

**AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DE PRODUTOS ALIMENTARES:  
POSSIBILIDADES DE CONSERVAÇÃO E VALORIZAÇÃO DO PATRIMÔNIO  
CULTURAL GASTRONÔMICO**

OLIVEIRA, Alini Nunes de<sup>1</sup>  
SOUZA, Silvana do Rocio de<sup>2</sup>

---

Recebido (Received): 10-09-2020 Aceito (Accepted): 12-10-2021

Como citar este artigo: OLIVEIRA, A. N.; SOUZA, S. R. As indicações geográficas de produtos alimentares: possibilidade de conservação e valorização do patrimônio cultural gastronômico. **Formação (Online)**, v. 28, n. 53, p. 905-932, 2021.

**Resumo**

As indicações geográficas são instrumentos de valorização de produtos e serviços que apresentam atributos territoriais que proporcionam notoriedade a determinadas regiões produtoras. Os produtos alimentares com indicação geográfica não são apenas valorizados pelas características do produto em si, mas sobretudo pelo saber-fazer e pelos laços estabelecidos entre os sujeitos envolvidos nestas práticas e entre estes e os consumidores – são alimentos que têm memória. No presente artigo parte-se desse pressuposto para compreender se é possível a conservação e valorização do patrimônio cultural gastronômico por meio das indicações geográficas. Para este estudo, utilizou-se como procedimento metodológico a pesquisa bibliográfica e documental. O sistema de proteção pelas indicações geográficas é uma forma de valorizar estes produtos, tanto no sentido de atribuir um melhor valor de comercialização no mercado, quanto pelo seu valor enquanto bem cultural que transmite a identidade regional.

**Palavras-chave:** Indicação geográfica. Patrimônio cultural. Conservação. Valorização.

**THE GEOGRAPHICAL INDICATIONS OF FOOD PRODUCTS: POSSIBILITIES OF  
CONSERVATION AND VALORIZATION OF THE GASTRONOMIC CULTURAL  
HERITAGE**

**Abstract**

Geographical indications are instruments for the valorization of products and services which have territorial attributes to give notoriety to certain producing regions. Food products with geographical indication are not only valued for the characteristics of the product itself, but above all by know-how and by the bonds established of the subjects involved in these practices and among those and the consumers – they are food that have a memory. This present article is based on this assumption to learn if it is possible to conserve and enhance the cultural gastronomy heritage through geographical indications. For this study, we used bibliographic and documental research as methodological procedures. The geographical indications protective system is a way to add value to these products both in the sense of assigning a better commercialization market value in the market as well as for its value as a cultural asset conveying the regional identity.

**Keywords:** Geographical indication. Cultural heritage. Preservation. Valuation.

---

<sup>1</sup> Professora do Departamento de Gestão e Hospitalidade do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT). E-mail: [alini\\_oliveira@hotmail.com](mailto:alini_oliveira@hotmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3279-5947>.

<sup>2</sup> Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: [silvanarsouza@hotmail.com](mailto:silvanarsouza@hotmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0145-3303>.

## **LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS: POSIBILIDADES DE CONSERVACIÓN Y VALORACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL GASTRONÓMICO**

### **Resumen**

Las indicaciones geográficas son instrumentos de valoración de productos y servicios que presentan atributos territoriales, y que proporcionan notoriedad a determinadas regiones. Los productos alimenticios con indicación geográfica no son meramente valorados por las características del producto en sí, sino que se reconoce el saber hacer y los lazos establecidos entre los sujetos implicados en estas prácticas, entre éstos y los consumidores – son alimentos que tienen memoria. El presente artículo parte del presupuesto para comprender si es posible la conservación y valoración del patrimonio cultural gastronómico por medio de las indicaciones geográficas. Este estudio se realizó la investigación bibliográfica y documental. El sistema de protección por las indicaciones geográficas es una manera de valorar estos productos cuando se le asigna valor adicional para su comercialización, y como bien cultural que transmite la identidad regional.

**Palabras clave:** Indicación geográfica. Patrimonio cultural. Conservación. Valoración.

### **1 Introdução**

Ao mesmo tempo em que a globalização da economia e a abertura de mercados permitem a expansão das relações comerciais, este movimento pode conduzir paradoxalmente ao reconhecimento da dimensão patrimonial e da especificidade de produtos agroalimentares ligados a territórios específicos. A demanda por produtos alimentares tradicionais, que envolvam e conectem produtores e consumidores, tem aumentado nos últimos anos (ALTMANN, 2005; DIAS, 2005).

As indicações geográficas (IG) são instrumentos de valorização de produtos e serviços que apresentam atributos territoriais que proporcionam notoriedade a determinadas regiões produtoras. As IG estão dentro dos gêneros de propriedade intelectual como sinais distintivos, que são reconhecidos pela Lei de Propriedade Intelectual, lei nº 9.279, instituída em 14 de maio de 1996. Tecnicamente, a IG “é um nome geográfico que identifica um produto ou serviço como originário de uma área geográfica delimitada quando determinada qualidade, reputação ou outra característica é essencialmente atribuída a essa origem [...]” (SEBRAE, 2019, p. 6). Nessa lei se esclarece a distinção do gênero indicações geográficas em duas espécies: indicação de procedência (IP) que se considera “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço” e a denominação de origem (DO) que se considera “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos” (BRASIL, 2020a, s/p). A entidade responsável por executar as normas que regulam a

Propriedade Industrial no Brasil é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). As IG são regidas também pela Instrução Normativa nº 095 de 28 de dezembro de 2018, que estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas (INPI, 2020).

