando – ou revivendo – certo conflito de opiniões sobre o real detentor da marca e da popularidade da Farinha Uarini no Estado do Amazonas.

A fama da Farinha Uarini se confunde com o nome do município de sua origem, mas as comunidades produtoras da mesma região também reivindicam igual distinção para a sua farinha. Produtores de Tefé, Alvarães e Maraã defendem que a farinha produzida por eles é tão

boa, “ou melhor”, que a de Uarini, que acaba “levando a fama” sozinha, por ser a localidade que deu nome ao produto.

Os depoimentos – sobretudo de produtores das outras comunidades que compõem a IG da Farinha Uarini – deixaram entrever certo aborrecimento com a insistência dos produtores de Uarini defenderem que a farinha daquela comunidade é melhor que as demais, por conta da fama que o nome adquiriu ao longo dos anos (versão que ganhou mais importância pelo fato de que é o nome adotado pela IG). Opinião que não é unânime, sobretudo após conquista do registro da IG, porque, para a maioria dos entrevistados, todas as farinhas produzidas pelas comunidades da região que delimita a Indicação Geográfica têm a mesma qualidade (houve quem dissesse que, na época da pesquisa, a farinha produzida em Tefé era a melhor de todas).

Todavia, a expectativa é de que esse impasse possa ser desfeito com o registro da IG, já que está previsto que, apesar de a IG ter o nome Uarini no registro, a embalagem da farinha apresentará também o nome do município produtor, que poderá ser Uarini, Tefé, Alvarães ou Maraã – os municípios que compõem a delimitação da IG.

Qualquer que seja a situação, acredita-se que, a partir do reconhecimento da IG, a divulgação e propaganda da Farinha Uarini será unificada e fortalecida por argumentos fortes e positivos, relacionados ao registro (garantia de qualidade e procedência, Especificações, endosso de entidades conhecidas e respeitadas) e à qualidade do produto (higienização).

“Essa relação do nome é porque, logo quando começou a surgir o nome Uarini, ela deixa de ser ova e passa a ser ova Uarini, ela ganha notoriedade em função do município que tinha a maior produção, mas saiu a pesquisa do censo agro, do IBGE, que em Tefé, no ano de 2017 e 2018, nós (município de Tefé) fomos o maior produtor de farinha Uarini com 20.770 toneladas. Então nós ultrapassamos a quantidade de farinha produzida no Uarini, da mesma espécie, a farinha ova” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Primeiro desafio nosso para a implantação do processo da Indicação Geográfica foi fazer com que os quatro municípios se reconhecessem como legítimos produtores, então não era mais o Uarini que ganhou... Que emprestou o nome à farinha né, mas Alvarães, Maraã e Tefé” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

“A farinha de Uarini não é só produzida em Uarini, essa região toda aqui produz a farinha. Agora, quem ganhou a fama foi o Uarini” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Esse negócio do Uarini é uma coisa muito complicada né, porque às vezes a gente quer quebrar... Eu digo assim, nós estamos tentando quebrar o que o Uarini ganhou demais a fama, entendeu? A gente está querendo quebrar, eles ainda estão sendo muito resistentes, mas a gente crê que a gente vai chegar, sabe...” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Uma das características da Indicação Geográfica é que, depois de concedido o selo, só os produtores dos quatro municípios é que terão direito a fazer uso do nome Uarini, então todo o mercado, lá fora, que não comprovar a origem do produto, como produzido nesses quatro municípios, não vai poder fazer uso” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Origem do nome da Farinha Uarini*

Não foram encontrados registros documentais de jornais e nem de entidades e governo locais sobre a história da farinha, assim, buscou-se fazer um resgate por meio da história oral dos próprios entrevistados.

Há diferentes opiniões acerca da procedência do nome da Farinha Uarini, mas uma delas é a mais citada pelos entrevistados. Essa versão diz que, assim como os indígenas, os agricultores dos municípios e comunidades em torno da cidade de Tefé também começaram a produzir farinha de qualidade, conhecida como Ova de Bodó, e, nessa época, a maior produção saía de Uarini. Como coincidiu com o momento em que a farinha ganhou projeção no Estado do Amazonas e o maior volume era produzido em Uarini, os próprios atravessadores anunciavam o produto como sendo “do Uarini”, mesmo que a origem também abrangesse outros municípios (que, igualmente, produziam com a mesma qualidade). Dessa forma, o nome ‘Farinha de Uairini’ foi adotado por todos os envolvidos com o negócio da farinha.

Parece que, depois que Uarini perdeu o posto de maior produtor, Tefé, Alvarães e Maranhã, passaram a manifestar sua insatisfação com o fato de somente Uarini (ainda) ser exaltada como produtor da melhor farinha da região. Há quem diga que os atravessadores, reforçaram essa ideia, visto que, nas suas vendas, eles diziam que Uarini era o melhor produtor da Farinha.

Com o projeto da IG, ficou decidido que o registro seria feito com o nome Uarini, já que remete à farinha de qualidade e dessa forma é reconhecida pelo mercado. Apesar da deliberação em favor do nome Uarini, a “rivalidade” entre os municípios ainda existe, embora o descontentamento seja menos declarado. Por determinação do processo da IG, a procedência da Farinha Uarini passa a ser “região do Uarini” e não somente o nome do município (“de Uarini”), como era antes. Posteriormente, por sugestão do INPI (2019b) ficou simplesmente Farinha Uarini para efeito de nome da IG.

“A história dessa farinha, o pessoal chamava de ova de bodó, isso já faz alguns anos, e depois ela se tornou a Farinha Uarini, porque naquela região era de onde saía em grande quantidade essa farinha” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Essa história de Farinha Uarini é um pouco controverso com a realidade hoje, né, porque na verdade ela não surgiu em Uarini, essa história, ela começou aqui na região de Alvarães, Tefé, numa época quando conheceu como a farinha Ova de Bodó, que se iniciou, né. Depois Uarini começou a produzir e eles acabaram sendo felizardos em dar o nome original para ela’ (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

“Essa questão da notoriedade da Farinha Uarini é porque, por exemplo, quem mais produzia desde os anos 1990, dos anos 1980 para os 1990, quem mais produzia essa farinha embolada era o Uarini, então, como eu disse no início, quem deu essa margem de comercializar e fazer essa fama não foram os próprios produtores, eles produziam a farinha de qualidade, mas o atravessador comprava e, aí, quando chegava lá, a farinha torradinha, bem emboladinha, tirada o pó: ‘rapaz, onde é que tem?’, ‘rapaz, só no Uarini que tem esse tipo de farinha’. Mas muitos deles (atravessadores) compravam aqui da Flona de Tefé, muitos deles compravam aqui no lago do Caiembé, muitos deles compravam aqui em Alvarães” (ENTREVISTA 3 – Produtor).

➤ *Tensão por conta da liderança ou atuação destacada de alguns dos envolvidos no projeto da IG*

Os comentários a esse respeito foram como desabafos, uma vez que as próprias pessoas, que passaram por situações consideradas (por elas) complexas. De acordo com esses entrevistados, principalmente os líderes ou responsáveis pelas ações em torno da IG, ou lideranças das cooperativas ligadas aos produtores de farinha, costumam ser vistos com desconfiança. Pelo cargo que ocupam ou por se destacarem na sua função, podem despertar “ranço” (antipatia) e dúvidas sobre seus interesses e empenho para agir em favor dos seus representados – o incômodo é ainda maior se essas pessoas, além de lideranças, também são grandes produtores, daí podem ser interpretadas como defensoras de causas próprias. Houve comentário de que essa postura também interfere nas relações das Associações locais – segundo depoimento, há certa reserva ou distanciamento dos membros que se destacam ou que assumam uma responsabilidade diferente dos demais.

“Eu divido assim, tem o agricultor, que é o que vive da agricultura, e tem o produtor, que é aquele... eu posso ter meu negócio na cidade, e eu tenho minha propriedade, eu invisto, e nem por isso... Aqui tem uma certa marginalização né, sem mentira, eu me sinto nessa situação de marginalizado, nesse sentido, então eu acabei vendo que eu incomodava, então eu resolvi me afastar do eixo do furacão, voltei agora. Daí eu senti nos parceiros um certo ranço de estar com a gente né, de um certo arrependimento. Daí eu fico pensando assim, a parceria, que parceria é essa?” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“Tem pessoas que estão realmente conectadas com o objetivo de tudo isso mesmo, que querem conseguir a identificação geográfica, porque sabe que aquilo é muito importante, que vai mudar de fato a vida das pessoas de forma geral, que tão no processo, e que estão pensando no grupo, no coletivo, no geral. E têm pessoas que estão envolvidas, isso é mais delicado, o que eu vou falar, mas que tem interesses pessoais nisso, que querem se beneficiar diretamente. Parece que às vezes está falando

em nome de grupo, mas quando você entende aonde aquela pessoa está ali, naquele contexto, naquele cargo, naquela situação, não tinha muito sentido aquela pessoa estar naquele cargo ali e exercendo uma determinada função, em algumas circunstâncias, entendeu? Então têm os dois lados, tem tanto gente que está preocupada de fato, em fortalecer o movimento e quer que isso dê certo, como tem gente que está pensando em interesse pessoal mesmo” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“Aquele cara talvez tenha interesse, isso já cria uma certa divisão. Então um está sendo assistido (atendido), quer pelo interesse, quer por ter demonstrado que tem capacidade, e um outro já vem entrando no ranço... já entra numa retranca, já começa a falar mal, não acredita no processo, ou então se isola, vai para sua vida, né? Mas não existe essa homogeneidade (entre produtores)” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

➤ *Dificuldades para integração entre os produtores (“falta de união”)*

Mais de um entrevistado reclamou da falta de comunicação e de “união” entre os produtores, destacando a dificuldade de alguns, segundo depoimentos, por “timidez” ou falta de hábito de participar de mobilizações desse tipo (suas vidas se restringem à sua roça), quer seja para se manifestar publicamente ou para compreender e aceitar as mudanças significativas na maneira de produzir o produto mais importante da sua lavoura. Também pela falta de hábito de movimentação conjunta e mobilização em favor de interesses comuns da região. Verificou-se, inclusive, que há produtor que não tem conhecimento, sequer, do projeto para obtenção da Indicação Geográfica.

Em complemento ao cenário acima descrito, percebeu-se que a mobilização pela IG evidenciou não somente as deficiências estruturais, organizacionais e sanitárias da produção da Farinha Uarini, mas também certa dificuldade de integração entre os produtores locais. Parte dos entrevistados reclamou da dispersão e diferença de ideias, que dificultam a “união” do grupo, sobretudo nas ações importantes como a da Indicação Geográfica, quando, na opinião geral, todos deveriam estar juntos e empenhados, porque a iniciativa gerará benefício comum.

Tal situação corrobora a percepção de Branco *et al.*, (2013) no sentido de que há uma dispersão explícita dos pequenos agricultores e falta de cultura organizacional voltada para objetivos comuns no contexto das IGs no Brasil.

Ao mesmo tempo, uma parcela desses produtores, que já se engajaram no projeto da IG, ‘lavam as mãos’, defendendo que os líderes do projeto fizeram sua parte e se empenharam para convencer os colegas a participar. Ressaltam, também, que os que não acreditam no projeto, ou não quiseram aderir, tiveram diversas oportunidades (reuniões) para se manifestar. Nesse

contexto, há consenso de que “todos têm voz”, embora alguns trabalhadores optem por ficar calados, porque, conforme depoimentos, são tímidos ou não estão acostumados a esse tipo de mobilização.

Diferente dessa visão, há os que percebem uma evolução no comportamento dos produtores que, “com o tempo, foram mudando”, e estão interagindo mais. Para esse grupo de entrevistados, essa é a postura que os produtores precisam assumir imediatamente.

“Tem pessoas que, às vezes, pela questão de ser humilde, acabam sendo colocadas de lado, um grupinho que fecha, que quer determinar as coisas...” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“Eu vi que quando ele foi construído, muitos agricultores ficavam muito acanhados para falar, e a gente tinha que motivar, para eles soltarem, terem coragem, porque às vezes eu sentia que eles ficavam acanhados quando tinha pessoas, tipo grandes agricultores. Talvez, ‘fazendeirinhos’, fazendeiros, participando, ou gente que tem já condição financeira maior para investir de cara em tudo isso, né. Quando tinham algumas pessoas nessas reuniões, eles ficavam mais acanhados. Então, depois de um tempo, eles começaram a participar mais, falar mais sobre o que eles achavam o que tinha que conter nesse regulamento” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

(Espírito de grupo) “Existe não. Aqui eu acho que é um Triângulo das Bermudas do associativismo. A gente vê muito isso, o cara não consegue ver, ele tem uma frustração e não consegue ver o sucesso do outro” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

(Espírito de grupo) “Existe, existe, e aí a gente vê, em um primeiro momento, a gente via isso como um desafio, porque era muito individualizado, não uma rixa, mas assim... Uma preocupação ‘ah, meu município é que tem o nome’, ‘aqui no município eu sou o maior produtor’, ‘mas aqui a melhor farinha é a minha’. E hoje a gente percebe que essas figurinhas, digamos assim, elas vão se esvaindo, a gente não consegue sentir essa presença forte entre o grupo” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Como está tendo essa mudança né, eu penso que eles estão interagindo bem, está tendo uma união hoje” (ENTREVISTA 12 – Agente-chave).

➤ *Tensões acerca da exigência da IG sobre produção agroecológica*

Segundo comentários, há insatisfação quanto à exigência da IG que obriga a produção da Farinha Uarini, utilizando método agroecológico no cultivo da mandioca. Conforme depoimentos, especialmente os grandes produtores de farinha têm reclamado (não explicitamente) dessa exigência, pois suas plantações já são “viciadas com produto químico” e o processo de transição para o modelo agroecológico demanda tempo para que a terra se acostume ao novo tratamento, o que acaba refletindo no prazo para colheita e comercialização.

De acordo com Velloso (2008), é comum existirem, por exemplo, diferentes pontos de vista do significado de desenvolvimento, e mesmo que haja tendência de se convergirem valores compartilhados, que, neste caso, é representado pelo produto típico como um elemento de identidade da cultura local.

Ramos (2015) também defende essa ideia. Para ele, é importante que os diferentes atores, de diversos setores da sociedade, e com diferentes interesses, se articulem com o objetivo de criar um projeto de desenvolvimento que tenha um ponto em comum para todos. Com relação ao tema discutido, o autor sugere que os atores procurem consenso entre a produção agroecológica e a de pequeno e médio porte que utiliza os fitossanitários de forma responsável ambientalmente.

“Existem opiniões diferentes, por exemplo, tem agricultores que estão no processo da IG, que foram e ainda são radicalmente contra a questão da proibição dos fitossanitários, continuam sendo contra, mas não têm opção mais, porque foi aprovado como não sendo permitido, a não ser a legislação de orgânico. Isso acaba de uma certa forma, obrigando esses agricultores que são contra isso” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

“Nós tivemos o cuidado para não deixar que entrasse aqui os produtos agroquímicos, conhecidos hoje como fitossanitários, que a nossa proposta, se Deus quiser, muito próximo, é a gente lutar pela questão do selo orgânico. Então, o Caderno de Especificações, ele já orienta para isso, o produtor que quiser ter selo vai ter que observar a questão da queima, vai ter que observar a questão da aplicação de algum agrotóxico” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

6.1.2.3 Casa de Farinha Tradicional X Casa de Farinha Modelo Uarini

Maioria dos produtores ainda resiste às mudanças, ou por conta dos custos para adaptar e manter suas Casas de Farinha, mas também por ter que aceitar e praticar novos métodos de produção, diferentes dos aprendidos com os antepassados.

Um dos produtores entrevistados, que mantém o método tradicional (e que planta sobretudo para consumo próprio), demonstrou não querer deixar a maneira antiga de produzir a farinha. Informado sobre a IG, sua avaliação foi de indiferença, até no que se refere à melhora no preço (que, em tese, seria visto como vantagem e despertaria interesse).

Quadro 17 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Casa de Farinha Tradicional
X Casa de Farinha Modelo Uarini

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> Estrutura mais simples da Casa tradicional evita roubos, mas não garante segurança alimentar. Além disso, a estrutura da Casa de Farinha Modelo Uarini minimiza danos à saúde do trabalhador Casa de Farinha Modelo Uarini tem custo alto para implementar e manter (em comparação com o modelo atual, de produção tradicional) A mudança de um modelo para outro, requer também mudança de mentalidade (inserir instrumentos mecânicos, produção em maior escala) e significa rever procedimentos aprendidos com os antepassados 	As diferenças entre as Casas de Farinha tradicionais e a Modelo Uarini são significativas, tanto em termos estruturais quanto do ponto de vista financeiro, e também sentimental	Mudanças demandam tempo para aceitação e adaptação

Fonte: Elaborado pela autora

“Isso aí não tem como negar e eu acredito que a grande agregação de valores está exatamente nesse processo tradicional, porque não é qualquer pessoa que consegue fazer essa farinha Uarini. Farinha, eu tenho dito a você, qualquer pessoa pode fazer farinha, mas aí não é a farinha Uarini. Então, nós estamos falando de um produto que tem um valor histórico exatamente nesse processo de produção, da localização, da regionalidade e toda essa mãos-de-obra para processar essa farinha que requer uma certa habilidade e principalmente na questão artesanal, porque aí é a peneira” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

(Casa tradicional) “Eu acho que ela lembra uma história de onde tudo começou né, porque ali, agora, com esse novo modelo que está surgindo, porque tem várias comunidades que já copiaram, a tradicional era a nossa, que nós tínhamos como base e achava que era a barraca que a gente ia fazer para sempre, e aí, com a nova mudança que teve, inclusive a nossa está lá, em pé, como uma relíquia para as pessoas olharem. Então a gente viu uma evolução, a tradicional é o retrato que lembra onde tudo começou” (ENTREVISTA 5 – Produtor).

“Olha, a mudança, eu acho que não vai ser de uma hora para outra, né. Primeiro porque o número de participantes da indicação ainda é um grupo pequeno, se comparado ao grupo de todos os agricultores da região. Então eu acho que no início as mudanças vão ser muito poucas, e vão ser limitadas ali àquele grupo que está participando, né, e as principais mudanças, acho que é melhoria na qualidade de vida mesmo, né? Vender a farinha por um preço melhor, trabalhar de forma mais confortável, sem muito sofrimento” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Nesse momento ela (produção) ainda continua sendo a tradicional... Muito embora para ser sincero nós não dispomos, nós não somos técnicos, engenheiros, pesquisadores, mas todas as formas, quer dizer, num largo de quatro, cinco anos, que nós viemos tentando buscar uma forma de tentar industrializar, nós ainda não encontramos uma forma, porque todas as formas que nós tentamos fazer industrializadas, não saiu desse jeito, infelizmente (ENTREVISTA 2 – Agente-chave).

“A mudança é bem difícil, foram construídas, foram feitas algumas Casas de farinha para melhorar o ambiente do trabalhador, do produtor, mas ele preferiu ficar lá naquele forinho lá, com aquela tapeira de palha, né, daquela forma bem tradicional possível. Então essa questão cultural pode ser uma resistência, né, para mudança” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

- *Estrutura simples evita roubos, mas não garante segurança alimentar. Casa de Farinha Modelo Uarini minimiza danos à saúde do trabalhador*

Um dos argumentos para a manutenção das Casas de farinha tradicionais diz respeito à segurança da estrutura e equipamentos da sua composição. A alegação é que a “precariedade” da estrutura, sem banheiro, com fornos presos ao chão, gamelas pesadas, dentre outras características, dificulta roubos e depredação. Ademais, junto com a estrutura flexível das Casa de Farinha Modelo Uarini (vários equipamentos são leves, podem ser carregados), além de o fato de que, em muitos casos, as Casas tradicionais ficam afastadas do centro dos municípios (nem sempre é próxima à casa de morada), favorece ainda mais a invasão de estranhos e roubo de peças. Também porque, geralmente, os produtores têm outra atividade, que lhes garante sustento fora da época de plantação da mandioca e produção da farinha, quando esses locais ficam abandonados. Alguns completaram que, para não chamar a atenção de ladrões, as Casas estão localizadas estrategicamente próximas às roças, para facilitar o transporte da mandioca e o molho. O que contraria a literatura, que diz que as Casas de farinha são geralmente próximas as residências dos produtores, como uma extensão da casa (VELTHEM, 2008).

Para atender às exigências da IG, além das inúmeras e significativas mudanças nos procedimentos de produção da farinha, a estrutura das Casas de Farinha precisam ser reformadas, de modo que o produto final seja de qualidade e garanta segurança alimentar aos consumidores.

Ainda, porque a Casa de Farinha Modelo Uarini é o principal instrumento para agregar valor à Farinha Uarini. Durante as entrevistas, a Casa de Farinha Modelo Uarini foi frequentemente citada como exemplo, para justificar o avanço das mudanças com vistas à Indicação Geográfica. Ficou claro que as Casas de Farinha Modelo Uarini são referenciadas para sustentação do principal argumento de defesa para sua aceitação: a garantia (para o consumidor) da segurança alimentar e da qualidade da farinha produzida na estrutura aperfeiçoada. Visto que, além do ambiente higiênico, os novos equipamentos possibilitam e facilitam o processo padronizado de

manipulação, a fim de que o produto tenha a mesma aparência e sabor, independente do produtor.

Coincide com a visão de Castro (2013), para quem, a importância das Boas Práticas de Fabricação (BPF) no preparo, manuseio, armazenamento e distribuição dos alimentos é a principal forma de prevenir e evitar doenças e enfermidades transmitidas pela manipulação e consumo de alimentos. Por meio da implementação das BPFs, o setor alimentício passa a contar com uma ferramenta de controle de qualidade, deixando de expor a risco a saúde de consumidores e funcionários.

Além de garantirem a segurança alimentar do produto, as Casas de Farinha Modelo Uarini também proporcionam significativa contribuição para amenizar os danos à saúde dos produtores. Ocorre que os novos equipamentos favorecem: (i) a redução da quantidade de fumaça absorvida pelos trabalhadores durante a torra; (ii) a redução da ameaça de contaminação da farinha (durante o processo de produção); (iii) o respeito aos princípios de “ergonomia do trabalho” (transporte da farinha de um equipamento para outro, durante o processo de produção); e (iv) o respeito aos princípios de higiene, em transformação fundamental para garantir a segurança alimentar do produto.

No Recôncavo baiano acontece situação semelhante – uma das principais dificuldades, enfrentadas pelos agricultores, para melhorar o processo de beneficiamento na cadeia de produção da mandioca é a necessidade de melhoria das Casas de farinha existentes ou a disponibilização de novas unidades (SANTOS, 2001).

“Eu acho que uma segurança, uma segurança da produção, porque, a partir do momento que você tem aquela barraca (higiênica) ali, você tem a segurança de que a qualidade do produto que é feito ali é de boa qualidade, então isso é uma segurança grande” (ENTREVISTA 5 – Produtor).

“Às vezes, as Casas ficam abandonadas, lá, às vezes, não tem nem casa de morada, ele (produtor) só tem a Casa de farinha, ele vai e volta todo dia. Se ele botar uma coisa mais elaborada, o pessoal rouba, né? Por exemplo, o zinco é um zinco usado, se tu mete um zinco novo, alguém vai lá, tira o zinco de lá e leva, mas se tu botar o zinco furado, o cara diz: ‘não, o meu tá melhor’, e deixa o zinco furado lá” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“A (Casa) tradicional vai ficar para a gente como uma tradição mesmo né. A higiênica é muito melhor né, a tradicional faz o mesmo processo só que não é aquela cozinha higienizada” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“A questão do forno, a questão das gamelas, geralmente eles fazem bastante grande, bastante pesadas, que é justamente para não... A pessoa não ter muito... Se fizer baldinho, fizer uma coisa menor que der para levar... E o motor, que ele leva e traz todo dia, se deixar lá, também se perde. Então eu acredito que a precariedade num primeiro momento funcionou como forma de segurança, de proteção, para não ter depredação, as pessoas veem com uma... Passam, olham, não mexe, né?” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“Durante muito tempo se fazia daquela forma e era uma forma natural, a Casa de farinha é uma grande reunião, e quando você passa a enxergar esse mercado de uma forma mais profissional, algumas condições são mínimas para que esse mercado conheça esse produto né, e possa pagar um pouco melhor, que é o que a gente está buscando. Então há essa evolução e é nessas condições que o mercado vai reconhecer” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

“As regras para se produzir qualquer alimento são mínimas, aí a questão que estão colocadas na Casa de farinha higiênica, ela atende esses requisitos mínimos né, e, a partir daí, você vai conseguindo evoluir e aí, com a implantação das caixas d’água, a questão da água, (a raiz) não vir direto do igarapé... Então assim, tem uma série de condições... O chão cimentado...” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Custo para implantação e manutenção da Casa de Farinha Modelo Uarini*

A dificuldade para aceitar a mudança não se restringe somente à questão sentimental. Entende-se que o custo da implantação da Casa de Farinha Modelo Uarini e dos equipamentos exigidos também influencia a decisão do produtor, devido à sua baixa capacidade de investimento e poupança, além de se encontrarem excluídos do mercado formal bancário e de crédito. Ainda que o planejamento da Indicação Geográfica da Farinha Uarini esteja focado em transformações com o mínimo de impacto para os produtores, as mudanças não estão limitadas às novas maneiras de operacionalizar a produção da farinha. Mais que isso, os produtores precisarão, também, aprender lições básicas de administração, sobre questões legais e de finanças, para serem inseridos em um ambiente que, provavelmente, a maioria deles desconhece. O ambiente de negócios desses produtores sempre foi informal, simples e sem burocracia, com a aquisição de bens se dando por meio de negociação direta e, em sua maioria, utilizando dinheiro em espécie ou a própria farinha como moeda: “A roça é nossa poupança, o nosso banco”.

Os entrevistados que participaram da elaboração do Caderno de Especificações Técnicas ressaltaram que as Casas de Farinha Modelo Uarini foram planejadas para oferecer uma estrutura de atendimento aos requisitos da IG, mas de forma que, também, sejam viáveis e acessíveis a todos os produtores: “Ela foi pensada, para que pequenos agricultores também pudessem se organizar através, talvez, de pequenos financiamentos. Ou mesmo juntando

dinheiro entre famílias, para conseguir acessar esse tipo de tecnologia, que traz melhoria de qualidade de vida” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

Por outro lado, é importante registrar que existe a percepção, por parte de alguns, de que as Casas de Farinha Modelo Uarini reduzirão não somente o esforço físico dos trabalhadores, mas também o tempo de produção da farinha, o que, por consequência, impactará no custo da produção, haja vista que a ideia é que, ainda que se produza menos, o preço negociado será melhor (maior que o atual), já que a qualidade, higiene e o registro da IG agregarão valor à Farinha Uarini.

“O processo de manuseio da farinha é que vai dar a qualidade do produto. Eu falei só da mudança da emboladeira, mas nós temos mudança da peneira, a maneira de torrar, nós temos hoje a mudança do forno, temos hoje a mudança da gamela, a mudança da prensa, então tem vários fatores aí... Estão produzindo uma cozinha de farinha higiênica, que é mais ventilada do que a cozinha de forno tradicional, produzimos hoje em uma instalação de forno e a fumaça é bem pouca e o aproveitamento da madeira é 50 por cento do forno antigo... Da lenha (utilizada)” (ENTREVISTA 3 – Produtor).

“Uma farinha em que eles, nesse processo ainda antigo e tradicional, venderiam de R\$1,80 ou R\$2,00 essa farinha, essa mesma farinha, empacotada pela COPAGENS, com a marca da COPAGENS, ela está chegando hoje a R\$5,00 no mercado em Manaus. Então, descontando aí os custos de produção, de embalagem e da logística, com certeza ele vai dar, pelo menos, o dobro do valor que estava sendo pago quando ele entregava para esse atravessador com os sacos ainda de 50 quilos, 60 quilos” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

“As principais vantagens que nós temos, por exemplo, eu falei no início que eu saí de seis sacos de farinha para três sacos, mas uma das vantagens é a renda do valor que está sendo vendida aquela farinha, por exemplo, uma farinha comum, a gente vende hoje num preço bem baixo, tem gente que até nem quer mais comprar a farinha comum, então a farinha ova, do Uarini, é bem comercializada, isso é uma margem de resultado. Então, o produto pode diminuir em seu estoque de grande quantidade, mas o valor agrega mais valor no produto que é feito” (ENTREVISTA 3 – Produtor).

➤ *Mudança de mentalidade: adotar os novos procedimentos de produção da Farinha Uarini*

Constatou-se nesta pesquisa, que mesmo entre os que aceitaram e se engajaram no processo de mudanças para adequação ao registro da IG (inclusive alguns jovens), a tradição da produção artesanal da farinha, que é passada de pai para filho, é respeitada e valorizada, no que se refere ao “carinho”, paciência e disposição “natural” (“não está no serviço por obrigação”) que cada trabalhador dedica às suas tarefas. Para eles, essa particularidade “se reflete na farinha comercial (industrializada), feita por empregados, e na farinha feita em um sistema familiar, numa indústria familiar rural”.

Há quem ache que a competitividade da farinha (sua reputação, qualidade) pode ser ameaçada pela “mecanização”, como já ocorre em Estados vizinhos – Acre e Rondônia –, onde o volume da produção de farinha é alto, mas utiliza menos trabalhadores. Ainda que o processo para registro da IG signifique um passo para ‘profissionalizar’ a produção da Farinha Uarini, alguns entrevistados (notadamente os agentes-chave com nível superior) observaram que a maioria dos produtores da região não está preparada para enfrentar concorrentes da indústria (grande produção, menor custo, qualidade e preço competitivos). Além disso, entre esses entrevistados, há quem entenda que manter essa cultura “romântica” da produção tradicional e da compra da farinha diretamente do produtor, gera “risco muito grande” à sua sobrevivência e à competitividade da Farinha Uarini. Exemplificado por Velthem (2008) e Velthem e Katz (2012), que lembram que o transporte das raízes costuma ser realizado em “carroças de boi”, em cestos de cipó “caçúas”, “balaios”, “cargueiros” e/ou pendurados em animais de carga.

Os produtores que não desejarem adotar a padronização para a IG, poderão manter o seu *modus* produtivo de sempre, embora sem usufruir dos resultados decorrentes do registro, que incluem maior abrangência do mercado consumidor (fora da região produtora) e melhores condições de negociação para venda (produto com mais qualidade, produto reconhecido, público seletivo, preço justo e competitivo): “A diferença é que o agricultor pode escolher se ele quer fazer parte desse processo, para alcançar um outro público, que vai comprar a farinha dele, ou ele pode optar por ficar produzindo como ele sempre fez, e vender para o mesmo público que ele sempre vendeu” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

Ademais, o que se pretende é conservar algumas casas de farinha tradicionais, como forma de preservar a memória do antigo processo de produção, o que é visto como uma forma de valorizar o trabalho dos produtores. A intenção é que as casas tradicionais que forem mantidas em seu estado original, sejam utilizadas para fins de visitação, ou seja, como atração turística. Nesse sentido, importante anotar que, no período em análise, muitos produtores ainda não haviam aderido ao projeto da IG. Em razão de tal resistência, pode ser que nem todas as Casas de farinha tradicionais sejam desativadas, e que a produção no modo antigo também seja mantida por algumas famílias.

“Eu não sei se eu caracterizaria isso como uma grande mudança, mas eu acredito que há um aprimoramento no fazer, até por questões de higiene, né?” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Se tu mecanizar, tu não é farinha do Uarini”. Pela parte cultural, tudo bem, mas vai chegar um comerciante... Eles não estão se preparando para isso, o empresário, que vai investir na roça, que vai produzir a mesma farinha, de forma muito mais competitiva, mais barata, com mais custo, e eles vão ficar com a farinha. Eu sei que tem essa parte romântica de tu comprar a farinha, produzida pelo produtor, mas eu acho que tem um risco muito grande de, de repente, o produto industrial chegar com uma qualidade igual ou melhor, que a farinha que tu produz” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“A farinha tradicional, eu acho que ela vai ter que sofrer bastante modificação mesmo, eu acho que não pode continuar fazendo a farinha de forma tradicional e querer que ela participe de uma Indicação Geográfica, eu acho que tem que mudar. Nós temos que pensar nessas farinhas, nessas casas de farinhas higienizadas, né, até para mudar o processo da construção de farinha, porque, hoje, não tem os cuidados com... Principalmente para a higiene, não são muito considerados, né, não são muito observados. Então, para ela pertencer a uma Indicação Geográfica esses cuidados vão ter que mudar” (ENTREVISTA 7 – Agente-chave).

“Nós temos que preservar como museu essas casas de farinha, que um dia as pessoas não vão mais poder ver o tipiti, não vão mais poder ver o remo, não vão mais poder ver aquele pau aonde bota o tipiti né, porque as coisas vão ficar cada vez melhores, e a gente pensa em fazer um museu para guardar essas coisas” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave).

“A gente espera aumentar muito o número de turistas vindo para essa região para conhecer a história, para visitar as casas de farinha como eram e como estão agora” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

6.1.2.4 Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da IG

Quadro 18 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da IG

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
Dificuldades (ou falhas) na divulgação de informações sobre a IG, tanto aos produtores quanto aos consumidores da Farinha Uarini	Falta de informação a respeito da IG e das características distintas da Farinha Uarini pode levar a equívocos que comprometem a sua reputação	Necessidade de implementação de ações que permitam cumprir as exigências da IG para a Farinha Uarini, a fim de manter sua reputação no mercado

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Comprometimento da reputação da Farinha Uarini e do registro da Indicação Geográfica (IG)*

Pelo fato de o processo para obtenção da Indicação Geográfica ser relativamente recente, e pelas dificuldades para acesso de alguns produtores às reuniões de divulgação e de capacitação sobre a IG, nem todos os envolvidos diretamente na produção da Farinha Uarini haviam tido

(na época desta pesquisa) explicações detalhadas a respeito do assunto. Assim como também ainda eram insuficientes as informações aos consumidores sobre as características da Farinha Uarini, que a diferencia das concorrentes.

Especificamente na região de sua produção, mesmo antes de ter a Indicação Geográfica, a boa reputação da farinha levou à utilização indiscriminada e enganosa do seu nome (marca), para vender qualquer tipo (e qualidade) de farinha de mandioca como sendo a Farinha Uarini.

Mesmo tendo em vista que isso, em princípio, não poderia acontecer, já que é um produto protegido pela IG, Bruch (2008) atesta que, no intuito de corrigir a infração, a única providência possível é o ajuizamento de ação penal privada contra a empresa que utilizar indevidamente o nome geográfico. O que, no caso da Farinha Uarini, ainda não se pode fazer, porque a Associação que detém a IG não dispõe de recursos para tal empreitada.

A publicação *Guia da Confederação Nacional da Indústria* (2019), sobre Propriedade Intelectual, também se refere a tal situação, reforçando que a proteção (IG) concentra-se sobre o nome da região, valorizando e protegendo produtos/serviços que se tornaram conhecidos ou possuem qualidades especiais por causa de sua origem, tais como reputação, qualidade e demais características atribuídas ao local de sua procedência. Assim, a proteção concentra-se na identidade da região, e em estratégias contra o seu uso por terceiros em indicação de uma falsa origem (CNI, 2019).

Sabe-se que, na maioria dos casos, somente os produtores e comerciantes são capazes de fazer a correta distinção entre as farinhas produzidas na região do Uarini. O consumidor final não entende o suficiente para identificar a Farinha Uarini, nem para diferenciá-la das demais.

A maioria dos entrevistados afirmou que a Farinha Uarini tem aparência e sabor melhor que as outras, ela parece “mais limpa”, “mais clara” (“a atração já começa pelo visual”), mas somente essas características não determinam a procedência ou garantem a qualidade. Uma parcela dos entrevistados disse que o consumidor não consegue perceber a diferença, porque “ele vê de forma uniforme” (acha que as farinhas são todas iguais).

Por isso que, segundo Vinholis *et al.* (2009), há no mercado produtos com qualidade distinta, mas vendidos por preços semelhantes, dificultando a percepção, da parte dos consumidores, sobre as reais diferenças na qualidade desses produtos.

Em acréscimo, há que se ressaltar que as características não observáveis valorizadas pelos consumidores, representam determinantes cruciais do real valor do produto. Grandes empresas reúnem melhores condições de atendimento da expectativa e gostos dos consumidores quanto à qualidade, mesmo que, no momento da compra, as características inobserváveis do produto lhes sejam de difícil alcance. Em vista disso, o papel do canal de informação permite que marcas registradas reduzam os custos de busca, protegendo os consumidores contra fraudes, e auxiliando-os na tomada de decisão (ECONOMIDES, 1988).

Alguns entrevistados acreditam que o registro da IG auxiliará nessa tarefa de garantir a procedência e a comprovação da qualidade.