A maior parte dos produtos que apresentam indicação geográfica no Brasil são de produtos agrícolas e alimentícios em geral (como cafés, frutas, doces, queijos, farinha de mandioca etc.), bebidas (como cachaças e vinhos), artesanato e têxteis, entre outros. Atualmente existe apenas uma IP concedida a serviços no Brasil, ligado à tecnologia da informação (TI) em Pernambuco (INPI, 2020). O que esses produtos têm em comum é o fato de apresentarem características ligadas ao território em que são produzidos e, em muitos casos, compõem o patrimônio local.

Sendo o patrimônio uma construção social e a cultura dinâmica, qualquer sistema cultural está sujeito a um contínuo processo de modificação, algumas vezes de forma mais brusca e rápida, e em outras a mudança pode ser mais lenta (LARAIA, 2009). Este ponto reflete diretamente no patrimônio, em que não é possível buscar uma cristalização das manifestações culturais imateriais, já que estas envolvem diretamente as práticas cotidianas de dada sociedade.

Arelado ao conceito de patrimônio imaterial que, segundo o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN (2020, s/p), compreende as “[...] práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares [...]”, está o de referência cultural, no qual o foco está sobre os produtores dos bens culturais e não apenas sobre o produto em si. O bem em si é importante? Sim! No entanto, é a partir do saber-fazer, do caráter simbólico do processo de produção e dos laços estabelecidos entre os sujeitos envolvidos nestas práticas que lhes é atribuído valor. No presente artigo, parte-se desse pressuposto para compreender se é possível a valorização do patrimônio cultural gastronômico por meio das indicações geográficas.

## **2 Metodologia**

Este artigo foi estruturado a partir de uma revisão teórica, em que a pesquisa bibliográfica contemplou livros, dissertações, teses e artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos.

De maneira geral, os materiais pesquisados a respeito do tema Indicações Geográficas trouxeram poucas contribuições sobre aspectos culturais das IG, sobretudo quando se trata da

possibilidade de proteção do patrimônio cultural agroalimentar. A grande maioria dos estudos voltados à indicação geográfica trata de aspectos legais, mercadológicos e/ou relacionados ao desenvolvimento local de forma mais ampla.

Como forma de aprofundar os conhecimentos sobre as relações entre Indicações Geográficas e Patrimônio, foi feito um levantamento no Portal de Periódicos Capes, por se tratar de uma das bases de maior relevância no país. Na busca avançada foram inseridos os descritores “indicação geográfica”, “indicação de procedência”, “denominação de origem” e “patrimônio”, nos idiomas português, inglês e espanhol, aplicando-se o filtro “artigos” e o filtro “é (exato)”. Como resultados da pesquisa foram encontrados 327 artigos. Deste total, foram desconsiderados os trabalhos repetidos, os que estavam em outro idioma além dos três supracitados e os que também não tinham relação direta com o tema. Para isso, utilizou-se como critério de análise que os descritores estivessem no título, resumo ou palavras-chaves. Durante a análise dos artigos, percebeu-se que alguns traziam a temática próxima da proposta da presente pesquisa, no entanto, utilizando-se de outros termos, como “memória”, “conhecimentos tradicionais”, “bem imaterial”, entre outros, então estes também foram contemplados.

É importante salientar que, além destes artigos encontrados e validados na busca, outros materiais (artigos e capítulos de livros) que não apareceram nas buscas do Portal da Capes, mas encontrados no Google Acadêmico e em livros impressos, também foram utilizados para a presente pesquisa, de forma a permitir a compreensão mais aprofundada das relações entre IG e patrimônio.

Além da análise da bibliografia levantada, também se utilizou neste artigo a pesquisa documental a partir de sites institucionais, relatórios e outros documentos oficiais, reportagens de jornais etc., sobretudo quanto a informações sobre indicações geográficas e sua normatização no Brasil. De acordo com Dencker (1998) a pesquisa documental trata-se de utilizar materiais que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado, incluindo fontes primárias e secundárias.

### **3 Tecendo relações entre as indicações geográficas e patrimônio**

Conforme salienta Dias (2005), há algum tempo proliferam iniciativas que visam proteger produtos, objetos e paisagens ligados às especificidades do trabalho humano e à história dos lugares. Além dos processos de salvaguarda como tombamento, registro e

inventário, institucionalizados tanto pelo IPHAN quanto por órgãos estaduais e municipais, outros meios têm sido empregados para proteção e valorização de bens culturais. Em um contexto de produtos agroalimentares, a autora cita o exemplo da França, com a identificação de “*sites remarquables du goût*”, um selo francês de reconhecimento turístico e gastronômico, de responsabilidade do Conselho Nacional de Artes Culinárias (órgão interministerial francês), que destaca lugares associados à riqueza e diversidade da gastronomia francesa, com produtos do patrimônio gastronômico, de um saber-fazer específico, de paisagens e arquitetura memorável e que não tenham sido contemplados em outras políticas (SITES, 2020). Esta autora também cita, no caso da Itália, o movimento *Slow Food*, criado em 1986 e que luta pela melhoria da relação entre pessoas e alimentos, valorizando os produtos e culturas locais em contraponto à homogeneização do *fast-food*.