No entanto, são questões que, se mantidas, podem comprometer consideravelmente a reputação de mercado que a Farinha Uarini já possui. É necessária não somente a construção de outras Casas de Farinha Modelo Uarini (promovendo as mudanças no processo de produção), mas, paralelamente, é fundamental estender a capacitação a todos os agricultores e trabalhadores da produção da Farinha Uarini. Torna-se relevante que os produtores (atores principais) participem ativamente, atendendo às exigências (estrutura, gestão, capacitação, produção) necessárias para assumir as novas responsabilidades e consequências em decorrência do registro da IG da Farinha Uarini. Quanto à comunicação com os consumidores, parece faltar esclarecimentos sobre as características diferenciais entre a Farinha Uarini e as demais, que são de pior qualidade, mas são vendidas como Uarini.

“Para nós isso é muito legal, porque quando você vê um produto que começou na nossa região e tá ganhando o mundo, a gente fica feliz, e, com isso, requer também uma preocupação, que é garantir que esse produto seja reconhecido como produto originário daqui” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Hoje nós temos uma questão que acaba influenciando também no preço e na qualidade, que é (o fato de) empresas que empacotam essas farinhas e vendem como se fossem de Uarini, usam o nome do Uarini para a farinha que não é produzida nesses quatro municípios e, aí, a qualidade da farinha é evidente, então o consumidor lá na ponta, é como se tivesse sendo enganado, porque consome, imaginando que é a farinha legítima e não é” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

“Quero destacar que a gente encontra muita farinha com esse título Farinha Uarini, ova Uarini, e a gente, quando vai olhar, e a pessoa que realmente conhece, sabe que não é, é uma farinha completamente diferente. Então, para nós hoje, pensando na Proteção, esse produto aqui na região, a gente vê que a gente sai na frente, mas com essas preocupações, que tem um mercado aberto e tem muita gente se aproveitando do nome desse produto para vender, e a nossa ideia não é essa. A ideia é fazer com que o nosso produto seja reconhecido, seja valorizado pela sua história e principalmente pelos seus produtores” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“A gente faz todo aquele processo né, para gerar e ter aquele produto sendo divulgado para as pessoas, e dizendo a forma né... Porque ontem a gente passou em uma capacitação dizendo que a gente tem que mostrar a marca da gente e contar um histórico dela, porque está esse processo, então eu acho que na Indicação Geográfica da Farinha, eu acho que não é diferente, é contar, dizer porque ela está sendo bonitinha ali e de que forma ela é feita” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Eu acho que é a parte que exige que eles estejam todo o tempo atentos ao que se é exigido no... Como é que chama lá? O Caderno de Especificações Técnicas. Eles têm que estar o tempo todo atentos para ver se ninguém sai fora desse processo, porque uma pessoa que sai um pouco disso, pode prejudicar todo um trabalho de muito tempo de dedicação” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

(Produtores)“Vão ter que assumir, vão ter que se tornar mais autônomos, não vão poder mais ser conduzidos só a partir de orientações de instituições que apoiam. Eles vão ter que ser a frente, eles vão ter que tomar a frente dos processos. Eu sei que não é uma coisa que é rápida, mas é de interesse deles, como é de interesse deles, eu acredito que vá entrar nessa nova fase, que é desafio de se estruturar tudo para o negócio de fato acontecer, quem não tiver com tudo adequado, vai adequar a parte que falta. Quem está só com a empacotadora pronta, vai ter que organizar as Casas, quem está só com as Casas, tem que buscar a forma de transformar o produto final, cada um vai ter que buscar melhorar a lacuna que tem” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

6.1.2.5 Dificuldades para negociação do preço para a Farinha Uarini: Atuação dos atravessadores, varejistas e produtores que adulteram a farinha

Quadro 19 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para negociação do preço para a Farinha Uarini: Atuação dos atravessadores, varejistas e produtores que adulteram a farinha

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> • Atravessadores utilizam vários artifícios para pagar menor preço pela Farinha Uarini • Atuação de grandes compradores (Varejistas, Atacadistas regionais) dificultam negociação por melhor preço • Adulteração da farinha por parte de alguns produtores dificulta a negociação por melhor preço 	<p>Reclamação recorrente dos produtores, sobre as dificuldades de negociação da Farinha Uarini por um preço justo (devido à qualidade do produto e ao “trabalhoso” processo de produção)</p>	<p>Existe grande expectativa de que, com a IG, o preço da Farinha Uarini alcance um patamar justo, a fim de reconhecer a sua qualidade e o esforço dos trabalhadores que a produzem</p>

Fonte: Elaborado pela autora

Reclamação recorrente dos produtores diz respeito ao preço pago pela Farinha Uarini – na opinião deles, nunca obtiveram preço justo, que é visto como a forma mais evidente de reconhecer a qualidade da Farinha e o “trabalho que dá” para produzi-la.

Nesse caso, Cazella e Carrière (2006) ilustram essa situação, fazendo a diferenciação entre ‘ativo’ e ‘recursos’. De acordo com os autores, o ativo pode ser definido como um fator “em atividade”, que já possui valorização no mercado (a Farinha Uarini). Já o recurso, pode ser entendido como uma reserva, um potencial latente e/ou virtual, que pode vir a se transformar futuramente em um ativo (mudanças implementadas para a IG, e/ou o próprio registro da IG). No caso da Farinha Uarini pode-se inferir que a mesma é um ativo, porém, ainda não desenvolvido ou explorado economicamente. Visto que a Farinha Uarini é comercializada predominantemente no Estado do Amazonas.

“Eu quero que o negócio flua, que a gente tenha um produto que dá valor, que agregue, que realmente traga benefício para o pessoal, porque o pessoal é muito sofrido, a gente fala da questão da farinha, mas tu ir para a roça, um ano para produzir, para plantar... É claro que tu não vai ficar um ano plantando, mas esperar, né, às vezes tem um monte de coisa que pode acontecer no caminho, então o produtor é um guerreiro, eu acredito que é sim” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“Eles já estão melhorando a estruturação das casas, estão preocupados em produzir um produto com características que levam para essa coisa de qualidade de mercado, e ainda não tem o mercado consumidor que valorize isso da forma como tem que ser valorizada. Então eu vejo que tem todo um esforço de produção, de qualidade e, na hora que chega no mercado, ainda chega com um preço muito baixo, que ainda não paga o trabalho do agricultor naquele processo todo” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

De acordo com os produtores entrevistados, as dificuldades de negociação são consequência da postura e de ações de atravessadores, grandes compradores e, até, de alguns produtores:

➤ *Atravessadores*

Sempre tentam negociar pelo menor preço, utilizando ‘técnicas’ de negociação desleais (leilão de preços ou se aproveitam das dificuldades para transporte e/ou armazenamento de produtores menores).

É constante a reclamação com relação à postura dos atravessadores, especialmente pela “truculência” (falta de educação) no trato, principalmente aos pequenos produtores, no sentido de constrangê-los e dificultar a negociação, com a intenção de obter maior margem entre o valor de compra e o valor de revenda. Mas também por impor variação de preço de compra, conforme o ponto de venda (onde ele negocia/recebe o produto): “Por exemplo, se tu comprar lá na comunidade é um preço, se tu comprar aqui na parada é outro. Daí o produtor, às vezes, faz um sacrifício e leva a farinha para a parada” (dos ônibus rurais, na estrada).

Da mesma maneira que não levam em consideração o trabalho dos produtores, há atravessador que já se manifestou incomodado com as exigências da IG com relação ao meio ambiente (proibição de agrotóxicos), pois a restrição deverá, em certa medida (ou por algum período), causar diminuição no volume de farinha produzido, o que, para eles, significa menos lucros.

Além de reforçar o significado da IG para os produtores, no sentido de representar a identificação do produto com seu lugar de origem, Moran (1993) sugere que os pequenos produtores locais podem usar a IG para melhorar sua reputação e vender diretamente para a demanda, competindo, assim, de forma mais eficaz com as corporações, o que, entende-se, também é válido para os atravessadores.

“Nesses quarenta anos, a gente viu muita gente sofrer com questão de preço, o atravessador chegava lá, pagava o que queria. (...) Onde tem o desembarque da produção, daí os atravessadores, eles pegam uma quantidade de saco, de dez, quinze sacos, e bota lá, estacionado na parada, e baixa o preço. Então eles ficam segurando o preço, o outro que chega com a farinha para vender, deve estar cansado, e fica naquele negócio, daí ele vê que ele não vai conseguir vender a farinha dele, e acaba se sujeitando” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“A maior dificuldade que a gente encontra é com os atravessadores, porque eles alegam que os compradores compram a farinha, só que eles não seguram o preço. Desde quando eu me entendi, o meu pai vendia farinha de 5 centavos, 30 centavos, eu achava muito, porque a gente trabalhava muito e a gente não via o recurso né, chegar na mão da gente com tanto trabalho que a gente tinha. Eu vejo assim, que a melhora nesse ponto do preço, só não melhora mesmo por causa dos atravessadores, eles estão ali e não estão deixando a gente fazer e vender o produto da gente” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Tem um pessoal aí que eles querem interferir e eles falam contra, né? Entendeu? Por exemplo, nós aqui na nossa região, o que nós chamamos... Tem os compradores de farinha que nós chamamos de atravessadores, né, eles não têm interesse que isso (IG) venha acontecer. Por quê? Nós estamos conscientizando o produtor de ele produzir menos, com mais qualidade, para que ele possa ganhar mais com menos, e eles não querem isso, entendeu? Porque eles querem comprar um produto barato e ganhar à custa do produtor de verdade. Tem esse grupo de pessoas, né, tem esse grupo de pessoas que trabalha contra” (ENTREVISTA 9 – Agente-chave) .

“Durante muito tempo na história, os produtores produzem, fazem uma farinha de qualidade, ainda nas condições, ainda da Casa de farinha tradicional, trazem esse produto para as cidades e vendem para o que eles chamam de atravessador né, que compra essa farinha em sacos maiores. Ou seja, não teve uma evolução do produtor na Associação ou na Cooperativa, são produtores individuais que fazem essa venda, e esse comprador leva para Manaus, ou para um grande centro, faz o envase, prepara uma marca e aí, ele sim, ganha o dinheiro de fato” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

➤ *Grandes compradores*

Varejistas e atacadistas regionais são destino certo para a escoagem das farinhas produzidas no estado, desde que os vendedores sejam produtores, com os quais esses grandes compradores têm amplo poder de negociação. Contudo, de acordo com depoimentos, o tratamento se transforma (para pior) se um produtor se torna concorrente (como no caso dos produtores com a IG da Farinha Uarini) – desse modo, as chances de fazer negócio com “os grandes” diminuí drasticamente.

“Tu chega com um fardo em Manaus, todo mundo compra de ti, tu não é inimigo de ninguém, tu não atrapalha nenhum atacadista. Agora, no momento que tu se bota de pé, que tu cria uma marca para ti, que tu diz: ‘Eu vou ter uma empacotadora’, daí tu já é um concorrente do mercado. Então as vezes eles deixam de comprar de ti, que é para não te projetar, né? (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

➤ *Adulteração da farinha*

Os resultados da pesquisa revelaram que não somente os atravessadores tentam tirar proveito no momento da venda. De acordo com alguns entrevistados, há produtores que “misturam farinha mais fria, mais velha, com farinha mais nova”, na tentativa de obter o melhor preço (da farinha de melhor qualidade contida na mistura). Na ânsia (necessidade) de vender sua farinha, alguns produtores adulteram o produto, misturando tipos diferentes (boa e ruim) para mascarar a má qualidade da farinha que está vendendo. Ou ainda, ensacam a farinha ainda molhada, já que, assim, o peso final será maior – e o valor pago pelo produto também.

Apesar de afirmarem que tais situações ainda ocorrem, os entrevistados atestaram que: “O mercado já se adaptou. Eles têm umas canetas, furam o saco, então puxam uma amostra do meio e de baixo, aí eles conseguem ver se a farinha está no padrão” (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

Segundo declarações, o produtor também sucumbe a negociações desfavoráveis, por conta da incerteza sobre o mercado, na época da colheita. Como normalmente é “uma roça por ano”, e os produtores dependem da venda da farinha para seu sustento, eles costumam vender sua produção ao preço ofertado pelo mercado, no caso de não ter conseguido negociar um bom valor, quando o período de venda está se encerrando.

Ainda com referência à comercialização da farinha, é unânime a percepção de que a melhor forma de comercialização é a venda direta, pois, além da aproximação com o consumidor, livra o produtor do contato com a figura do atravessador, que, na opinião geral, é o “ator” que mais desvaloriza a farinha e o produtor, pois paga preço baixo (para revender alto).

Considerando-se, ainda, o longo tempo que o preço da farinha não sofre aumento – “Nesse ponto do preço, só não melhora mesmo por causa dos atravessadores. Eles estão ali, e não estão deixando a gente fazer e vender o produto da gente” / “Porque a gente faz tanta farinha e a farinha não sobe de preço, como a gente vai viver, né?”. É o mesmo sentimento observado na cadeia produtiva da farinha de Copiaba, na Bahia, onde o pequeno produtor ganhava a menor parte do lucro da farinha e tinha um árduo trabalho para produzi-la, enquanto o distribuidor/atravessador lucrava muito mais (BRANCO *et al.*, 2015).

Houve comentário de que a venda para o governo estadual, que compra para compor a merenda escolar, é a opção mais segura. Porém, também tem seus transtornos, porque não há garantia do volume que será comercializado, pois depende, na maioria das vezes, da demanda no momento da compra/pedido.

“Algumas situações também são do próprio produtor né, que, às vezes, ele mistura farinha, uma farinha mais fria, mais velha, com uma farinha mais nova. Às vezes tu abres o saco... O mercado já se adaptou, eles têm umas canetas, que eles furam o saco, então eles puxam a amostra do meio, de baixo eles conseguem ver se a farinha realmente está no padrão (ENTREVISTA 6 – Responsável pela produção / Atravessador).

“A APRU está fortalecida, porque ela vai ter que defender os interesses e o nome Uarini, então não é pelo simples fato de concessão do selo que as empresas vão passar a parar de usar (indevidamente, o nome Uarini). Na verdade, vai ter uma evolução, de acompanhar quem são essas empresas, fazer uma comunicação alertando, que há inclusive uma penalidade passível, porque agora a exclusividade do nome vai ser dada a esses produtores que estejam adequados ao processo da Indicação Geográfica” (ENTREVISTA 15 – Agente-chave).

6.1.2.6 Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini

Quadro 20 - Processo de derivação da categoria final de conteúdo: Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini

CATEGORIAS INICIAIS	IDEIAS-CHAVE	CATEGORIA FINAL
<ul style="list-style-type: none"> Falta de recursos para implantação de novas Casas de Farinha Modelo Uarini 	O projeto da IG ainda ressentido da continuidade das ações e processos	Necessidade de expansão da participação dos produtores e do suporte financeiro e técnico por parte

<ul style="list-style-type: none"> • Falta de homogeneidade no processo de produção, devido à manutenção, por parte alguns, do modelo tradicional de produção e da estrutura das Casas de Farinha • Dificuldades na gestão do novo modelo de negócio (“produtores têm que tomar a frente”) 	necessários para a sua consolidação e sustentabilidade	do poder público e das entidades envolvidas no projeto da IG da Farinha Uarini
--	--	--

Fonte: Elaborado pela autora

➤ *Dificuldades para consolidação e sustentabilidade do projeto da IG da Farinha Uarini*

Houve comentários, não exatamente relativos a desvantagens, mas relacionados a dificuldades para fazer cumprir e manter as exigências da IG. Entrevistados se referiram às limitações financeiras dos produtores, principalmente, para arcar com os custos dos processos de comercialização, que antes não existiam. Custos que, com o reconhecimento da IG, ficarão a cargo deles, tais como os relativos a empacotamento, publicidade e logística de distribuição. Mesmo estando previsto que as despesas serão divididas entre os produtores, ainda assim são despesas que não fazem parte dos seus orçamentos atuais.

Outra dificuldade apontada pelos respondentes, diz respeito à necessidade de acompanhamento dos novos procedimentos de produção. Ou seja, será preciso verificar se todos estão fazendo a sua parte, de modo a garantir que os procedimentos exigidos estejam sendo cumpridos, de maneira a não prejudicar os esforços e realizações implementados até o momento. Este é o pensamento de Maiorki (2015), para quem, o desafio recorrente é como organizar os produtores de forma que estes mantenham um certo nível de qualidade, visto que o fato de ter uma IG não garante que o produto terá aceitação no mercado.

Faz-se necessária a continuidade dos apoios técnico e financeiro, por parte do poder público e das entidades envolvidas no projeto da IG, desde a implantação de outras Casas de Farinha Modelo Uarini, assim como o suporte técnico (capacitação) e a disponibilização de financiamentos para os pequenos produtores, como já era previsto.

“As desvantagens, que de repente que poderia ocorrer, é que você está dentro de um território onde tem a IG, você produz aquele produto, e se você não estiver participando de toda a cadeia, você estará fora. Então, o produto que você vai agregar valores, que você vai agregar toda uma história dos nossos antepassados você vai perder isso” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Vai ter a vantagem sim, mas se todos se adequarem, se só um não se adequar... Porque o IG da farinha, ele rege da seguinte forma, se você quiser melhorar seu produto, se você quiser uma boa qualidade, se você quiser um bom mercado, você vai ter que melhorar a sua produção, para você poder entrar nesse grupo. Nesse grupo, não vai poder entrar pessoas de qualquer jeito, para fazer produto de qualquer jeito, não. Então vai ter que seguir um padrão, que eu acho que isso é muito bom né, todo mundo ter um padrão, assim, tipo selo né... ‘você só vai vender se você tiver esse selo aqui e se o produto tiver boa qualidade’. E tanto faz, na farinha ou qualquer outro produto, se você tiver qualidade, você vai ter sucesso, você vai ter mercado” (ENTREVISTA 13 – Produtora).

“Não é todo mundo que consegue produzir a farinha Uarini, então tem que ter essa habilidade, precisa de alguns instrumentos, alguns equipamentos que às vezes a Casa de farinha, onde o produtor produz, não consegue atender a necessidade de material para produzir a farinha. Você precisa de embolador, precisa de peneira, precisa de paciência, não é? Tem tudo isso. Não é simples” (ENTREVISTA 1 – Produtor).

“Eles precisam ser autônomos agora, precisam assumir a frente disso, e não mais as instituições, correndo atrás de muitas coisas (...), os agricultores têm que se apropriar disso mesmo” (ENTREVISTA 8 – Agente-chave).

6.1.3 Benefícios, problemas e melhorias relacionados às Casas de Farinha Modelo Uarini

Aos entrevistados que eram usuários das Casa de Farinha Modelo Uarini também foi solicitado que avaliassem os principais benefícios e problemas dessas casas que eles estavam testando ou já em plena atividade, identificados até o período de realização da pesquisa, assim como sugerir soluções ou melhorias. As considerações gerais sobre esse conteúdo estão logo em seguida ao Quadro 21.

Quadro 21 - Benefícios, problemas e melhorias necessárias às novas Casas de Farinha Modelo Uarini

BENEFÍCIOS	PROBLEMAS	PODE MELHORAR
Ambiente arejado	Esclarecimentos insuficientes sobre o arrendamento social	Cobertura do telhado mais ampla (abranger descascadores, cevadeira e tanques)
Higiene (pia, banheiro, piso de alvenaria, gamela, caixa d'água)	Falta de interesse/engajamento por parte de alguns produtores	Disponibilizar torradeira mecânica
Proximidade entre os equipamentos	Falta de união e incentivo para maior participação dos membros/produtores da comunidade	Maior número de fornos
Chaminé (fumaça controlada / menor gasto de lenha)	Resistência à mudança, por parte de alguns	Melhor material para construção dos fornos (que não rache)
Prensa hidráulica (menor risco de acidentes/economia/menos força)	Tempo (maior) de produção da farinha Uarini	Aumento do tamanho da emboladeira

Tanques mais próximos dos equipamentos	Preço baixo, pago pela farinha Uarini	Aumento da potência da prensa hidráulica (suportar 10 toneladas)
Material dos fornos (“não queima a barriga”)		Melhor qualidade da cerca de proteção contra bichos, material antiferrugem
Cerca (impede entrada de bichos)		Maior abrangência da cerca de proteção contra bichos (além da casa de farinha)
Ambiente mais limpo		Disponibilização de motor próprio para cada casa de farinha
Maior “união do grupo/comunidade”		Disponibilização de máquina de moer própria para cada casa de farinha
Aprendizado sobre gestão (projeto de subvenção da FAS)		Maior proximidade da casa de farinha com a localização da comunidade
Prensa hidráulica (menos força)		Maior número de casas de farinha por comunidade (para atender a todas as famílias)
Higiene (gamela, pia, caixa d'água, banheiro, piso de alvenaria)		Disponibilização de transporte para a mandioca (da roça à casa de farinha)
Chaminé (“engole a fumaça”)		Antes da construção da casa de farinha, observar a posição onde nasce/se põe o sol (não expor a mandioca, nem os trabalhadores, ao calor intenso)
Cerca (impede entrada de bichos)		Mecanismo de deslocamento da gamela (possibilitar facilidade de movimento entre os fornos e o “tablado” de ensacamento e armazenamento)

Fonte: Original desta pesquisa.

Os entrevistados concordam que os benefícios das novas Casas de farinha, ou as reformas de adaptação nas Casas antigas, são bastante expressivos, no que se refere às mudanças que contribuem para a qualidade da farinha (sobretudo com relação à higiene do processo), e para minimizar os problemas de saúde dos trabalhadores, atuando, especialmente, na redução da inalação de fumaça que sai da torragem da mandioca e do esforço com a prensagem (antes, manual) da massa de mandioca.

Além desses destaques, dentre os entrevistados houve quem considerou que a mobilização para viabilizar as Casas de Farinha Modelo Uarini melhorou o espírito de “união” dos trabalhadores e membros das comunidades. E ainda, que foi possível aprender sobre gestão, dado que, no

novo modelo, além da produção da farinha, os produtores são responsáveis pela gestão da Casa de Farinha, incluindo questões administrativas, legais e financeiras).

O Quadro 21 também registra que os problemas das Casas de Farinha Modelo Uarini, identificados pelos entrevistados, estão relacionados, majoritariamente, às mudanças e implicações decorrentes das transformações nelas implantadas. As reclamações mais compartilhadas dizem respeito à “resistência à mudança” e à falta de (ou pouco) interesse em participar da mobilização e dos esforços para obtenção do registro da IG da Farinha Uarini.

Por fim, os entrevistados listaram uma série de melhorias que eles, mesmo com pouco tempo de experiência com as Casas de Farinha Modelo Uarini, identificaram durante o processo de produção. A maior parte das reivindicações são por aperfeiçoamentos que otimizem, facilitem e agilizem o processo de produção, assim como possibilitem que os benefícios das mudanças possam abranger maior número de pessoas das comunidades envolvidas.

As reivindicações de melhorias, demandadas pelos entrevistados, faz crer que há envolvimento com o projeto da IG, no sentido de concentrar esforços para que o projeto piloto das Casas de Farinha Modelo Uarini seja bem-sucedido e, assim, seja replicado, de forma a apoiar e consolidar a IG da Farinha Uarini.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabe-se que mudanças requerem tempo para aceitação e adaptação. Somado a isso, no período de realização da pesquisa, o projeto da IG era incipiente (o registro havia sido concedido há pouco tempo), portanto, no geral, as expectativas eram positivas e a maioria das pessoas envolvidas com o projeto vislumbravam um futuro promissor para a Farinha Uarini e para seus produtores.

Importante registrar que os agentes-chave são os que mais demonstravam otimismo e entusiasmo com as perspectivas em decorrência da Indicação Geográfica da Farinha Uarini, talvez por serem mais escolarizados e terem maior conhecimento e dimensão do que a IG pode proporcionar (ainda que em médio ou longo prazo). Alguns desses, porém, deixaram transparecer certa preocupação quanto à continuidade e/ou manutenção dos procedimentos de produção, para atender ao novo modelo de negócio da Farinha Uarini, haja vista que nem todos os produtores da região aderiram ao projeto da IG.

Até porque, pela simplicidade do universo em que vivem, a maioria dos produtores poderão ter mais dificuldades para assimilar, aceitar e se adaptar ao novo cenário de produção e de mercado da Farinha Uarini, com todos os benefícios e consequências que o registro da Indicação Geográfica proporcionará/provocará. São muitas mudanças e exigências para obtenção da IG, e elas provocarão transformações significativas e definitivas não somente na forma de produção da Farinha Uarini, mas acima de tudo no modo de vida dos produtores da farinha. Sua visão desse panorama é limitada e contida, porque, para eles, ainda é incerta.

Essas questões, talvez sejam o motivo para o fato de que, no momento de realização da pesquisa, ainda não se percebia coesão e sintonia plena no ambiente da IG e entre os produtores. Havia tensões latentes, que foram, algumas explicitadas, outras percebidas (a partir de comentários indicativos) durante a pesquisa de campo. Ressalte-se que, no período em análise, havia poucos conflitos, tende-se a crer que as tensões identificadas eram motivadas principalmente por falta de informação (ou informações incompletas) e por divergências de opinião sobre os novos acontecimentos, o que, muito provavelmente, está associado à falta de entendimento, por parte de alguns, sobre a dimensão das mudanças e dos benefícios, bem como ao receio com relação às incertezas decorrentes da IG.

Sendo assim, o estudo levou a constatações acerca de possíveis dificultadores do alcance da exigência de qualidade do produto. São questões que extrapolam as transformações estruturais das Casas de Farinha (indispensáveis) e precisam ser avaliadas, esclarecidas e resolvidas. Sobretudo, porque o forte sentimento de esperança com o registro da IG apresenta-se como motivador do propósito de contornar tais ameaças, ao mesmo tempo em que, contraditoriamente, pode induzir à despreocupação com o planejamento de ações preventivas. Nesse sentido, considera-se importante atentar para algumas situações:

- i. Os resultados da pesquisa apontam para a necessidade de dispensar apoio (sobretudo técnico) aos produtores, com o intuito de capacitá-los para responder às exigências de ordem administrativa e financeira relacionadas ao controle das atividades de planejamento, programação de custos, produção, comercialização e distribuição impostas pelo novo perfil do negócio, advindo do registro da IG da Farinha Uarini. A partir desse novo *status* organizacional, o que, atualmente, os produtores chamam de “comércio”, ou simplesmente “venda”, alcançará outro patamar: o de ‘negócio’. No novo modelo de negócio, a expectativa é de que os produtores assumam também o papel de gestor, com responsabilidades/função para dar continuidade ao processo da IG. Associado aos novos procedimentos de produção da farinha, o modelo de gestão empresarial do negócio deverá garantir o cumprimento das normas da IG, o que, por conseguinte, contribuirá para a consolidação e expansão da reputação e sucesso da Farinha Uarini, mantendo-a competitiva no mercado.
- ii. Os produtores estão preparados para o possível aumento das demandas, por exemplo, em termos de logística, negociação etc.? A esta pergunta um dos entrevistados alertou para o fato de que, normalmente, o plantio está condicionado aos períodos de verão e inverno, “com picos” que variam de alta produção a escassez, em um cenário, como já citado, em que “o consumo lá na ponta, não respeita isso, não considera se choveu ou está fazendo sol; ele quer a farinha”. Daí a necessidade de planejamento para adaptação às novas demandas que possam surgir. Afinal, não adianta obter a IG, e, depois, não cumprir o prometido/comprometido, no que se refere a abastecimento (a procura deve aumentar), o que também envolve ameaça à qualidade (na tentativa de querer atender à demanda que deve aumentar).

- iii. Como será o enfrentamento da concorrência, principalmente daqueles que usam indevidamente a fama da Farinha Uarini para vender outro tipo de farinha de qualidade inferior? Como será o enfrentamento dos atravessadores? Haverá reação ofensiva da parte deles, ou ficarão impassíveis ao registro da IG? Em relação a este questionamento, considera-se providencial a iniciativa dos produtores da Farinha Uarini em conhecer a experiência da farinha de Cruzeiro do Sul (Acre) para se informar sobre o período de adaptação ao novo *status* organizacional – o registro dessa IG é pioneiro do setor da farinha de mandioca no Brasil. A aparente desorganização da classe, que resulta em dificuldades para promover a adesão e o engajamento dos produtores, pode ser um ‘prato cheio’ para a concorrência (e atravessadores) colocar em risco a reputação da Farinha Uarini e, conseqüentemente, a própria IG.
- iv. Ademais, a desunião e falta de hábito em se juntar para defender interesses comuns também podem constituir dificultadores – ainda que em menor escala –, pois pode comprometer o ritmo do processo. Supõe-se que essa questão seja resolvida, na medida em que os acontecimentos se sucederem, e em especial, se mais produtores se engajarem na causa, participando do projeto.
- v. A resistência de parcela dos produtores para ‘abraçar’ o projeto da IG pode estar associada a questões culturais (tradição) e à dificuldade de mudança de *mindset* exigida. Mas também se questiona: até que ponto a capacitação para as mudanças impostas para adequação à IG apresentou falhas? Por exemplo: Todos tiveram voz? Todos puderam se manifestar? Os treinamentos alcançaram todos os produtores? Os treinamentos foram compreensíveis a todos, inclusive aos produtores mais simples, com baixa escolaridade? Como as lideranças podem replicar conhecimento e convencer, se nem todos conhecem a Casa de Farinha Modelo Uarini ou não participaram de treinamento, ou ainda não conhecem as diretrizes ou o Caderno de Especificações Técnicas?
- vi. Outra percepção refere-se ao reconhecimento da Casa de Farinha Modelo Uarini como elemento-chave da melhoria da qualidade, coloração e higiene da farinha nela produzida, e sobretudo, como mitigadora das diferenças de procedimentos do processo produtivo dentre os diversos produtores. Contudo, admite-se que ela sozinha não vai resolver questões intrínsecas à cadeia produtiva como um todo. Por exemplo,

não vai adiantar o produtor atender a todas as normas das boas práticas de produção explicitadas no Caderno de Especificações Técnicas da Farinha Uarini, bem como ter uma Casa de Farinha Modelo Uarini ou uma outra, similar, melhorada, se no decorrer dos trabalhos, os produtores permitem que pessoas estranhas ao processo produtivo, como parentes, vizinhos, crianças, amigos etc., toquem com as mãos a farinha que está na gamela esfriando. Especula-se que esses visitantes não estão com as mãos limpas, razão pela qual podem contaminar a farinha.

- vii. Ainda, o modo de transporte da produção de farinha da comunidade rural para a cidade mais próxima, geralmente é feito em pequenas canoas movidas a “rabetá”. A questão a considerar é a falta de espaço para passageiros, o que leva as pessoas a viajarem sentadas em cima dos sacos de farinha, o que gera a probabilidade de contaminação do produto pelo suor de seus corpos. O mesmo ocorre em barcos maiores de transporte de passageiros e cargas, cujo destino é Manaus, porque as sacas de farinha são colocadas em porões com pouca ventilação. E quando chegam ao mercado atacadista de Manaus ou aos pequenos distribuidores, essas sacas ficam armazenadas em lugares inadequados, o que também interfere de forma negativa na qualidade da Farinha Uarini, prejudicando o seu conceito mercadológico. Uma consequência decorrente da impossibilidade de os produtores controlarem essas etapas da logística de comercialização do seu produto.

7.1 Limitações da Pesquisa

Sobre os aspectos limitadores dos resultados deste estudo, em primeiro plano tem-se o fato de a própria riqueza criativa-histórico-tradicional que permeia o campo da propriedade intelectual e, mais especificamente, a esfera do registro de Indicação Geográfica, impor limites à sua abordagem, dada a diversidade temática inerente ao seu escopo teórico. E em segundo plano, sublinhe-se que a própria abrangência dos desafios culturais dificultadores da implementação das exigências para o registro da IG, impõe restrições de natureza investigativa, dificultando o processo de pesquisa, em vista dos costumes interpostos pela própria tradição local do fabrico da farinha de mandioca, considerando-se, ainda, a interferência da amplitude de sua especificidade, impossível de ter sido totalmente explorada neste estudo.

7.2 Expansão da Pesquisa

A partir das causas limitadoras deste estudo e, em especial, dos resultados alcançados no desenvolvimento de sua proposta teórica, sugere-se, como expansão da abordagem ora finalizada, a exploração dos seguintes veios de pesquisa: (i) A produção tradicional da Farinha Uarini e os elementos de origem sociocultural dificultadores da reorganização administrativa, exigida pelo registro da Indicação Geográfica (IG); (ii) Os desafios superados pelos produtores da Farinha Uarini no âmbito da IG para o estabelecimento da logística de sua comercialização e distribuição; (iii) Elementos organizacionais presentes no processo de produção da farinha de mandioca distinguida com a IG favorecedores da simetria de informação.

Ao encerramento deste estudo, há que ratificar a importância do tema no âmbito da Ciência da Administração, e mais especificamente na esfera da Propriedade Intelectual e Inovação, no que se refere à necessidade de seu aprofundamento, visando novas e urgentes abordagens. Portanto, esta pesquisa não pode parar aqui. Muitas de suas variáveis podem e devem ser retomadas a partir dos questionamentos levantados, de forma a serem ampliadas, refutadas, enfim, devidamente avaliadas no bojo do dinamismo do próprio saber administrativo, sempre em permanente evolução.

REFERÊNCIAS

AKERLOF, G. A. The market for lemons: quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, v. 84, n. 3, p. 488-500, 1970.

ALAVOINE-MORNAS, F. Fruits and vegetables of typical local áreas: consumers perceptions and valorization strategies through distributors and producers. EAAE SEMINAR PROCEEDINGS, Typical and traditional products: rural effect and agroindustrial problems. F. Arfini and C. Mora (Eds.), 52º, 19-21 jun., 1997, Parma. *Anais...* Parma: EAAE, 1997.

ALLEM, A. C. The origins and taxonomy of cassava. In HILLOCKS, R. J.; THRESH, J. M.; BELLOTTI, A. (Eds.). *Cassava: biology, production and utilization*. Wallingford: CABI Publications, 2002. p. 1-16.

ALMEIDA, M. L'indication géographique, un instrument de pérennisation des productions localisées en Amazonie? Le cas de la farine de manioc de Cruzeiro do Sul (Acre, Brésil). *Novos Cadernos NAEA*, v. 12, n. 1, p. 93-108, jun. 2009.

ALMEIDA S. L.; PAIVA JÚNIOR F. G.; GUERRA, J. R. A estratégia de internacionalização de negócio na perspectiva da tradição cultural: o caso da indicação geográfica no agronegócio. *Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE*, v. 9, n. 2, p. 75-98, 2010.

ALMEIDA, V. M.; GRANJA, D. S. S.; MATTOS, J. C. P.; DUARTE, T. M.; NUNES, G. S.. Identificação geográfica para o queijo de São Bento como estratégia de desenvolvimento territorial para a microrregião da baixada maranhense. *Cadernos de Prospecção*, Salvador, v. 8, n. 4, p. 808-816, out./dez. 2015.

ÁLVARES, V. S. *Manual de classificação de farinha de mandioca*. Brasília-DF: Embrapa, 2014.

ALVES, A. B. *Análise do desempenho de cadeias produtivas agroindustriais da mandioca: estudo de casos nas principais regiões de produção do Brasil*. 2012. 249 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Porto Alegre, 2012.

AMBROSINI, L.; OLIVEIRA, C. A. Indicação geográfica para frutas: critérios de concessão e objetivos – uma análise comparativa de casos europeus e brasileiros. *Extensão Rural – DEAER – CCR – UFSM*, Santa Maria, v. 24, n. 3, jul./set. 2017.

ANDER-EGG, Ezequiel. *Introducción a las técnicas de investigación social: para trabajadores sociales*. 7 ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.

ANDRADE, H. C. P. *Organização de produtores rurais para a gestão da cadeia produtiva da mandioca no nordeste paraense: um estudo de caso na Associação de Desenvolvimento Comunitário e Rural Bom Jesus*. 2012. 77 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2012.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Tradução de L. De A. Rego e A. Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARNEY, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, p. 99-120, 1991.

BARROS, G. S. C. (Coord.). *Melhoria da competitividade da cadeia agroindustrial da mandioca no Estado de São Paulo*. São Paulo: Sebrae, 2004.

BELLETTI, G. Origin labelled products, reputation and heterogeneity of firms. In SYLVANDER, B.; BARJOLLE, D.; ARFINI, F. (Eds.). *The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects*. EAAE SEMINAR, 67, 28 a 30 out. 1999, Le Mans-FR. *Anais...* Le Mans-FR. Paris: The Université Côte d'Azur – INRA, 1999. p. 240-259.

BELLETTI, G. MARESCOTTI, A. *Origin products, geographic indications and rural development*. In BARHAN, E.; SYLVANDER, B. *Labels of origin for food: local development, global cognition*. Oxfordshire: p. 75-91, 2011.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Biodiversidade e indicação geográfica: produções agrícolas e alimentares locais. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN*, Brasília, n. 32, p. 81-93, 2005.