Não são recentes os processos de patrimonialização territorial, como a criação de associações culturais, comerciais, planos de tutela e gestão territorial, indicações geográficas etc. Como salienta Valduga (2011), em âmbito rural as indicações de procedência e as denominações de origem, no caso do Brasil, são formas de patrimonialização territorial, assim como em outros países existem legislações específicas de certificações territoriais.

Mecanismos como as IG têm sido discutidos e, muitas vezes, reconhecidos como importantes estratégias de desenvolvimento territorial por serem capazes também de fomentar a valorização de serviços e produtos agroalimentares articulados à promoção da cultura local (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012).

O que se preconiza é o envolvimento direto com participação ativa da população em geral em processos de patrimonialização, pois é o que pode garantir o seu próprio reconhecimento e continuidade. Conforme ratifica Neu e Area (2015), este é um problema recorrente em pesquisas sobre desenvolvimento regional, ou seja, a pouca participação e adesão da população na implantação e implementação de uma IG, o que faz com que esses processos de reconhecimento dos produtos locais, muitas vezes, não tenham continuidade e permanência nos territórios.

Embora as IG tenham sido constituídas, num primeiro momento, para fins mercadológicos e de proteção legal quanto às falsificações, com o passar do tempo outros benefícios foram identificados, dentre eles a possibilidade de valorização e conservação de bens materiais e imateriais de dado território (NASCIMENTO et al., 2012), devido à sua facilidade em retratar manifestações da cultura local. A exclusividade deste signo distintivo está intimamente ligada à tradição e identidade cultural da região (NEU; AREA, 2015). Não se trata

apenas de atributos inerentes ao produto, mas também de um conjunto de elementos intangíveis que compõem a cadeia produtiva, o saber-fazer, as histórias e memórias de determinada população que convive com estes produtos. Como salienta Velloso (2008, p. 40), as IG “[...] estão indiscutivelmente associadas à coletividade e ao território. E quando existe patrimônio cultural e laços de identidade, onde toda uma comunidade compartilhe uma história, tradição e costumes em comum, existe também identidade local e cultural”.

Em seu estudo sobre a construção institucional da qualidade em produtos tradicionais, Dias (2005, p. 84) salienta que a IG pode servir como mecanismo protetor da biodiversidade e dos conhecimentos tradicionais, “[...] ainda que estes não sejam uma garantia per se contra a má apropriação do conhecimento tradicional e outras estratégias para proteger o conhecimento tradicional deverão, por isso, ser consideradas e adotadas”. Seus benefícios, neste sentido, devem-se ao fato de que medidas de proteção como as IG baseiam-se em tradições coletivas, reconhecidas no território e que possuem processos produtivos que também são coletivos, ou seja, como a IG tem uma entidade representativa, geralmente as tomadas de decisões não são sujeitas ao controle de apenas uma pessoa, como um direito privado. Além de proteger a reputação de um produto (e os serviços e conhecimentos associados a ele), também podem enfatizar e valorizar a relação entre cultura, terra e recursos locais (DIAS, 2005).

Cerdan (2009) e Velloso (2008) também reforçam que muitas estratégias de diferenciação dos produtos locais, como as IG, baseiam-se em um processo de patrimonialização e se mostram importantes para a valorização de particularidades de produtos diversos de diferentes regiões. E mais que isso, não se valoriza apenas o produto em si, mas também os territórios em que estes produtos estão enraizados.

Devido à riqueza agroalimentar presente no Brasil, vários produtos se diferenciam por sua qualidade ou reputação, sobretudo relacionados à sua origem. Valorizar seus atributos e também as peculiaridades regionais como as tradições e costumes do povo brasileiro “[...] que o tornam único e, ao mesmo tempo, múltiplo” (BRUCH, 2009, p. 1), pode ser uma estratégia utilizada para diferenciação de produtos no mercado. Como salienta Nascimento et al. (2012, p. 356), “Essas diferenças podem estar ligadas a um gosto particular, uma história, um caráter distintivo provocado por fatores naturais (como clima, temperatura, umidade, solo, etc.) ou humanos (um modo de produção, um saber fazer)”.

Conforme reforça Nascimento et al. (2012), as IG podem servir como instrumento de valorização da riqueza cultural brasileira, como os conhecimentos tradicionais e o saber-fazer atrelados às práticas no campo. Ao enfatizar as potencialidades da região Nordeste, neste artigo

os autores ressaltam que “[...] as cooperativas e associações desenvolvem grandes trabalhos com produtores que gerenciam a fabricação de produtos com qualidades totalmente artesanais. Cultura essa que necessita de proteção, valorização e registro para uma qualidade diferenciada e/ou competitiva” (p. 355).

Também com recorte de pesquisa na região Nordeste, Almeida et al. (2016) abordam a produção artesanal do queijo coalho, sobretudo no estado de Pernambuco. O queijo coalho é uma comida típica da região Nordeste, produzido há mais de 150 anos, onde a maior parte da produção é feita de maneira artesanal em pequenas propriedades. É considerado um produto cultural popular, parte do patrimônio regional e está fortemente associado à culinária nordestina. Durante o estudo realizado pelos autores, os produtores estavam se organizando para solicitar o registro como IG e os resultados da pesquisa revelaram que inovações advindas do processo de obtenção do registro ajudaram os produtores na ressignificação da sua produção artesanal, quando foram estabelecidas melhorias no processo produtivo, tanto na dimensão material do alimento, como no que se refere à sua dimensão simbólica.

Assim como foi feito em outras regiões do Brasil, o MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento), em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), realizou diversos diagnósticos regionais de forma a levantar os potenciais produtos e serviços para o registro de IG e, no caso do Maranhão, os doces de espécie, a cachaça do Sertão Maranhense, a farinha de Carema, o abacaxi de Turiaçu, o queijo de São Bento, sabonete do Óleo de Coco de Babaçu etc., foram indicados como produtos agroalimentares que representam seus territórios: “A finalidade foi proteger produtos e serviços típicos de determinado local ou região, possibilitando a agregação de valor, a preservação das diferentes tradições e a valorização da cultura local” (ALMEIDA et al., 2016, p. 362).

Carvalho e Dias (2012) ao estudar o processo de IG na Bahia, enfatizam o potencial que o estado tem para estabelecer produtos como IG. O levantamento feito pelo SEBRAE/BA destacou, em 2011, 28 produtos, sendo 12 deles de grande potencial, como charutos do Recôncavo Baiano, banana de Bom Jesus da Lapa, abacaxi de Itaberaba, umbu do Sertão Baiano, sisal de Valente, queijo de leite de cabra de Valente, mel do Extremo Sul da Bahia, dentre outros. Estas autoras têm o enfoque dos estudos no Território do Sisal, constituído por 20 municípios, cuja produção da fibra é considerada potencial para solicitação de registro como DO. Expandida como lavoura a partir da década de 1930, o sisal baiano responde por cerca de 90% da produção do país e, em sua cadeia produtiva, envolve inúmeros processos que, além das especificidades físicas do meio geográfico, também tem nas relações sociais um diferencial

quanto aos processos produtivos e acredita-se que, a produção do sisal sendo valorizada como produto, também suas manifestações culturais o serão.

No caso do estado de Santa Catarina, Sakr et al. (2015, p. 138) analisaram os 27 produtos listados pelo SEBRAE/SC como potenciais para obtenção de IG. Utilizando-se dos conceitos de “identidade territorial”, que está “[...] enraizada no contexto social e histórico de cada localidade, ressaltando as características e valores próprios de cada lugar” e também de “especificidade territorial”, identificando-a a partir da notoriedade de recursos específicos presentes também em dado lugar. Alguns destes produtos, como a carne suína do Oeste Catarinense, as cervejas artesanais e a linguiça de Blumenau e região, as maçãs de São Joaquim, os móveis de São Bento do Sul, as ostras e as rendas de bilro de Florianópolis, têm notável reconhecimento fora do estado. No entanto outros, como o alho do Planalto Norte e Serra Catarinense, o vime de Rio Rufino, a cebola de Ituporanga e os calçados femininos de São João Batista, entre outros, já são menos conhecidos em outras regiões do país, mas apresentam importância econômica e cultural para suas regiões. As autoras apresentam detalhadamente os estudos sobre a erva-mate do Planalto Norte-catarinense, produto que entrou com pedido de IP em 2019, no entanto, teve seu pedido arquivado em 2020. De acordo com as autoras, esse produto está diretamente ligado à ocupação territorial, destacando-se como a atividade econômica mais significativa da região e que representa a cultura de sua população.

Heidtmann Junior e Loch (2014), ao estudar as paisagens culturais e a atividade rural familiar em Santa Catarina, sugerem que, no caso dos núcleos rurais de imigração alemã de Rio da Luz e Testo Alto, cuja produção do *Kochkaese* (queijo cozido em alemão), produto típico local, é base da renda de inúmeras famílias, o reconhecimento desse produto por meio da IG e também por certificações regionais são possibilidades para a valorização e conservação das paisagens culturais e do patrimônio local como um todo, sobretudo o saber-fazer deste produto alimentar.

Verdi (2019) considera em seu estudo sobre uma possível IG para a uva Niagara Rosada da região de Jundiaí, estado de São Paulo, que a tradição da produção vitivinícola aliada aos costumes dos descendentes de italianos e às paisagens culturais tradicionais são recursos suficientes para que o registro seja concedido. Segundo o autor, a produção da Niagara Rosada apresenta recursos naturais e socioculturais específicos que podem assumir uma valoração complementar devido à “qualidade territorial”.

Neiva, Sereno e Fioravanti (2011), centram seus estudos na comunidade quilombola Kalunga, localizada na microrregião Chapada dos Veadeiros, estado de Goiás. Os autores

ratificam a importância de se instituir uma IG, neste caso uma DO, como estratégia de reintrodução do gado Curraleiro, uma das raças bovinas locais brasileiras que estão ameaçadas de extinção e que, conseqüentemente, após sua certificação, deve ocorrer a ressignificação da tradição pecuária na região, aliada à melhoria na disponibilidade de alimentos e incremento à renda familiar da comunidade.

Nesse sentido, Santilli (2005a) volta seus estudos para o uso das IG como forma de proteger e agregar valor a produtos desenvolvidos por povos indígenas, quilombolas e populações tradicionais (como ribeirinhos, caiçaras, quebradeiras de coco babaçu, castanheiros, entre outros), ou seja, povos que criaram “[...] relações próprias e diferenciadas com a natureza, tanto no plano simbólico quanto no campo das técnicas e modos de fazer e produzir – distintas daquelas existentes nas sociedades urbano-industriais” (p. 196). Por seu estreito vínculo com o território em que vivem, este sendo um elemento essencial para sua reprodução física e cultural, aos povos indígenas e quilombolas foram assegurados por lei os direitos territoriais, não necessariamente respeitados em sua integridade.