BEZERRA, V. S. *Planejando uma casa de farinha de mandioca*. Macapá-AP: EMBRAPA, 2011.

BRAMLEY, C; BIÉNABE, E; KIRSTEN, J. The economics of geographical indications: towards a conceptual framework for geographical indication research. developing countries. *The Economics of Intellectual Property*. Geneva: WIPO, 2009. p. 109-141.

BRANCO 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, 2015.

BRANCO, N. P. N. C. S.; CAZUMBA, I. R. S.; ANDRADE, A. B. C.; CONCEIÇÃO, C. G.; ANDRADE, J. S.; CARDOSO, R. C. V.; DRUZIAN, J. I.; MONTEIRO, R. P. Indicações Geográficas (IGs) como ferramenta para desenvolvimento regional: uma prospecção tecnológica Sobre IGs relacionadas à farinha e mandioca – e o potencial da IG da farinha de mandioca Copioba do Recôncavo Baiano. *Revista Geintec*, São Cristóvão-SE, v. 3, n. 5, p. 205-220, 2013. Disponível em <https://bit.ly/2BUhZRO> Acesso em 10 nov. 2018.

BRANDÃO, F. S.; CEOLLIN, A. C.; CANOZZI, M. E. A.; REVILLION, J. P. P.; BARCELOS, J. O. J. Confiança e agregação de valor em carnes com indicação geográfica. *Arquivo brasileiro de medicina veterinária e zootecnia*. v. 64, n. 2, abr, p. 458-467, 2012.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente – MMA. *Arranjos produtivos locais: APLs de produtos da sociobiodiversidade*. Brasília-DF: MMA, 2017. 140 p.

BRASIL. Presidência da República. Lei 9.609, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. *Diário Oficial [da República Federativa do Brasil]*. Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em <https://bit.ly/2tjocSu> . Acesso em 10 dez. 2018.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 – Lei da Propriedade Industrial. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Diário Oficial [da República Federativa do Brasil]*. Brasília, DF, 15 de maio de 1996. Disponível em <https://bit.ly/1PbqgQV> . Acesso em 10 dez. 2018.

BRASIL. Presidência da República. Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994. Promulga a Ata Final que incorpora os resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do Gatt. Brasília, DF. *Diário Oficial [da República Federativa do Brasil]* – DOU nº 248-A, *Poder Executivo, Brasília, DF*, 31 dez. 1994, Seção 1, p. 21.394. Disponível em <https://bit.ly/32ECSw1>. Acesso em 23 out. 2019.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio*: Módulo II – Indicação Geográfica. 4. ed. PIMENTEL, Luiz Otávio Pimentel (Org.). Florianópolis: FUNJAB, 2014.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Secretaria da Agricultura Familiar. *Programa de agroindustrialização da produção dos agricultores familiares para o período 2007-2010*. Brasília: MDA, 2008. Disponível em www.mda.gov.br . Acesso em 10 nov. 2017.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 52, de 7 de novembro de 2011. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 8 nov. 2011. Seção 1. p. 18-20.

BRUCH, Kelly Lissandra. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. Florianópolis: Fundação Boiteux , 2008.

CAMARGO, M. T. L. A. Estudo etnobotânico da mandioca (*manihot esculentacrnamtz-euphorbiaceae*) na diáspora africana. SEMINÁRIO GASTRONOMIA EM GILBERTO FREYRE. Recife, 2005. *Anais...* Recife: Fundação Gilberto Freyre, 2005. p. 22-30.

CAMPBELL, D.T.; FISKE, D. W. Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, v. 56, p. 81-105, 1959.

CARDOSO, C. E. L. *Competitividade e inovação tecnológica na cadeia agroindustrial de fécula de mandioca no Brasil*. 2003. 207 fl. Tese (Doutorado em Ciências) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2003.

CARVALHO, G. R.; DIAS, A. B. Indicação geográfica no território do sisal na Bahia: possibilidades e perspectivas. *Revista Geintec*, v. 2, n. 4, 365-377, 2012.

CASCUDO, L. C. *História da alimentação no Brasil*. 3 ed. São Paulo: Global, 2004.

CASSAVA. Save and grow: a guide to sustainable production intensification. In FAO – Food and Agriculture Organization. THE STATE OF FOOD INSECURITY IN THE WORLD.

Rome, 2013. *Anais...* Rome: FAO, 2013, v. 214. Disponível em <https://bit.ly/34mZNwu> Acesso em 10 mai. 2019.

CASTRO, R. S. D. *Boas práticas de fabricação (BPF): análise de tomate e água em restaurantes da cidade de Botucatu-SP*. 2013. 95 f. Tese (Doutorado em Agronomia [Energia na Agricultura]) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências Agrônomicas, São Paulo, 2013.

CAZELLA, A.; CARRIÈRE, J. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. In: *Desenvolvimento territorial sustentável: conceitos, experiências e desafios teóricos-metodológicos*. Revista Eisforia, ano 4, v. 4. Dez. 2006. Florianópolis, Brasil.

COIMBRA, T. S. *Mandioca: a cultura, a sua análise económica e a respectiva cadeia produtiva no Brasil*. 2013. Dissertação (Mestrado em Agronomia Tropical e Desenvolvimento Sustentável) – Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Agronomia, Lisboa, 2013.

CONCEIÇÃO, A. J. *A mandioca*. Cruz das Almas: UFBA/Embrapa/BNB/Brascan Nordeste, 1987.

CONCEIÇÃO, A. J. *A mandioca*. São Paulo: Nobel, 1983. 823 p.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial – IPI. *Proteção da criatividade e inovação: entendendo a propriedade intelectual: guia para jornalistas*. 2. ed. Brasília: CNI, 2019.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI. *Proteção da criatividade e inovação: entendendo a propriedade intelectual: guia para jornalistas*. 2. ed. Brasília-DF: Confederação Nacional da Indústria – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, 2019.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. *Métodos de pesquisa em administração*. 7 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COOTER, R.; T. ULEN. *Law and economics: reading UK and Massachusetts*. USA: Addison-Wesley, 1997.

CORNES, R.; T. SANDLER. *The theory of externalities, public goods and club goods*. 2. ed. Cambridge-UK: Cambridge University Press, 1996.

CORNISH, W. R. *Intellectual property: patents, copyright, trade marks, and allied rights*. London: Sweet & Maxwell, 1999.

CORREA, C. Protection of geographical indications – CARICOM countries. *ReserachGate*, jan. 2002. Disponível em <https://bit.ly/2NEWhqv> Acesso em mai. 2019.

CREPALDI, I. C. Origem, evolução e geografia da mandioca. *Revista Sitientibus*, Feira de Santana, n. 10, p. 89-94, jul./dez, 1992.

CRESWELL, J. W. *Research design: qualitative, quantitative & Mixed Method Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2003.

DE FREITAS, C. G.; FARIAS, C. S. ; VILPOUX, Olivier François; CABRAL, Edna Maria S. Reprodução camponesa na fronteira da Amazônia Sul Ocidental. *Revista de Geografia*, Recife, v. 28, n. 3, p. 68-87, 2012.

DIAS, M. C. X.; BARRETO, J. J. B. N.; FERDINANDO, J. *Cadeia produtiva da mandioca no Amazonas*. Manaus: EMBRAPA / CPAA / SEBRAE-AM, 1999.

ECONOMIDES, N. S. The economics of trademarks. *The Trademark Reporter*, n. 78, p. 523-539, 1988.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA – EMBRAPA; SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. *Iniciando um pequeno grande negócio agroindustrial: processamento da mandioca*. Brasília-DF: Embrapa Informações Tecnológicas, 2003. 115 p.

FABRIS, J. P.; MCHADO, G. J. C.; GOMES, I. R. A. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. *Revista Geintec*, v. 2, n. 4, p. 387-395, 2012.

FACHIN, O. *Fundamentos de metodologia*. São Paulo: Saraiva. 2001.

FALCÃO, T. F.; RÉVILLION, J. P. P. A indicação geográfica de vinhos finos segundo a percepção de qualidade de enófilos. *Ciência Rural*, v. 40, n. 2, p. 453-458, 2010.

FAO – Food and Agriculture Organization; IFAD – International Fund for Agricultural Development; WFP – World Food Programme. THE STATE OF FOOD INSECURITY IN THE WORLD, Meeting the 2015 (International hunger targets: taking stock of uneven progress), 2015, Rome. *Anais...* Rome: FAO, 2015. Disponível em <https://bit.ly/2JEuipA> Acesso em 10 mai. 2019.

FARIA, R. C. *Método para análise de troca de protocolos otimistas em um ambiente de simulação distribuída*. 2015. 144 f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia da Computação) – Universidade Federal de Itajubá, Faculdade de Ciência da Computação, Itajubá-MG, 2015.

FARIA, E. L.; OLIVEIRA, R. S.; SANTOS, N. Propriedade industrial: indicações geográficas – a origem do produto como diferencial de qualidade e diversidade para inovação no agronegócio brasileiro. In PLAZA, C. M. C. A [et al.] (Eds). *Propriedade intelectual na agricultura*. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 289-310.

FARINA, E. Q. M.; ZYLBERSZTAJN, D. Relações tecnológicas e organização dos mercados do sistema agroindustrial de alimentos. *Cadernos de Ciência & Tecnologia*, v. 8, n. 1/3, p. 9-27, 1991.

FARINA, E. M. M. Q.; REARDON, T. Agrifood grades and standards in the extended Mercosur: their role in the changing agrifood system. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 82, n. 5, p. 1170-1176, dec., 2000. Disponível em <https://bit.ly/320PtBR> Acesso em 12 jan. 2019.

FERNANDES, L. A.; GOMES, J. M. M. Relatórios de pesquisa nas ciências sociais: características e modalidades de investigação. *ConTexto*, Porto Alegre, v. 3, n. 4, 1º semestre, 2003.

FILGUEIRAS, M. R. D. M.; *et al.* Conformidade das farinhas de mandioca tipo Copioba comercializadas nas feiras de Salvador (BA), com parâmetros da legislação: uma contribuição à Indicação Geográfica (IG) do produto. *Geintec*, v. 2, n. 3, p. 307-326, 2012.

FUNDAÇÃO AMAZOAS SUSTENTÁVEL – FAS. *Edital Floresta em Pé*. Edital 2017/01. Seleção pública para projetos de arranjos produtivos sustentáveis em áreas de entorno e mosaicos se áreas protegidas e corredores ecológicos no Amazonas. Manaus, mar. 2017. Disponível em <https://bit.ly/2PHHZYS>. Acesso em 1 jun. 2019.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. A produção da autonomia: os “papéis” do autoconsumo na reprodução social dos agricultores familiares. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, a. 15, v. 1, abr. 2007, p. 89-122.

GEUZE M. The provisions on geographical indications in the TRIPS agreement. *International Law and Trade Policy*, v. 10, n. 1, p. 50-64, 2009.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *RAE-revista de administração de empresas*, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GRANCO, G., ALVES, L. R. A., FELIPE, F. I. Descrição de alguns entraves na comercialização da farinha de mandioca no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE MANDIOCA, 11, 2005. Campo Grande, 2005.

GROSSMAN, G. M.; SHAPIRO, C. Counterfeit-product trade. *American Economic Review*, v. 78, n.1, p. 59-75, 1988a.

GROSSMAN, G. M.; SHAPIRO, C. Foreign counterfeiting of status goods. *Quarterly Journal of Economics*, v. 103, n. 1, p. 79-100, 1988b.

GROTE, U. Environmental labeling, protected geographical indications and the interests of developing countries. *The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, v. 10, n. 1, p. 94-110, 2009.

GURGEL, V. A. Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica. In SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2005. p. 45-58. Disponível em <https://bit.ly/2qGXhIX> Acesso em 2 jun. 2019.

HAGUENAUER, L.; PROCHNIK, V. *Identificação de cadeias produtivas e oportunidades de investimento no Nordeste*. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Levantamento Sistemático da Produção Agrícola – LSPA*. Brasília: IBGE. 2019. Disponível em <https://bit.ly/2Q3Fq3C> . Acesso em 6 out 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Indicadores IBGE: estatística da produção agrícola*. Rio de Janeiro, jul. de 2017. Disponível em <https://bit.ly/36QFJV>. Acesso em 14 jun. 2019.

INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL – IEPI. [Ecuadorian Institute of Intellectual Property], 22 ago. 2008. K. Dorfzaun Cia. Ltda. [et al.] v. Union de Artesanos de Paja Toquilla de Montecristi/Intellectual Property, n. 07-306-RA-2S, *Resolución n. 98869*. (Ecuador).

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*, 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*, n. 2526, 2019a.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*, n. 2538, 2019b.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*, n. 2541, 2019c.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*, 2554. 2019d.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL – INPI. *Revista da Propriedade Industrial*. Indicações de procedência reconhecidas [território nacional]. 27 ago. 2019e.

INSTITUTO TRANSFORMAR. *Processamento móvel de farinha: um projeto inovador – arranjo produtivo local da mandiocultura do Nordeste Goiano e Ride*. Brasília: Fundação Banco do Brasil, 2019. Disponível em <https://bit.ly/2NilTdc> Acesso em 10 jun. 2019.

JUNGSMANN, D. M.; BONETTI, E. A. *Inovação de propriedade intelectual: guia para o docente* / Diana de Mello Jungsmann, Esther Aquemi Bonetti. Brasília: SENAI, 2010. 93 p. Disponível em <https://bit.ly/2WbQwoe>. Acesso em 23 out. 2019.

KLEIN, B.; LEFFLER, K. B. The role of market forces in assuring contractual performance, *Journal of Political Economy*, v. 89, n. 4, p. 615, ago. 1981.

KNECHTEL, M. R. *Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada*. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LANDES, W. M.; RICHARD, A. P. Trademark law: an economic perspective. *Journal of Law and Economics*, v. 30, n. 2, p. 265-309, 1987.

LANDON, S.; SMITH, C. E. The use of quality and reputation indicators by consumers: the case of bordeaux wine. *Journal of Consumer Policy*, v. 20, n. 3, p. 289, set. 1997.

LOUREIRO, M. L.; McCLUSKEY, J. J. Assessing consumer response to protected geographical identification labeling. *Agribusiness*, v. 16, n. 3, p. 309-320, 2000.

MACHADO, R. L. P. *Boas práticas de fabricação (BPF)*. Roberto Luiz Pires Machado, André de Souza Dutra, Mauro Sergio Vianello Pinto. Rio de Janeiro: Embrapa Agroindústria de Alimentos, 2015.

MAIOR FILHO, J. S. *Pesquisa em administração: em defesa do estudo de caso*. *Revista de Administração de Empresas*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 146-149, 1984.

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

MARESCOTTI; SCARAMUZZI, S. The role of typical products in fostering rural development and the effects of Regulation (EEC) 2081/92. SEMINAR OF THE EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS – EAAE, 73, 28 a 30 jun. 2001. Ancona-Italy. *Anais...* 2001. Netherlands: EAAE, 2001.

MARTINO, G. Quality uncertainty and allocation of decision rights in the European protect designation of origin. *Revista da Administração*, v. 48, n. 2, p. 375-392, 2013.

MARTINS, G. A.; LINTZ, A. *Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso*. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTY, F. Which are the ways of innovation in PDO and PGI Products? In ARFINI, F.; MORA, C. Typical and traditional products: rural effect and agro-industrial problems (Eds.). EAAE SEMINAR PROCEEDINGS, 52, 19 a 22 jun. 1998, Parma. *Anais...* Parma: EAAE, 1998.

MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MEDEIROS, M. L. *Indicações geográficas, turismo e desenvolvimento territorial: uma análise sistêmica da indicação de procedência do queijo Minas Artesanal do Serro*. 2012. 271f. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, 2015.

MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, C. S.; PASSADOR, J. L. Implications of geographical indications: a comprehensive review of papers listed in CAPES journal database. *Revista de Administração e Inovação – RAI*, São Paulo, v. 13, n. 4, p. 315-329, out.-dez 2016.

MERWE, A. . Geographical indication protection in South Africa with particular reference to wines and to the EU. *International Law and Trade Policy*, v. 10, n. 1, p. 186-195, 2009.

MINAYO, M. C. S. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

MONTEIRO, M. Y. Alimentos preparados à base de mandioca. *Revista Brasileira de Folclore*, v. 5, p. 37-82, 1963.

MORAN, W. 1993: Rural space as intellectual property. *Political Geography*, v. 12, n. 3, p. 263-77, 1993.

MOURA, A. F. M. *Sociodemografia da reserva de desenvolvimento sustentável Mamirauá: 2001-2011*. In Edila Arnaud Ferreira Moura [et al.]. Tefé, AM: Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá: IDSM/NAEA. Belém, 2016.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. *Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios*. *RAC*, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 731-747, jul./ago. 2011.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. *Revista GEINTEC*, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012.

NASCIMENTO, J. S.; FIALHO, A. S.; NUNES, G. S., & BANDEIRA, M. G. A. *Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses*. *Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias*, v. 2, n. 4, p. 353-364, 2012.

NEIVA, A. C. G.; SERENO, J. R. B.; FIORAVANTI, M. C. S. Indicação geográfica na conservação e agregação de valor ao gado curraleiro da comunidade kalunga. *Arch. Zootec*, v. 60, n. 231, p. 357-360, 2011.

NELSON, P. Information and consumer behaviour. *Journal of Political Economy*, v. 78, n. 2, p. 311-329, mar.-abr., 1970.

NEVES, M. F.; CONEJERO, M. A. Uma contribuição empírica para geração de métodos de planejamento e gestão. *Revista de Administração*, v. 47, n. 4, p. 699-714, 2012.

OKAMOTTO, P. T. Agregando Valor. In SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA. *Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE, 2005.

OLIVEIRA, L. L. *Perfil higiênico-sanitário das unidades de processamento da farinha de mandioca (Manihot esculenta Crantz) na região Sudoeste da Bahia*. Vitória da Conquista- BA: Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB, 2008.

OLIVEIRA, M. M. *Como fazer pesquisa qualitativa*. Petrópolis: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, E.; ENS, R. T.; ANDRADE, D. B. S. F.; MUSS, C. R. Análise de conteúdo e pesquisa na área da educação. *Revista Diálogo Educacional*, v. 4, v. 9, 2003.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO – OCDE. Appellations of origin and geographical indications. In OECD. *Member Countries: economic and legal implications: working party on agricultural policies and markets of the committee for agriculture joint working party of the committee for agriculture and the trade committee*, 2000. Unclassified COM/AGR/APM/TD/WP(2000)15/FINAL.