Na compreensão da autora, em sua essência, as IG “são produtos diferenciados, associados a valores simbólicos e a dinâmicas socioculturais locais, que buscam suas próprias formas de inserção em um mercado dominado por produtos globalizados e estandarizados” (p. 190). A IG pode se tornar uma alternativa econômica para os povos tradicionais, sobretudo se houver um esforço de desenvolver estes produtos de forma a gerir as práticas ambientalmente corretas e que valorize a diversidade cultural. No entanto, quando se trata de direitos intelectuais coletivos, para além do produto em si e o que é protegido pelas IG, a autora reforça que é necessário que o regime jurídico estabelecido para proteção dos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade seja eficaz a ponto de evitar “a apropriação e utilização indevidas por terceiros, principalmente através de patentes e outros direitos de propriedade intelectual” (SANTILLI, 2005b, p. 64). Este regime jurídico mencionado pela autora, em partes, foi contemplado em 2001 por uma medida provisória, primeiramente, e depois reformulado em 2015 por meio da lei nº 13.123 que, dentre outras finalidades, “dispõe sobre o acesso ao patrimônio genético, sobre a proteção e o acesso ao conhecimento tradicional associado e sobre a repartição de benefícios para conservação e uso sustentável da biodiversidade” (BRASIL, 2020b, s/p). Franco (2007) salienta, no caso da Comunidade Andina (CAN), que o sistema jurídico de proteção dos conhecimentos tradicionais dos povos indígenas não deve ser tratado da mesma forma como os demais povos em uma nação. Segundo Jurado, Aguilar e Juajibioy (2014), ao estudarem o artesanato indígena na Colômbia:

Los conocimientos artesanales indígenas tienen características muy complejas, en primera instancia, porque son resultado de procesos de creación anónimos y colectivos, y además porque no parten de un principio de propiedad privada ni exclusivamente de una dimensión económica, sino de dinámicos entrelazados cosmogónicos, sociales, técnicos, políticos y ambientales imbricados en la cultura (JURADO; AGUILAR; JUAJIBIOY, 2014, p. 36).

Franco (2007) e Jurado, Aguilar e Juajibioy (2014) expõem que, na Colômbia, em termos de propriedade intelectual, a DO e as marcas coletivas foram designadas como forma de proteção dos conhecimentos tradicionais indígenas de forma a evitar a apropriação indevida. No entanto, questionam estas leis estabelecidas que foram formuladas a partir de conceitos de indivíduo e propriedade, o que em culturas indígenas não faz sentido. É necessário, assim, a criação de sistemas de proteção nacional e internacional que levem em conta suas particularidades de forma a garantir sua permanência e fortalecer suas identidades culturais.

No Brasil, pode-se ver o caso do capim-dourado: o artesanato de capim-dourado constitui-se como produção artesanal aliada a conhecimentos tradicionais que, em 2011, foi registrado como IP. Sua produção está a cargo de comunidades quilombolas do Jalapão, no Tocantins, e é uma das principais fontes de renda de populações desta região. A partir da década de 1990, houve amplo incentivo por parte do governo estadual para a disseminação do uso do capim-dourado como alternativa de renda na região e, em 2000, ações do SEBRAE/TO foram direcionadas para contribuir com o apoio na criação de associações de artesãos e a oferta de cursos de produção e design de peças. Como menciona Belas (2008), se, por um lado, estas ações abriram novos mercados e houve a qualificação da comercialização, sendo o produto reconhecido em todo o país, por outro, acarretou no aumento da quantidade de produtores (ampliação da concorrência), saturação do mercado, homogeneização da produção e, com o aumento da demanda deste recurso natural, a exploração desenfreada por parte de coletores, que passaram a vender a matéria-prima para outras regiões do país. Assim, prefeitura e órgãos estaduais intervieram para regulamentação da atividade e também para investir em estratégias de diferenciação e qualificação. O questionamento feito por Belas (2008, p. 15-16) é “em que medida esses instrumentos concebidos com o fim de preservação podem contribuir na implementação de mecanismos de proteção que garantam a repartição de benefícios em função do uso comercial de saberes tradicionais?”. Concorde-se que no caso de bens culturais que passem por processos de institucionalização patrimonial, como nos casos do IPHAN, e que estão diretamente relacionados a práticas comerciais (produtos agroalimentares e artesanato, por exemplo), é fundamental que sejam apresentadas as possibilidades de proteção de direitos

coletivos no que se refere à propriedade intelectual para que a comunidade decida o que é melhor.

[...] A questão não é se deve-se ou não promover a interação com o mercado, sob risco de perda do purismo, mas fornecer as condições para o protagonismo dos detentores de bens culturais, a fim de que sejam capazes de negociar de forma mais equitativa e decidir sobre o modo como e quanto desejam interagir com o mercado (BELAS, 2008, p. 18).

Silva, Rodrigues e Brito (2018), explicam que, durante a construção da IP do artesanato em capim-dourado, o processo de estruturação pouco levou em consideração a opinião das populações locais e, segundo alguns artesãos “[...] todo o processo foi centrado em Palmas, a ‘carga de meia dúzia de pessoas, sendo a maioria integrante do governo’” (p. 6). Apenas a comunidade de artesãos de Mateiros teve assembleia para discussão da IG e todas as demais apenas participaram da formação da Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão, Estado de Tocantins (AREJA), o que, segundo os autores, mostrou o baixo empoderamento dos artesãos em relação ao signo distintivo e apropriação dos possíveis benefícios de uma IG, sendo necessário, segundo os autores, ações estratégicas de melhoria na gestão da governança estabelecida de modo a fluir a comunicação, as tomadas de decisões e o fortalecimento da entidade representativa dos artesãos.

A instituição de uma IG por si só não garante que os benefícios serão usufruídos pelos produtores automaticamente. É necessária a articulação e envolvimento real dos atores em busca de debates que resultem em ações coletivas para que o usufruto legal, econômico, mercadológico, ambiental e cultural seja apropriado por todos os entes da cadeia produtiva. Quando se trata de uma região em que o patrimônio cultural faz sentido à comunidade e os bens culturais podem ser apropriados para comercialização, “Quanto mais denso de patrimônio material e imaterial for um espaço geográfico, mais esses elementos podem servir para uma estratégia de valorização do que ali é produzido para sua inserção no mercado” (LAGES; BRAGA, 2005, p. 97).

Uma das formas de se patrimonializar bens culturais imateriais no Brasil é por meio do registro pelo IPHAN. No entanto, ressalta-se neste artigo que as IG também podem ser um instrumento utilizado para tal finalidade. Em sua essência, as IG são instrumentos econômicos, que agregam valor a produtos e serviços, possibilitam a inserção em nichos específicos de mercado e podem valorizar e proteger um bem cultural, mas não necessariamente o fazem. O registro instituído pelo IPHAN, por meio do Decreto nº 3.551/2000, tem natureza declaratória e constitui-se como um instrumento de valorização e proteção jurídica dos bens culturais

imateriais e não necessariamente atribui uma valorização econômica. Conforme salienta Santilli (2005a, p. 193), “Os dois instrumentos (indicações geográficas e registros de bens culturais imateriais no IPHAN) podem, eventualmente, ser complementares, mas têm finalidades distintas”.

Ao fazer uma análise entre a relação de bens imateriais registrados no IPHAN e a relação de produtos com IG registrados no INPI, encontram-se os seguintes produtos que apresentam proteção pelos dois instrumentos mencionados (Quadro 01):

**Quadro 01 – Bens culturais registrados no IPHAN e no INPI**

IPHAN	Data de registro	INPI (nome geográfico/produto)	Data de registro
Ofício das Panelas de Goiabeiras	2002	Goiabeiras – Panelas de barro	2011
Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas, nas Regiões do Serro e das Serras da Canastra e do Salitre	2008	Canastra – Queijo	2011
		Serro - Queijo minas artesanal do Serro	2012
Modo de Fazer Renda Irlandesa - Sergipe	2009	Divina Pastora - Renda de agulha em Lacê	2012
Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína no Piauí	2014	Piauí – Cajuína	2018
Tradições Doceiras da Região de Pelotas e Antiga Pelotas (Arroio do Padre, Capão do Leão, Morro Redondo, Turucu)	2018	Pelotas - Doces tradicionais de confeitaria e de frutas	2011

Fonte: elaborado pela autora com base em INPI (2020) e IPHAN (2020).

No IPHAN, todos estão inscritos no Livro de Registro dos Saberes, criado para abrigar “registros de bens imateriais que reúnem conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades” (IPHAN, 2020, s/p). Já os produtos registrados no INPI estão todos como indicação de procedência, sendo reconhecidos pelo território onde são produzidos. As panelas de barro de Goiabeiras, em Vitória, no Espírito Santo, são um caso notório da relação entre as duas formas de patrimonialização, ou seja, pelo IPHAN e pelo INPI. Ao mesmo tempo em que se tem a preservação do saber-fazer registrado como patrimônio imaterial, tem-se também o registro como propriedade intelectual via vínculo com o território como IP, como forma de evitar as falsificações e que valoriza também os atributos econômicos do bem cultural para poder utilizar sua fabricação como fonte de renda, ou seja, “a análise da dinâmica da Cultura do Barro, portanto, não pode restringir-se aos aspectos imanentes ao campo econômico, é necessário, também, perceber a ligação dinâmica deste campo com o campo cultural” (MARQUES; CALOTI, 2013, p. 181).