PACHECO, A. D. C. *Inter-relações entre saúde e ambiente de trabalho em casas de farinha*. 2017. 115 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Recife, 2017.

PEREIRA, K. J. C. *Agricultura tradicional e manejo da agrobiodiversidade na Amazônia Central: um estudo de caso nos roçados de mandioca nas Reservas de Desenvolvimento Sustentável Amanã e Mamirauá – Amazonas*. 2008. 223f. Tese (Doutorado em Ecologia Aplicada) – Universidade de São Paulo, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba-SP, 2008.

PÉREZ, E. L. A diversidade vegetal da Amazônia e o patrimônio genético mundial. In BORÉM, A.; LOPES, M. T. G.; CLEMENT, C. R. *Domesticação e melhoramento: espécies amazônicas*. Viçosa-MG: Editora da UFV-MG, 2009. 486 p.

PÉRICO, B. C.; ALVES, F. S. Farinheiras no litoral do Paraná: ações de pesquisa-ação para identificar e implementar estratégias de comercialização e organização de agricultores familiares. In ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS – EGEPE, IX, 16 a 18 de mar. De 2016, Passo Fundo-RS. *Anais...* Passo Fundo-RS: EGEPE, 2016. Disponível em <https://bit.ly/31Yz6N7> Acesso em 3 jul. 2019.

PONTE, J. P. Estudos de caso em educação matemática. *Bolema*, v. 25, p.105-132, 2006.

PORTELLA, A. L. *Caracterização do processo produtivo, aspectos da qualidade da farinha de mandioca e percepção dos agentes da cadeia na região central do Estado de Roraima*. 2015. 120f. Dissertação (Mestrado em Defesa Sanitária Vegetal) – Universidade Federal de Viçosa, Faculdade de Agronomia, Viçosa, 2015.

RAMOS, C. *Desenvolvimento territorial sustentável: a sustentabilidade ambiental dos vales da uva Goethe- SC* /Cristiane Ramos ; orientadora, Adriana Marques Rosseto - Florianópolis, SC, 2015. 173f. Dissertação. Florianópolis, 2015.

RANGNEKAR, S. D. *Geographical Indications: a review of proposals at the TRIPS council: extending article 23 to products other than wines and spirits – capacity building project on Intellectual Property Rights and sustainable development*. UNCTAD/ICTSD, jun. 2003a.

RANGNEKAR, S. D. *The socio-economics of geographical indications: a review of empirical evidence from Europe: capacity building project on Intellectual Property Rights and Sustainable Development*. UNCTAD/ICTSD, Oct. 2003b.

RANGNEKAR, S. D. *The socio-economics of geographical indications: a review of empirical evidence from Europe: capacity building project on Intellectual Property Rights and Sustainable Development*. UNCTAD/ICTSD, Oct. 2004.

RENTING, H.; MARSDEN, T. K.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, v. 35, n. 3, p. 393-411, 2003.

REQUIER-DESJARDINS, D. Sistemas agroalimentares localizados e qualificação: uma relação complexa. *Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis*, Florianópolis, v. 10, n. 2, p. 95-118, jul.-dez. 2013.

RIOS, D. R. *Minidicionário escolar da língua portuguesa*. São Paulo: DCL, 2010.

ROSEN, S. Hedonic prices and implicit markets: product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economics*, v. 82, n. 1, p. 34-55, jan.-fev. 1974.

SANTILLI, J. *As indicações geográficas e os produtos da agrobiodiversidade*. São Paulo: Petrópolis, 2009.

SANTILLI, J. As indicações geográficas: um instrumento jurídico e econômico para valorizar os produtos da biodiversidade. CONGRESSO BRASILEIRO DE DIREITO AMBIENTAL, 16 (30 anos da Política Nacional de Meio Ambiente), 13 a 15 set. 2018, Balneário Camboriu-SC. *Anais...* São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2011.

SANTOS, E. F.; CARVALHO, F. S.; SILVA, J. C. G.; REZENDE, A. A.; MIYAJI, M. Agroindústria da mandioca: o caminho para a sustentabilidade econômica dos beneficiadores do bairro Campinhos em Vitória da Conquista-BA. CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47, 2009, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre, 2009.

SANTOS, A. Possibilidades e Perspectivas para a sustentabilidade do cultivo da mandioca no Planalto de Conquista. 124p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável – Gestão e políticas ambientais) – Universidade de Brasília. Brasília, 2001.

SARAIVA, L. A. S.; MOTA, O. S.; COUTO, F. F. A não permanência de trainees nas empresas: um estudo em Minas Gerais. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 15, n. 1, p. 230-255, 2015.

SCARE, R. F; ANTOLINI, L. S. Entendendo a tomada de decisão e o comportamento de compra do produtor rural. In ZYLBERSZTAJN, Decio; NEVES, Marcos Fava; CALEMAN, Silvia M. de Queiroz. (Orgs.) *Gestão de Sistemas de Agronegócios*. São Paulo: Atlas, 2015.

SCHOR, T.; TAVARES-PINTO, M. A.; AVELINO, F. C. C.; RIBEIRO, M. L. Do peixe com farinha à macarronada com frango: uma análise das transformações na rede urbana no Alto Solimões pela perspectiva dos padrões alimentares. *Confins – Revista Franco-Brasileira de Geografia*, n. 24, 2015.

SECRETARIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO DA ALAGOAS – SEPLAN; SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE-AL. *Arranjo Produtivo Local: Mandioca no agreste – alagoano*. SEPLAN / PAPT-AL; SEBRAE: Alagoas, 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. *Cartilha Casa de Farinha: uma agroindústria que dá gosto*. Brasília-DF: SEBRAE, 2013.

SHAPIRO, C. Premiums for high quality products as a return to reputations. *Quarterly Journal of Economics*, v. 98 n. 4, p. 659-679, 1983.

SHAPIRO, C. Consumer information, product quality and seller reputation. *Bell Journal of Economics*, v. 13, n. 1, p. 20-35, 1982.

SILVA, J. R. B. Mandioca e outras raízes tropicais: uma base alimentar da humanidade no século. CONGRESSO BRASILEIRO DE MANDIOCA, XXI, 9, 1996, São Paulo. *Anais...* São Pedro: Centro de raízes Tropicais – CERAT, 1996, p. 12-15.

SILVA, A. C. R. *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. São Paulo: Atlas. 2003.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação para análise de dados qualitativos. ENCONTRO DE ENSINO E PESQUISA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE, IV, 3 a 5 de novembro 2013, Brasília-DF. *Anais...* BRASÍLIA-DF: EnEPQ, 2013.

SILVA, J. M.; SILVEIRA, E. S. *Apresentação de trabalhos acadêmicos: normas e técnicas*. Juiz de Fora: JuizForana, 2003.

SOARES, M. O. S. *Sistema de produção em casas de farinha: uma leitura descritiva na Comunidade de Campinhos – Vitória da Conquista (BA)*. 2007, 96f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Meio Ambiente) – Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus-BA, 2007.

SOUZA, J. M. L.; ÁLVARES, V. S.; NÓBREGA, M. S. *Indicação geográfica da farinha de mandioca de Cruzeiro do Sul – Acre*. Brasília-DF: EMBRAPA, 2017.

STADEN, H. *Duas viagens ao Brasil*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1974.

STIGLER, G. J. The economics of information. *Journal of Political Economy*, v. 69, n. 3, p. 213-225, 1961.

STIGLITZ, J. E. Imperfect information in the product market?. In SCHMALENSEE, R; WILLG, R. D. (Edits.). *Handbook of Industrial Organization*. Amsterdam: Elsevier Science Publishers, 1989. v. 1.

SUERTEGARAY, D. M. A. *O lugar onde moro: geografia da FLONA de Tefé*. Porto Alegre: IGEO/UFRS, 2016. In SUERTEGARAY, D. M. A.; PIRES, Cláudia Luíza Zeferino; PAULA, Cristiano Quaresma de. Porto Alegre: IGEO/UFRS, 2016.

SUPERINTENDÊNCIA DA ZONA FRANCA DE MANAUS – SUFRAMA. *Potencialidades regionais: estudo da viabilidade econômica de amido de mandioca – sumário executivo*. Manaus-AM: SUFRAMA, 2003.

SUSSUMO, V. P. M.; MENDES, L. O. A dinâmica territorial do trabalho: o camponês produtor de farinha em Tefé-AM. ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA – ENGA, XXIII, 9 a 13 nov. 2016, Aracaju. *Anais...* ENGA: Universidade Federal de Aracaju, 2016.

THIEDIG, F; SYLVANDER, B. Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. *Agrarwirtschaft*, v. 49, n. 12, p. 428-437, 2000.

TIROLE, J. A theory of collective reputations – with applications to the persistence of corruption and to firm quality. *Review of Economic Studies*, v. 63, p. 1-22, 1996.

TIROLE, J. *The theory of industrial organization*. Cambridge: MIT Press, 1988.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Introdução à pesquisa em ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 1987.

VALENTE, M. E. R., *et al.* Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. *Ciência Rural*, v. 42, n. 3, p. 551-558, 2012.

VARELLA, M. D.; BARROS, A. F. G. Indicações geográficas e arranjos produtivos locais. In VARELLA, M. D. (Ed.). *Propriedade intelectual e desenvolvimento*. São Paulo: Lex Editora, 2005. p. 361-385.

VASQUES, Marinete da Silva. *Sustentabilidade agrícola na Comunidade Ilha das Flores – São Gabriel da Cachoeira, Amazonas*. 2014. 132f. Tese (Doutorado em Agronomia Tropical) – Universidade Federal do Amazonas, Faculdade de Ciências Agrárias, Manaus, 2014.

VELCOVSKÁ, Š; SADÍLEK, T. The system of the Geographical Indication – important component of the politics of the consumers protection in European Union. *Amfiteatru Economic Journal*, v. 16, n. 35, p. 228-242, 2014.

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). 168 fls. Dissertação de Mestrado – UFSC. Florianópolis, 2008.

VELTHEM, L. H. V.; KATZ, E. A farinha especial: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi de Ciências Humanas*, v. 7, n. 2, p. 435-456, maio-ago. 2012.

VELTHEM, L. H. V. Farinha, casas de farinha e objetos familiares em Cruzeiro do Sul –Acre. *Revista Antropologia*, v. 50, p. 605-631, 2008.

VIEIRA, A. C. P. *Instituições e segurança dos alimentos: construindo uma nova institucionalidade*. 2009. 290f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Econômico) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, Campinas-SP, 2009.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio. In PLAZA, C. M. C. A. [et al.] (Eds.) *Propriedade intelectual na agricultura*. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 21-50.

VIEIRA, A. C. P.; WATABABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe. *Revista GEINTEC*, São Cristóvão, SE, v. 2, n. 4, p. 327-343, 2012.

VILPOUX, O. F. Competitividade da mandioca no Brasil, como matéria prima para amido. *Informações Econômicas*, v. 38, n. 11, p. 27-38, 2008.

VINHOLIS, M. M. B; TOLEDO, J. C.; SOUZA FILHO, H. M. A questão da assimetria da informação e da incerteza da qualidade na indústria de alimentos: soluções possíveis. SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – SIMPEP, XVI, 9 a 11 nov. 2009, Bauro. *Anais...* SIMPEP: São Paulo, 2009.

VERGARA, S. C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2009.
WANDERLEY, M. N. B. *Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade*. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, 21, p. 43-61, out. 2003.

WATANABE, K.; SCHMIDT, C. M. A multifuncionalidade da agricultura e suas externalidades positivas para o desenvolvimento local. CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, XLVI, 20 a 23 jul. 2001, Rio Branco-AC. *Anais...* Rio Branco-AC: SOBER, 2008.

WINFREE, J. A.; MCCLUSKEY, Jill J. Collective reputation and quality. *American Journal of Agricultural Economics*, v. 87, n. 1, p. 206-213, 2005.

YAMAGUCHI, C. K.; *et al.* Indicação geográfica como instrumento de criação do conhecimento nos Vales de Uva Goethe. *Perspectiva em Gestão & Conhecimento*, v. 3, n. 2, p. 145-160, 2013.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

YIN, R. K. *Case study research: design and methods*. 6. ed. Newbury Park: Sage, 1989.

ZÉTOLA, B. M.; SEIXAS, M. M. (Orgs.). *Textos de Brasil n. 13: sabores do Brasil*. Brasília-DF: Editora Alexandre de Gusmão (FUNAG), 2008. 168 p.

ZUIN, L. F. S; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: valorizando o produto pecuário por meio de certificação de indicação de procedência. *Revista Colombiana de Ciencias pecuarias*, v. 22, n. 3, p. 311-318, 2009.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

Questionário Cadastro dos Produtores das Casas de Farinha

Nome do(a) Entrevistador(a):	N°
Hora início passagem: ___:___ min, Hora fim passagem: ___:___ min - Data: ___/___/2019.	
<p>Orientação de passagem: é recomendado ao entrevistador explicar que a pesquisa será parte da Tese de Doutorado de Raylene Rodrigues de Sena que será defendida na UFMG (cabe dizer um pouco do que é IG e de que a universidade está como facilitadora e auxílio técnico num projeto de interesse da comunidade). Assim como que as informações serão usadas com o maior sigilo pela pesquisadora no que se trata da identidade, nomes e dados pessoais do entrevistado ou de pessoas mencionadas aqui.</p> <p>As informações são muito importantes, pois facilitam o conhecimento das pessoas envolvidas em apoiar o pedido de IG, assim como embasam os argumentos socio-econômicos, necessários para o pedido da IG que trará benefícios para a região. O tempo médio verificado em teste é de 40min.</p>	
<p>Categoria do entrevistado</p> <p>(1) Proprietário da casa de farinha</p> <p>(2) Responsável pela produção (produção na casa de farinha de terceiros)</p> <p>(3) Trabalhador na casa de farinha</p> <p>(4) Outros (Especificar: _____)</p>	
1. Informações Gerais Sobre a Casa de Farinha	
Nome da Casa de Farinha:	
Endereço de casa de Farinha:	
Função na Casa de Farinha*:	
*como descrita pelo entrevistado	
Há quanto tempo está em funcionamento a casa de farinha? _____	
Houve alguma melhoria desde então? (01) Sim (02) Não	
Se sim, quais melhorias foram feitas na casa de farinha?	
(01) aquisição de motor para moer (01) Sim (02) Não	
(02) aquisição do motor no forno de torrar (01) Sim (02) Não	
(03) outros _____	
(Somente Proprietário ou responsável produção) Quantas pessoas e famílias trabalham na casa de farinha hoje sobre sua responsabilidade? () Não se aplica	
As pessoas que trabalham com você são:	
(01) da mesma família (01) Sim (02) Não	

(02) da vizinhança (01) Sim (02) Não (03) vêm de outros municípios para trabalhar aqui. (01) Sim (02) Não Se de outros municípios, citar:			
As crianças ajudam nas atividades da casa de farinha? (01) Sim (02) Não			
Como é feito o pagamento dos trabalhadores? (01) até 5 kg de farinha/dia (01) Sim (02) Não (02) até 10kg de farinha/dia (01) Sim (02) Não (03) de 10 a 20 kg de farinha/dia (01) Sim (02) Não (04) troca de favor (01) Sim (02) Não (05) dinheiro (01) Sim (02) Não Quanto em reais por dia _____ (06) Outros. Citar: _____			
(Somente Proprietário ou responsável produção) A casa de farinha é usada para produção da farinha de mandioca de outro produtor? ('locação' ou empréstimo) (01) Sim (_____) Quantas famílias? (02) Não (03) Não se aplica			
Qual a parte da farinha que é dada pelo produtor ao responsável pela casa de farinha? (01) 5% da produção (05) 30% da produção (02) 10% da produção (06) Outros _____ (03) 20% da produção (07) Não se aplica (04) 25% da produção			
Qual a parte da farinha que é dada pelo produtor ao responsável pela casa de farinha, como arrendamento social? (01) 5% da produção (05) 30% da produção (02) 10% da produção (06) Outros _____ (03) 20% da produção (07) Não se aplica (04) 25% da produção			
2.Participação em Organização (cooperativa, associações ou sindicato)			
Você participa de alguma cooperativa, associação ou sindicato? (01) Sim (02) Não			
Qual ou quais e há quanto tempo? (descrever o nome das organizações – tempo de participação) Organização (nome e tipo) Há quanto tempo? N°			
	Organização (nome e tipo)	Há quanto tempo? N°	
1			
2			
3			
() Não se aplica			
Pode me informar se a cooperativa/associação/sindicato tem registro no município? (01) Sim (03) Não sei informar (02) Não (04) Não se aplica			
Você assume alguma função/ responsabilidade na associação/cooperativa? (01) Sim (02) Não (passar para Q.2.6.) (03) Não se aplica			
Qual ou quais? (descrever função/estrutura se houver mais de uma / atividades correspondentes)			
	Organização(associação/cooperativa)	Função	Atividade

1			
2			
3			
4			
5			

(03) Não se aplica

Pode me passar o contato de um dos líderes? (2 entradas para se houver mais de uma organização, podendo ser preenchida por 2 líderes da mesma estrutura)

Nome1/estrutura: _____

Telefone: _____

Email: _____

Nome2/estrutura: _____

Telefone: _____

Email: _____

(03) Não sei informar

(04) Não se aplica

3. Produção

(Somente Proprietário ou responsável produção) Qual o tamanho da sua propriedade rural?
_____ (numérico) Precisar medida:

() hectares

() Km²

() tarefas

() Não se aplica

Matéria Prima:

(Somente Proprietário) A casa de farinha compra a mandioca ou seu proprietário tem roça mandioca?

(01) Sim

(03) Não sei informar

(02) Não

(04) Não se aplica

(Somente Proprietário ou responsável produção) Se sim, qual a quantidade de mandioca que você produz por mês? _____ (numérico) Precisar medida: () Kg, () sacas, () outros _____ () Não se aplica

(Somente Proprietário ou responsável produção) Qual o tipo da mandioca é plantada?

(01) corrente (01) sim (02) não

(03) outros _____

(02) cigana (01) sim (02) não

(04) Não se aplica

(Somente Proprietário ou responsável produção) Onde é produzida a mandioca?

(01) Flona de Tefé: Ipapocu, Bacuri... (Onde? _____)

(02) Região de Tefé, Alvarães, Uarini ou Maraã (descrever cidade(s) e comunidade(s) _____)

(03) Outros (descrever cidade(s) e comunidade(s) _____)

(04) Não se aplica

(Somente Proprietário ou responsável produção) Em qual frequência ocorre o uso da casa de farinha por produtores que não são proprietários?