Observa-se que, tanto no Brasil quanto em países europeus, uva e vinho são os produtos que mais recebem atenção quanto à busca por proteção por meio de registros e certificações em

geral. No caso da IP Vales da Uva Goethe, registro cedido em 2012, segundo Vieira, Watanabe e Bruch (2012), a região de Urussanga (Santa Catarina) tem profunda ligação à cultura da uva e do vinho da variedade Goethe. Os primeiros imigrantes italianos chegaram àquelas terras em 1878 trazendo consigo mudas de videiras de variedade europeia. No entanto, as terras eram inaptas a esta variedade, então introduziram outras variedades que se adequassem às condições climáticas locais, americanas e híbridas. A união entre a tradição do conhecimento dos imigrantes italianos de Urussanga e municípios da região e a uva Goethe, permitiu a produção de um vinho diferenciado, com identidade própria. O reconhecimento do diferencial dos vinhos da região levou produtores a investirem no enoturismo, relacionando a produção da uva e do vinho à cultura local e à história da imigração italiana, incrementando novas atividades como hotelaria, gastronomia, artesanato etc. O reconhecimento da IG também contribuiu para preservar o saber-fazer, além de permitir que os produtores continuem no campo, incentivando seus filhos e netos a dar continuidade às atividades rurais. Embora haja uma adaptação às novas tendências do mercado vitivinícola, é um desafio fazê-lo “[...] sem perder sua autenticidade, seu caráter de regionalidade, expressão maior da evolução e das experiências acumuladas através da história desta bebida, que permanecem ajustadas à geografia, aos valores e à cultura da região produtora” (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012, p. 332).

Cerdan (2009), que também teve a IP Vales da Uva Goethe como foco de pesquisa, expressa que o processo de revalorização da uva Goethe ocorreu para buscar melhor valorização econômica do vinho da região. Para isso, ressignificou-se a identidade territorial italiana, inclusive investindo também na atividade turística. Segundo a autora, nos dois casos, “[...] as estratégias propostas vão, de certa forma, contra os paradigmas e modelos tecnológicos dominantes” (p. 293), pois há, por parte dos membros da associação, a iniciativa em proteger os aspectos culturais da produção. Velloso (2008), que também teve como objeto de estudo os Vales da Uva Goethe, conclui que a governança estabelecida pela associação vem gerando novas oportunidades e busca evitar o desaparecimento de um produto típico e fortemente arraigado na cultura local, que é o vinho (VELLOSO, 2008). Esta autora ainda reforça que não se deve tomar a IG como “modelo de padronização extrema” (p. XIX), pois a diversidade local deve ser levada em conta, já que o que se busca é a qualidade do produto e não sua padronização.

Como a maior parte das IG no Brasil estão ligadas diretamente ao espaço rural, sobretudo pela concentração de produtos agrícolas e alimentícios, pode-se inferir que as IG contribuem significativamente para o desenvolvimento rural, para a melhoria do bem-estar e dos meios de subsistência (JENA et al., 2015), reforçando a valorização de modos de vida do

campo, incluindo tempos e espaços diferentes da urbanização saturada a que estão sujeitas muitas cidades no país. O mesmo pode-se dizer de municípios que apresentam características rurais. Neste sentido, Dullius, Froehlich e Vendrusculo (2008, p. 3) ressaltam que a ruralidade, antes tida como “uma etapa do desenvolvimento social a ser superada com o avanço do progresso e da urbanização, passa a ser um valor para as sociedades contemporâneas”, desenvolvendo-se assim uma nova ruralidade. Observa-se a atratividade que o turismo rural (ou a prática de atividades no espaço rural) vem tendo nas últimas duas décadas e as IG têm contribuído em muitos aspectos para o incremento do turismo nestes territórios.

No caso de algumas regiões que abrigam pequenos municípios, o fato destes possuírem patrimônio natural e cultural significativo (incluídos aí os bens imateriais, as tradições locais, as relações sociais estabelecidas nos territórios), passam a utilizar estes patrimônios como recurso para o desenvolvimento territorial: “Esse patrimônio antes visto como uma despesa para as administrações municipais agora é vislumbrado como oportunidade de consumo e desenvolvimento, sendo valorizado e preservado por toda a comunidade” (DULLIUS; FROEHLICH; VENDRUSCULO, 2008, p. 3-4). Assim, segundo os autores, pode-se construir no local uma imagem vinculada à identidade do território, atribuindo ao patrimônio uma construção social e não apenas o tendo como herança.

Os autores ratificam que as IG como dispositivos de reconhecimento são importantes “[...] pois permitem que os territórios promovam seus produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos no referido território” (DULLIUS; FROEHLICH; VENDRUSCULO, 2008, p. 11). Como exemplos apresentados por estes autores estão a IP Vale dos Vinhedos (que na época da publicação contava com apenas a IP na produção vitivinícola – atualmente com DO) e a IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, que tem como produtos protegidos a carne bovina e seus derivados.

A respeito do Vale dos Vinhedos, os autores ressaltam que o reconhecimento proporcionou a maior qualificação dos vinhos, instalação de novas vinícolas e serviços agregados, aumento do número de empregos etc. No entanto, houve o impacto da extrema valorização das terras das propriedades agrícolas. Segundo Valduga (2007), a IP estabelecida no Vale é consequência da especialização produtiva da região na década de 1970 e foi quando também se iniciou o enoturismo. O autor salienta, como um dos resultados da pesquisa, que a IG “[...] não teve um impacto direto no enoturismo; entretanto, os entrevistados reconheceram que ela foi importante do ponto de vista do marketing usado por consequência dos produtos

certificados” (p. 121). Como a IG fortaleceu o marketing para a região onde se estabelece, o patrimônio cultural do vinho também foi valorizado. No entanto, Valduga (2007) identificou que durante o processo de estabelecimento da IG houve um processo segregador do agricultor produtor de uvas, que não fez parte das discussões sobre a condução/gestão da IG, tampouco das decisões sobre o turismo na região, mesmo que as paisagens de suas propriedades façam parte da atratividade turística do Vale. A respeito da participação parcial da população local nos debates acerca do turismo e de outras atividades a serem desenvolvidas, como as IG, vale questionar: até que ponto o patrimônio cultural relaciona-se à identidade local? Este representa a cultura de quem?