(01) toda semana

(02) de quinze em quinze dias

(03) todo mês (04) na maior parte dos meses do ano (mais de 6 meses)

(05) em alguns meses do ano (menos de 6 meses)

(06) Não se aplica

<p>(Somente Proprietário) Qual a quantidade de mandioca de terceiros (não proprietários, comprada) processada por mês na casa de farinha? _____ (numérico) Precisar medida: () Kg, () sacas, () outros _____ () Não se aplica</p>
<p>(Somente Proprietário) Qual o tipo da mandioca produzida por terceiros? (01) corrente (01) sim (02) não (04) Não sei informar (02) cigana (01) sim (02) não (05) Não se aplica (03) outros _____</p>
<p>(Somente Proprietário) Quando a casa de farinha é usada por terceiros, de onde vem a mandioca? (01) Flona de Tefé: Ipapocu, Bacuri... (Onde? _____) (02) Região de Tefé, Alvarães, Uarini ou Maraã (descrever cidade(s) e comunidade(s) _____) (03) Outros (descrever cidade(s) e comunidade(s) _____) (04) Não sei informar (05) Não se aplica</p>
<p>Equipamentos</p> <p>A casa de farinha possui:</p> <p>(01) moedor manual em uso (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____) (02) moedor elétrico em uso (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____) (03) forno de torrefação de mandioca de barro em uso (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____) (04) forno de torrefação de mandioca elétrico (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____) (05) prensa da massa de mandioca artesanal em uso (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____) (06) prensa da massa de mandioca moderna em uso (01) sim (02) não (Quantidade: _____ Valor total paroximado: \$ _____)</p> <p>Outros equipamentos:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>O forno de barro de torrefação de mandioca é usado para outros fins (bolos, quitutes) (01) sim (02) não (03) não se aplica</p>
<p>Processo de Produção</p> <p>Quanto tempo antes de moer a mandioca é feito a raspa (descasque) da mandioca? (01) no mesmo dia (03) dois dias antes (02) um dia antes (04) outros _____</p>
<p>Onde fica armazenada a mandioca depois da raspa (descasque)? (01) no chão, na casa de farinha mesmo (03) reservatório de madeira ou plástico (02) no chão sobre lona (cocho) (04) outros, precisar</p>

<p>Q.3.11. A massa de mandioca fica quanto tempo na prensa? (01) de 1 a 2 horas (01) sim (02) não (04) até 1 dia (01) sim (02) não (02) de 2 a 3 horas (01) sim (02) não (05) até 2 dias (01) sim (02) não (03) de 3 a 6 horas (01) sim (02) não (06) outros _____</p>											
<p>(Somente Proprietário ou responsável produção) Quantos dias a casa de farinha funciona no mês, em média? (01) todos os dias da semana (05) de quinze em quinze dias (02) dois dias na semana (06) uma vez por mês (03) mais de três dias da semana (07) outros _____ (04) menos de dois dias na semana (08) Não se aplica</p>											
<p>(Somente Proprietário ou responsável produção) Quantas sacas de farinha Uarini você produz por dia de atividade na casa de farinha, em média? _____ (02) Não se aplica</p>											
<p>(Somente Proprietário ou responsável produção) Quantas sacas de farinha uarini você produz por mês, em média? _____ (02) Não se aplica</p>											
<p>Qual é o valor médio do kg da farinha uarini que o senhor vende? _____</p>											
<p>Comercialização</p>											
<p>Você sabe onde é vendida a farinha produzida aqui? (01) Sim (02) Não</p>											
<p>Para quem vende a farinha produzida? (múltiplas respostas) (01) diretamente na cidade (feira e/ou quermesse/bar da propriedade) (01) Sim (02) Não (02) para compradores conhecidos que revendem na feira (01) Sim (02) Não (03) para compradores conhecidos que revendem em outras cidades (01) Sim (02) Não (04) para compradores desconhecidos (01) Sim (02) Não (05) outros _____</p>											
<p>(Somente Proprietário ou responsável produção) Para que cidades escoam-se com mais frequência a produção de farinha de mandioca? Em que volume ?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cidade por ordem da mais importante a menos</th> <th>Peso médio/mês em sacas de farinha</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>() Não sei informar () Não se aplica</p>		Cidade por ordem da mais importante a menos	Peso médio/mês em sacas de farinha	1		2		3		4	
Cidade por ordem da mais importante a menos	Peso médio/mês em sacas de farinha										
1											
2											
3											
4											
<p>(Somente Proprietário ou responsável produção) Existem compradores fieis estabelecidos? Compram que volume?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Nome do responsável e ordem de importância</th> <th>Peso médio/mês em sacas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Nome do responsável e ordem de importância	Peso médio/mês em sacas	1			2			
	Nome do responsável e ordem de importância	Peso médio/mês em sacas									
1											
2											

(01) Sim (quanto em Kg farinha: _____) (02) Não (03) Não se aplica
ST - A casa de farinha lhe dá benefícios em alimentação? (01) Sim (02) Não (03) Não se aplica
ST - Se sim, quais são os benefícios em alimentação? (01) Alimentação no local – refeição (01)Sim (02)Não (02) Alimentação em no local – lanche – beiju, bolos e quitutes (01)Sim (02)Não (03) Outros (precise qual/quais: _____) (04) Não se aplica
Volta questões a todas as categorias
Você trabalha na produção de alimentos somente para os moradores de sua casa? (subsistência) (01) Sim (02) Não
Se sim, especificar o tipo de produção: (01) plantação (01) Sim (02) Não (02) criação de animais (01) Sim (02) Não
Que outras atividades geradoras de renda você exerce? (01) Produção agrícola em propriedade de terceiros para venda (meeiro) (01) Sim (02) Não (02) Produção agrícola própria para venda (01) Sim (02) Não (03) Criação de animais para venda (01) Sim (02) Não (04) Produção de castanha ou açaí (01) Sim (02) Não (05) Produção bolos e quitutes da mandioca para venda (01) Sim (02) Não (06) Trabalho em bar e/ou quermesse (01) Sim (02) Não (07) Trabalha no transporte dos produtos agrícolas (01) Sim (02) Não (08) Outros _____ (09) Nenhuma
Quando se dedica à(s) outra(s) atividade(s) geradora(s) de renda, além da casa de farinha? (01) Regularmente, quando a casa de farinha esta parada. (01) Sim (02) Não (02) Um pouco todo dia de manhã ou à noite. (01) Sim (02) Não (03) Intensamente todo dia de manhã ou à noite. (01) Sim (02) Não (04) Alguns dias de manhã ou à noite. (01) Sim (02) Não (05) Nos fins de semana e feriados. (01) Sim (02) Não (06) Não se aplica
Qual atividade profissional representa maior parte de seu sustento? (responder por ordem numérica da mais importante para a menos importante) 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____
Qual sua renda total (mensal) proveniente da produção de farinha do Uarini? (00) Sem renda (01)Menos de um salario mínimo (< R\$ 998,00) (02)Um salario mínimo (R\$ 998,00)

<p>(03)De um até dois salários mínimos (R\$ 998,00 < R\$ 1996,00) (04)De dois até três salários mínimos (R\$ 1996,00 < R\$ 2994,00) (05)De três até cinco salários mínimos (R\$ 2994,00 < R\$ 4990,00) (06)De cinco a dez salários mínimos (R\$ 4990,00 < R\$ 9980,00) (07)Mais de dez salários mínimos (> R\$ 9980,00)</p>	
<p>Possui renda de programas sociais? (01) Aposentadoria ou pensão (federal, estadual ou municipal)? (01) sim (02) não (02) Programa social bolsa-família? (01) sim (02) não (03) Programa social de erradicação do trabalho infantil - PETI? (01) sim (02) não (04) Programa de Aquisição de Alimentos – PAA? (01) sim (02) não (05) Outros programas sociais ou de transferências, precisar: _____ (06) Não possuo renda de nenhum programa social ou de transferência do governo.</p>	
<p>A renda mensal que tira das outras atividades fora a produção de farinha é: (trabalho paralelo e programa social) Faixa de Salário mínimo ____ em salário (00) Sem renda (01)Menos de um salario mínimo (< R\$ 998,00) (02)Um salario mínimo (R\$ 998,00) (03)De um até dois salários mínimos (R\$ 998,00 < R\$ 1996,00) (04)De dois até três salários mínimos (R\$ 1996,00 < R\$ 2994,00) (05)De três até cinco salários mínimos (R\$ 2994,00 < R\$ 4990,00) (06)De cinco a dez salários mínimos (R\$ 4990,00 < R\$ 9980,00) (07)Mais de dez salários mínimos (> R\$ 9980,00)</p>	
<p>Composição da família e agregados residentes _____ (quantas pessoas moram na sua casa?)</p>	
<p>Qual a renda da Total da família? _____ Faixa de Salário (00) Sem renda (01)Menos de um salario mínimo (< R\$ 998,00) (02)Um salario mínimo (R\$ 998,00) (03)De um até dois salários mínimos (R\$ 998,00 < R\$ 1996,00) (04)De dois até três salários mínimos (R\$ 1996,00 < R\$ 2994,00) (05)De três até cinco salários mínimos (R\$ 2994,00 < R\$ 4990,00) (06)De cinco a dez salários mínimos (R\$ 4990,00 < R\$ 9980,00) (07)Mais de dez salários mínimos (> R\$ 9980,00)</p>	
<p>Já houve cursos de capacitação ou treinamento para melhora e controle da produção de mandioca? (01) Sim (03) Houve, porém não participei. (02) Não Por quê?</p>	
<p>Quem ofereceu os cursos? (01) O município (01) Sim (02) Não (04) APAF (01) Sim (02) Não (02) A Embrapa (01) Sim (02) Não (05) Outros _____ (03) O sindicato (01) Sim (02) Não (06) Não se aplica</p>	
<p>Houve alguma mudança depois do curso? (01) sim, citar 1 _____ 2 _____ (02) não, por quê? _____ (03) Não se aplica</p>	
<p>A CASA DE FARINHA MODELO UARINI</p>	

Onde a casa de farinha modelo uarini está instalada?	
<input type="checkbox"/> Próximo ao igarapé <input type="checkbox"/> Próximo ao rio <input type="checkbox"/> num flutuante <input type="checkbox"/> No meio da comunidade <input type="checkbox"/> Afastado da comunidade <input type="checkbox"/> Terreno de um comunitário <input type="checkbox"/> Outro (Especificar: _____)	
Quais os custos para manutenção da casa de farinha modelo Uarini?	
Em geral, quais foram os maiores benefícios provenientes da casa de farinha modelo uarini?	
1-	
2-	
3-	
4-	
5-	
6-	
7-	
8-	
9-	
O que poderia ser melhorado na casa de farinha modelo uarini?	
1-	
2-	
3-	
4-	
5-	
6-	
7-	
8-	
Em geral, quais foram os maiores transtornos/problemas provenientes da casa de farinha modelo uarini?	
1-	

2-	
3-	
4-	
5-	
6-	
7-	
8-	
9-	
10-	
11-	

5. Moradia

O domicílio de residência é:

(01) próprio – já pago

(05) cedido de outra pessoa

(02) próprio – ainda pagando

(06) reforma agrária

(03) alugado - valor do aluguel R\$

(07) outra

_____,00

condição _____

(04) cedido por empregador

Quantos cômodos existem neste domicílio? _____ (inclusive banheiro e cozinha, não considere como cômodo: corredores, varandas abertas, garagem e outros para fins não residenciais).

Quantos cômodos servem de dormitório (quartos) para os moradores? _____

Existe banheiro neste domicílio?

(01) Sim (02) Não

Quantos banheiros? _____

O esgoto do banheiro ou sanitário é jogado em:

(01) Rede geral de esgoto (01) sim (02) não (04) Céu aberto (01) sim (02) não

(02) Fossa (01) sim (02) não

(05) Rio, lago ou mar (01) sim (02) não

(03) Vala (01) sim (02) não

(06) Outros (Especificar: _____)

A forma de abastecimento de água utilizada neste domicílio é:

(01) Rede geral de distribuição (01) Sim (02) Não

(02) Poço ou nascente na propriedade (01) Sim (02) Não

(03) Poço ou nascente fora da propriedade (01) Sim (02) Não

(04) Carro-pipa (01) Sim (02) Não

(05) Água da chuva armazenada em cisterna (01) Sim (02) Não

(06) Água da chuva armazenada de outra forma (01) Sim (02) Não

(07) Rios, açudes, lagos e igarapés (01) Sim (02) Não

(08) Outra _____

O domicílio tem água tratada pelo sistema público?

(01) Sim (02) Não

Desde quando? ____ / ____ (mês ano) (02) Não se aplica

Neste domicílio existe água encanada?

(01) Sim (02) Não

<p>O lixo deste domicílio é:</p> <p>(01) Coletado diretamente por serviço de limpeza (01) Sim (02) Não</p> <p>(02) Queimado (na propriedade) (01) Sim (02) Não</p> <p>(03) Enterrado (na propriedade) (01) Sim (02) Não</p> <p>(04) Jogado em terreno baldio ou logradouro (01) Sim (02) Não</p> <p>(05) Jogado em rio, lago ou mar (01) Sim (02) Não</p> <p>(06) Tem outro destino (01) Sim (02) Não</p> <p>Se sim, em que</p>													
<p>Existe energia elétrica no domicílio?</p> <p>(01) De companhia distribuidora (01) Sim (03) De outras fontes (01) Sim (02) Não</p> <p>(02) Não</p> <p>(02) Gato (01) Sim (02) Não (04) Não há energia elétrica</p>													
<p>Existe medidor de energia ou relógio no domicílio?</p> <p>(01) Sim, de uso exclusivo (03) Não tem medidor ou relógio</p> <p>(02) Sim, de uso comum (04) Não se aplica</p>													
<p>Neste domicílio existe:</p> <table border="0"> <tr> <td>1. Rádio? (01) Sim (02) Não</td> <td>7. Computador? (01) Sim (02) Não</td> </tr> <tr> <td>2. Televisão? (01) Sim (02) Não</td> <td>8. Acesso à internet? (01) Sim (02) Não</td> </tr> <tr> <td>3. Máq. de lavar roupa? (01) Sim (02) Não</td> <td>9. Motocicleta própria? (01) Sim (02) Não</td> </tr> <tr> <td>4. Geladeira? (01) Sim (02) não</td> <td>10. Automóvel próprio? (01) Sim (02) Não</td> </tr> <tr> <td>5. Telefone celular? (01) Sim (02) Não</td> <td>11. Barco/voadeira próprio? (01) Sim (02) Não</td> </tr> <tr> <td>6. Telefone fixo? (01) Sim (02) Não</td> <td>12. Outros. Especificar: _____</td> </tr> </table>		1. Rádio? (01) Sim (02) Não	7. Computador? (01) Sim (02) Não	2. Televisão? (01) Sim (02) Não	8. Acesso à internet? (01) Sim (02) Não	3. Máq. de lavar roupa? (01) Sim (02) Não	9. Motocicleta própria? (01) Sim (02) Não	4. Geladeira? (01) Sim (02) não	10. Automóvel próprio? (01) Sim (02) Não	5. Telefone celular? (01) Sim (02) Não	11. Barco/voadeira próprio? (01) Sim (02) Não	6. Telefone fixo? (01) Sim (02) Não	12. Outros. Especificar: _____
1. Rádio? (01) Sim (02) Não	7. Computador? (01) Sim (02) Não												
2. Televisão? (01) Sim (02) Não	8. Acesso à internet? (01) Sim (02) Não												
3. Máq. de lavar roupa? (01) Sim (02) Não	9. Motocicleta própria? (01) Sim (02) Não												
4. Geladeira? (01) Sim (02) não	10. Automóvel próprio? (01) Sim (02) Não												
5. Telefone celular? (01) Sim (02) Não	11. Barco/voadeira próprio? (01) Sim (02) Não												
6. Telefone fixo? (01) Sim (02) Não	12. Outros. Especificar: _____												
<p>6. Saúde e cidadania</p>													
<p>Você tem algum problema de saúde?</p> <p>(01) Sim</p> <p>(02) Não</p>													
<p>Se sim, qual problema de saúde?</p> <p>(01) Pressão alta (01) Sim (02) Não</p> <p>(02) Verminose (01) Sim (02) Não</p> <p>(03) Diabetes (01) Sim (02) Não</p> <p>(04) Colesterol/triglicérides (01) Sim (02) Não</p> <p>(05) Doença de chagas (01) Sim (02) Não</p> <p>(06) Outros _____</p> <p>(07) Não se aplica</p>													
<p>Quando tem necessidade de serviço de saúde, onde procura?</p> <p>(01) Hospital (01) Sim (02) Não</p> <p>(02) Unidade de saúde (01) Sim (02) Não</p> <p>(03) Farmácia (01) Sim (02) Não</p> <p>(04) Benzedeira (01) Sim (02) Não</p> <p>(05) Outros</p>													
<p>Como faz para chegar ao serviço de saúde?</p> <p>(01) A pé, caminhando (01) Sim (02) Não</p> <p>(02) através de animais de carga (01) Sim (02) Não</p> <p>(03) em veículo de vizinhos (01) Sim (02) Não</p> <p>(04) em veículo próprio (01) Sim (02) Não</p> <p>(05) carro de linha (01) Sim (02) Não</p> <p>(06) barco/voadeira (01) Sim (02) Não</p>													

(07) outros
Que motivos lhe fazem desistir de procurar o serviço de saúde? (01) distância (01) Sim (02) Não (02) falta de transporte (01) Sim (02) Não (03) falta de tempo (01) Sim (02) Não (04) falta de dinheiro (01) Sim (02) Não (05) outros
Existem ações ou programas de prevenção em saúde desenvolvidos na comunidade? (01) Campanhas educacionais (01) Sim (02) Não (02) Campanhas de vacinação (01) Sim (02) Não (03) Visitas de agente comunitário de saúde (01) Sim (02) Não (04) Visitas de equipe de saúde (01) Sim (02) Não (05) Campanha de saúde bucal (01) Sim (02) Não
Quais dos problemas seguintes existem na comunidade? (01) Alcoolismo (01) Sim (02) Não (05) prostituição infantil (01) Sim (02) Não (02) uso de drogas (01) Sim (02) Não (06) abuso sexual de crianças/adolescentes (03) violência contra mulher? (01) Sim (02) Não (01) Sim (02) Não (04) prostituição (01) Sim (02) Não (07) outros
7. Informações pessoais
Nome:
Data de nascimento: ____ / ____ / ____ Idade: ____
Cidade-Estado de nascimento: _____ - _____
Sexo: (01) Feminino (02) Masculino
Estado civil: (01) Solteiro (05) Viúvo (02) Casado (06) União Estável (03) Divorciado (06) Outros (Especificar: _____) (04) Separado
O Sr/Sra. é o responsável pelo domicílio/chefe de família? (01) Sim (02) Não
Qual sua escolaridade? (01) Sem alfabetização (08) Ensino Superior Incompleto (02) Apenas alfabetizado (09) Ensino Superior Completo (03) Ensino Fundamental Incompleto (10) Curso de pós graduação (04) Ensino Fundamental Completo (11) Curso de Especialização (05) Ensino Médio Incompleto (13) Mestrado/Doutorado (06) Ensino Médio Completo (14) Outros (07) Ensino Técnico Completo (Especificar: _____)
Endereço de residência:
Telefone (fixo):
Celular:
Email:
Nasceu neste município? (01) sim e sempre morou

(02) sim, mas morou em outro município. (03) não (segue Q8.12.)
Há quanto tempo mora no local?
Que profissões exerceu antes do trabalho na casa de farinha?

APÊNDICE B – Roteiro

Roteiro de entrevistas

Nome do(a) Entrevistador(a): _____ N° _____

Hora início passagem: ___:___ min, Hora fim passagem: ___:___ min - Data: ___/___/2019.

Orientação de passagem: é recomendado ao entrevistador explicar que a pesquisa será parte da Tese de Doutorado de Raylene Sena que será defendida na UFMG (cabe dizer um pouco do que é IG e de que a universidade está como facilitadora e auxílio técnico num projeto de interesse da comunidade). Assim como que as informações serão usadas com o maior sigilo pela pesquisadora no que se trata da identidade, nomes e dados pessoais do entrevistado ou de pessoas mencionadas aqui. Mesmo assim, caso não queira responder alguma questão, basta dizer: “Prefiro não responder.”

As informações são muito importantes, pois facilitam o conhecimento das pessoas envolvidas em apoiar o pedido de IG, assim como embasam os argumentos socioeconômicos, necessários para o pedido da IG que trará benefícios para a região. O tempo médio verificado em teste é de 40min.

Categoria do entrevistado

- (1) Proprietário da casa de farinha
- (2) Responsável pela produção (produção na casa de farinha de terceiros)
- (3) Trabalhador na casa de farinha
- (4) Outros (Especificar)

1. Caracterização do produtor

Nome do Produtor:

() Feminino () Masculino Data de nascimento:

Escolaridade:

Formação:

Cursos ou estágios em:

() Técnicas agrícolas () Boa práticas de produção () outros. Qual? _____

Vinculado a alguma entidade (sindicato, associação, cooperativa, outros)?

Assistência técnica (técnicos contratados, instituições)?

Continuidade da atividade por parte do filho ou da filha ou outros?

Desde quando você é produtor?

2. Caracterização da propriedade

Ano de instalação da família na propriedade?

Ano em que a família iniciou na produção de farinha do Uarini?

Área total da propriedade (ha)? Área cultivável? Área cultivada?

Área cultivada com mandioca? Qual tipo de raiz é plantado? (Catombo, Cigana...)

Criação animal? Quais e quantos?

Mão-de-obra:

Contrata serviços de terceiros?

Trabalha com ajuri (multirão)? (quantos trabalhadores participam para produção de sua farinha?)

Se sim, quantas vezes você se dispõe a trabalhar na produção de farinha dos outros em ajuri?

Familiar: número:

Empregados (tempo integral): n.:

Empregados (diaristas): n.:

Você poderia me descrever a sua propriedade?

3. O produto (processo, história, qualidade e reputação)

Você produz a farinha do Uarini? Fabrica outro tipo de farinha?

Comercializa a farinha do Uarini? Quem são os compradores?

Quais são os procedimentos de produção?

Você considera que a sua farinha do Uarini sofreu evoluções? O quê, por exemplo?

Existem saber-fazer específicos, locais, patrimoniais? São usados hoje em dia na produção ou na transformação do produto?

A farinha Uarini possui reputação? (ela se tornou famosa, reconhecida pelos consumidores?)

Sabe por que apareceu essa reputação? (região, tipicidade, acontecimentos ou festas ligados ao produto?)

Existe uma ligação entre o nome “Uarini” e o nome da região de produção?

Quais são as qualidades da farinha do Uarini?

Você acredita que a sua qualidade está ligada ao local? Por quê?

Existe uma homogeneidade na produção?

Produção:

A sua produção de farinha Uarini pode ser caracterizada mais como processo tradicional/artesanal, industrial (compra a raiz da mandioca) ou pequena agroindústria familiar (compra a raiz da mandioca)?

Tradicional / familiar Industrial

Quais os principais problemas que você identifica na produção (ou na cadeia produtiva) da farinha Uarini?

Quais as vantagens que você identifica sobre a farinha Uarini?

Quais as desvantagens que você identifica sobre a farinha Uarini?

Você poderia me descrever o seu produto?

Especificidade e originalidade:

Você estabeleceria uma diferença entre o seu produto e os outros aqui da região? Qual? Qual é a sua especificidade? A sua originalidade (o seu diferencial)?

Sobre a APRU:

Você é associado a APRU? Se sim, por que você é associado à APRU? Qual foi (ou é) a sua motivação?

Como você se tornou um associado?

O que a marca IG protege? O que você ganha usando-a? O que você acha que vai lhe trazer?

Quais as vantagens e desvantagens? (custos, benefícios...)

E quanto a estar em um processo coletivo, existem vantagens? (vantagens comerciais, distribuição facilitada, acesso a novos mercados...)

Existem festas, eventos onde o produto é mais valorizado?

Além dos produtores, quais são os atores envolvidos nesse procedimento?

Existem líderes, atores mais engajados e motivados?

Eles têm perfis particulares?

Qual é a motivação de cada um? A sua implicação?

Existe um espírito de grupo? Uma coesão entre os atores (produtores, transformadores, distribuidores)?

Existem pessoas, associações fora da cadeia produtiva que interferem na promoção do produto? (Associações de consumidores, donos de restaurantes...)

Você é associado ou participa de forma informal de outra associação, sindicato, cooperativa, etc?

O que você acha que vai mudar para o senhor e para as comunidades quando for obtido o IG da farinha Uarini?

Regulamento de uso:

Você tem conhecimento sobre o regulamento de uso da farinha de Uarini? Quais são os assuntos, a exigências...

Você ajudou na sua construção?

Qual a sua posição, a sua opinião sobre isso?

Praquê serve um regulamento de uso? Quais são as suas vantagens e desvantagens?

Você acha que existe equidade entre os produtores?

Boas práticas de produção:

Você conhece as diretrizes de boas práticas de produção?

Você fez algum treinamento sobre as boas práticas? (Se sim, como foi?)

Você conhece alguém que fez o treinamento de boas práticas de produção e ensina/compartilha o conhecimento na comunidade? (Se sim, como é a aceito na comunidade?)

Qual a importância da casa de farinha (tradicional) para o IG?

Você conhece a casa de farinha higiênica implementada pelos parceiros institucionais: ICMBio, SEBRAE, Fundação Mamirauá...?

O que representa a casa de farinha higiênica em termos de processo de produção e de IG?

Percepção do consumidor:

Qual a imagem você acha que o consumidor tem do seu produto?

Você acha que os consumidores percebem a sua farinha como um produto diferenciado/notoriedade? Local?

Para você, qual é a área de reconhecimento do produto pelos consumidores? (local, regional, nacional, internacional)

Você acha que os consumidores dão importância à marca ou certificação?

Para você, uma propriedade intelectual tipo IG poderia ser uma forma de dar segurança ao consumidor?

Você acha que um produto cuja procedência é coletiva leva vantagem pelo consumidor? (conhecimento, reconhecimento, segurança do produto...)

Pergunta geral:

Sobre farinha Uarini e/ou IG o que o senhor considera importante, e que o senhor destacaria, mesmo que não tenha sido perguntado aqui?

APÊNDICE C - TCLE

Prezado(a) Senhor(a):

- Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa de forma totalmente voluntária, que dura em média 40 minutos.
- A pesquisa será realizada através de entrevista, gravada (AUDIO) e a sua identidade será **resguardada**, o(a) senhor(a) não será identificado(a).
- Os riscos são mínimos com a participação na pesquisa, pois o anonimato não gera conflito ou abala vínculos para as pessoas ou grupos na comunidade.
- Possíveis benefícios: A Casa de Farinha é o coração da produção e precisa ser estudado como uma estratégia efetiva na obtenção da IG da Farinha Uarini, que poderá beneficiar a cadeia produtiva como um todo.
- Antes de concordar em participar desta pesquisa, é muito importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste documento.
- Os pesquisadores deverão responder todas as suas dúvidas antes que você se decida a participar.
- Para participar deste estudo você **não terá nenhum custo**, nem receberá qualquer vantagem financeira. Resguardado o seu direito de pedir indenização caso se sinta prejudicado no contexto da pesquisa.
- Você tem o direito de desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, sem nenhuma penalidade e sem perder os benefícios aos quais tenha direito, não acarretando qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pelo pesquisador.

PARTICIPANTE MAIOR DE IDADE

Eu _____, certifico que, tendo lido as informações acima e suficientemente esclarecido (a) de todos os itens, estou plenamente de acordo com a realização do experimento. Assim, eu autorizo a execução do trabalho de pesquisa exposto acima.

TEFÉ, ____ de _____ de 2019.

NOME (legível) _____

ASSINATURA _____

E-mail e/ou Telefone _____

ASSINATURA DO(A) PESQUISADORO(A): _____

Título do trabalho: SISTEMA DE PRODUÇÃO EM CASAS DE FARINHA:UMA CONTRIBUIÇÃO AO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DA FARINHA DO UARINI.

Objetivo: Refletir sobre o papel da casa de farinha no processo de obtenção do IG da farinha de Uarini e da consolidação da cadeia produtiva.

Metodologia: A pesquisa se insere dentro de uma proposta quali-quantitativo. Primeiro, será feito coleta de dados secundários através de pesquisas documental e bibliográfica. Em seguida se dará a coleta de dados primários, por meio de entrevistas semi-estruturadas e questionários junto aos agentes chave no processo de obtenção da IG da farinha do Uarini.

Pesquisador(es) responsável(is):

Doutoranda: Raylene Rodrigues de Sena

Orientador: Francisco Vidal Barbosa (UFMG- Universidade Federal de Minas Gerais)

Local da coleta de dados: Município de Tefé-AM.

ATENÇÃO: A sua participação em qualquer tipo de pesquisa é voluntária. Em caso de dúvida quanto aos seus direitos, entre em contato: a) com a pesquisadora pelo telefone: (92)98118-8966, falar com Raylene Sena; b) COEP-UFMG - Comissão de Ética em Pesquisa da UFMG. Av. Antônio Carlos, 6627. Unidade Administrativa II - 2º andar - Sala 2005. Campus Pampulha. Belo Horizonte, MG – Brasil. CEP: 31270-901. E-mail: coep@prpq.ufmg.br. Tel: (31) 34094592

ANEXOS

ANEXO A: EXCERTO DO COMITÊ DE ÉTICA NA PESQUISA.

Plataforma Brasil principal x sair

Público **Pesquisador** **Alterar Meus Dados**

RAYLENE RODRIGUES DE SENA - Pesquisador | V3. Sua sessão expira em: 39min 3

adastros

DETALHAR PROJETO DE PESQUISA

- DADOS DA VERSÃO DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: SISTEMA DE PRODUÇÃO EM CASAS DE FARINHA: UMA CONTRIBUIÇÃO AO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DA FARINHA DO UARINI.
Pesquisador Responsável: FRANCISCO VIDAL BARBOSA
Área Temática:
Versão: 1
CAAE: 13555019.9.0000.5149
Submetido em: 02/05/2019
Instituição Proponente: Universidade Federal de Minas Gerais
Situação da Versão do Projeto: Aprovado
Localização atual da Versão do Projeto: Pesquisador Responsável
Patrocinador Principal: Financiamento Próprio



Comprovante de Recepção:  PB_COMPROVANTE_RECEPCAO_1297944

- DOCUMENTOS DO PROJETO DE PESQUISA

Tipo de Documento	Situação	Arquivo	Postagem	Ações
<ul style="list-style-type: none"> ↳ Versão Atual Aprovada (PO) - Versão 1 <ul style="list-style-type: none"> ↳ Pendência Documental (PO) - Versão 1 <ul style="list-style-type: none"> ↳ Currículo dos Assistentes ↳ Documentos do Projeto <ul style="list-style-type: none"> ↳ Comprovante de Recepção - Submissão 4 ↳ Folha de Rosto - Submissão 4 ↳ Informações Básicas do Projeto - Subm ↳ Outros - Submissão 4 ↳ Projeto Detalhado / Brochura Investigac ↳ TCLE / Termos de Assentimento / Justi ↳ Apreciação 4 - Universidade Federal de Min ↳ Projeto Completo 				

- LISTA DE APRECIÇÕES DO PROJETO

Apreciação *	Pesquisador Responsável *	Versão *	Submissão *	Modificação *	Situação *	Exclusiva do Centro Coord. *	Ações
PO	FRANCISCO VIDAL BARBOSA	1	02/05/2019	05/06/2019	Aprovado	Não	   

+ HISTÓRICO DE TRÂMITES

LEGENDA:

(*) Apreciação

PO = Projeto Original de Centro Coordenador	POp = Projeto Original de Centro Participante	POc = Projeto Original de Centro Coparticipante
E = Emenda de Centro Coordenador	Ep = Emenda de Centro Participante	Ec = Emenda de Centro Coparticipante
N = Notificação de Centro Coordenador	Np = Notificação de Centro Participante	Nc = Notificação de Centro Coparticipante

(*) Formação do CAAE

Ano de submissão do Projeto	Tipo do centro	Código do Comitê que está analisando o projeto
n n n n n	a a	d v . t x x x . l l l l
↓	↓	↓
Sequencial para todos os Projetos submetidos para apreciação	Dígito verificador	Sequencial quando estudo possui Centro(s) Participante(s) e/ou Coparticipante(s)

[Voltar](#)

ANEXO B: EXCERTO DA AUTORIZAÇÃO DO ICMBIO



Ministério do Meio Ambiente - MMA
 Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio
 Sistema de Autorização e Informação em Biodiversidade - SISBIO

Autorização para atividades com finalidade científica

Número: 66714-1	Data da Emissão: 15/11/2018 11:50:20	Data da Revalidação*: 15/11/2019
De acordo com o art. 28 da IN 03/2014, esta autorização tem prazo de validade equivalente ao previsto no cronograma de atividades do projeto, mas deverá ser revalidada anualmente mediante a apresentação do relatório de atividades a ser enviado por meio do Sisbio no prazo de até 30 dias a contar da data do aniversário de sua emissão.		

Dados do titular

Nome: RAYLENE RODRIGUES DE SENA	CPF: 337.573.132-91
---------------------------------	---------------------

Cronograma de atividades

#	Descrição da atividade	Início (mês/ano)	Fim (mês/ano)
1	Devolução dos dados da pesquisa para a comunidade. Seminários.	07/2019	07/2019
2	Coleta de dados secundários	01/2019	01/2019
3	Redação do Relatório de pesquisa.	03/2019	05/2019
4	Elaboração dos Roteiros de Entrevistas e Questionários	11/2018	12/2018
5	Revisão bibliográfica	11/2018	12/2018
6	Coleta de dados primários	02/2019	03/2019
7	Análise/Tabulação dos dados.	02/2019	03/2019

Observações e ressalvas

1	O titular de autorização ou de licença permanente, assim como os membros de sua equipe, quando da violação da legislação vigente, ou quando da inadequação, omissão ou falsa descrição de informações relevantes que subsidiaram a expedição do ato, poderá, mediante decisão motivada, ter a autorização ou licença suspensa ou revogada pelo ICMBio, nos termos da legislação brasileira em vigor.
2	As atividades de campo exercidas por pessoa natural ou jurídica estrangeira, em todo o território nacional, que impliquem o deslocamento de recursos humanos e materiais, tendo por objeto coletar dados, materiais, espécimes biológicos e minerais, peças integrantes da cultura nativa e cultura popular, presente e passada, obtidos por meio de recursos e técnicas que se destinem ao estudo, à difusão ou à pesquisa, estão sujeitas a autorização do Ministério de Ciência e Tecnologia.
3	O titular de licença ou autorização e os membros da sua equipe deverão optar por métodos de coleta e instrumentos de captura direcionados, sempre que possível, ao grupo taxonômico de interesse, evitando a morte ou dano significativo a outros grupos; e empregar esforço de coleta ou captura que não comprometa a viabilidade de populações do grupo taxonômico de interesse em condição in situ.
4	Esta autorização NÃO exige o pesquisador titular e os membros de sua equipe da necessidade de obter as anuências previstas em outros instrumentos legais, bem como do consentimento do responsável pela área, pública ou privada, onde será realizada a atividade, inclusive do órgão gestor de terra indígena (FUNAI), da unidade de conservação estadual, distrital ou municipal, ou do proprietário, arrendatário, posseiro ou morador de área dentro dos limites de unidade de conservação federal cujo processo de regularização fundiária encontra-se em curso.
5	Este documento somente poderá ser utilizado para os fins previstos na Instrução Normativa ICMBio n° 03/2014 ou na Instrução Normativa ICMBio n° 10/2010, no que especifica esta Autorização, não podendo ser utilizado para fins comerciais, industriais ou esportivos. O material biológico coletado deverá ser utilizado para atividades científicas ou didáticas no âmbito do ensino superior.
6	Em caso de pesquisa em UNIDADE DE CONSERVAÇÃO, o pesquisador titular desta autorização deverá contactar a administração da unidade a fim de CONFIRMAR AS DATAS das expedições, as condições para realização das coletas e de uso da infra-estrutura da unidade.
7	Este documento não dispensa o cumprimento da legislação que dispõe sobre acesso a componente do patrimônio genético existente no território nacional, na plataforma continental e na zona econômica exclusiva, ou ao conhecimento tradicional associado ao patrimônio genético, para fins de pesquisa científica, bioprospecção e desenvolvimento tecnológico. Veja maiores informações em www.mma.gov.br/cgen .

Este documento foi expedido com base na Instrução Normativa nº 03/2014. Através do código de autenticação abaixo, qualquer cidadão poderá verificar a autenticidade ou regularidade deste documento, por meio da página do Sisbio/ICMBio na Internet (www.icmbio.gov.br/sisbio).

Código de autenticação: 0667140120181115

Página 1/3