Em se tratando da relação entre turismo e IG, como nos casos relativos ao enoturismo (Vales da Uva Goethe e Vale dos Vinhedos), esta atividade apresenta-se importante para o desenvolvimento de serviços associados ao reconhecimento de uma IG. Neste sentido, Medeiros e Passador (2015) enfatizam que:

A aliança entre Turismo e Indicação Geográfica propicia o reconhecimento de culturas tradicionais, a valorização da gastronomia típica, produção sustentável de alimentos, proteção dos manuseios artesanais e culturais. É uma união que, ao mesmo tempo, fortalece o turismo interno no País e gera renda, agregando valor às atividades agrícolas, artesanais e agroindustriais, colaborando com a preservação do patrimônio natural e cultural (MEDEIROS; PASSADOR, 2015, p. 62).

No que tange a contextos externos ao Brasil, a relação entre o turismo, patrimônio e as IG é mais próxima e mais frequente, sobretudo em países europeus como Espanha, França e Itália. Torre e Morales-Fernández (2012) e Torre e Gutiérrez (2010) mencionam que os benefícios da implementação de uma IG podem ser potencializados, caso os produtores planejem estratégias de comercialização de seus produtos vinculados à atividade turística, como por exemplo, o turismo gastronômico. Neste sentido, os autores reforçam que as rotas gastronômicas podem ser itinerários associados a um produto ou prato típico dentro de uma área delimitada de DO e, no caso específico da Andaluzia, na Espanha, as DO referentes a vinhos e azeites são as que mais se destacam, inclusive pela curiosidade dos turistas em conhecer os processos de fabricação, as manifestações culturais e degustação de produtos locais. Movimentos turísticos por meio de rotas enoturísticas e a simbiose entre patrimônio, gastronomia, cultura e tradição também fizeram parte dos estudos de García et al. (2014), especificamente em DO situadas na região da Galícia.

Ao estudar as rotas do vinho das DO da região da Murcia, também na Espanha, Yago (2012) salienta que as rotas enoturísticas são importantes para incrementar a geração de renda tanto para os municípios que têm o setor agrícola como principal fonte de renda quanto para os

municípios onde a indústria é um forte motor da economia e que a presença do vinho como base produtiva agroindustrial na região agrega um conjunto de atividades conexas e complementares como “la promoción cultural del territorio a través de la rehabilitación, recuperación y promoción del patrimonio arquitectónico e histórico y fiestas populares” (p. 88).

Portela (2018), que tem como enfoque o enoturismo na DO Cigales em Valladolid, Espanha, indica que a atividade enoturística nesta região se apoia em três pilares fundamentais: as paisagens de vinhedos, as vinícolas e o patrimônio cultural que contribuem para que o território se torne atrativo. Grande parte das paisagens espanholas são tomadas por vinhedos e os bens culturais materiais e imateriais relacionados são inúmeros. O autor afirma que se buscou diversificar a atividade vitivinicultora na região [...] para diversificar su economía y evitar de esta forma la pérdida continuada de población que estaba sufriendo, así como llevar a cabo medidas de protección medioambiental, la protección de su cultura y de su patrimonio que en muchos casos estaba desapareciendo [...] (p. 144).

Climent-López e Esteban-Rodríguez (2018), cujos estudos têm como enfoque as paisagens e o patrimônio territorial de sete DO espanholas, neste caso, localizadas no Valle del Ebro (Rioja, Navarra, Campo de Borja, Calatayud, Cariñena, Somontano e Costers del Segre), concluem que, a partir dos elementos patrimoniais escolhidos para análise, em todas as DO o vínculo com o território é fortalecido pela relação entre o enoturismo e o turismo cultural, focado no patrimônio.

Em uma análise regional italiana, Olivieri e Girdali (2015) relacionam a experiência de consumo do turista no destino ao seu envolvimento direto com patrimônio natural e cultural, incluindo as produções típicas, sobretudo alimentícias. A produção de alimentos tradicionais, sobretudo as DO, segundo os autores, está diretamente relacionada ao patrimônio cultural italiano e sua diversidade alimentar.

No caso da vitivinicultura na França, embora o enfoque de pesquisa de Lacoste (2015) não seja a atividade turística, o autor salienta que nas campanhas de marketing da DO Cahors os produtores adotaram uma estratégia de conciliar a inovação no uso de um novo varietal (neste caso o Malbec, originalmente tradicional em países da América do Sul, como Argentina e Chile) com a valorização do patrimônio cultural ligado ao *terroir*, utilizando-se das paisagens e recursos culturais, juntamente com a gastronomia local.

A respeito da valorização de produtos agroalimentares, outros países também buscam proteger seu patrimônio. Ramírez, Escoto e Cárdenas (2013) apresentam seu estudo a respeito do queijo tenate, produzido em Tlaxco, México, há mais de 100 anos. Os autores relatam que a

produção deste laticínio vem diminuindo com o passar dos anos e que hoje existem produtores que permanecem com os métodos tradicionais de fabricação e outros que já aderiram aos processos industrializados. Trabalhando com uma metodologia de História Oral, os autores resgataram a história do queijo tenate nesta região mexicana de forma a estimular a valorização do saber-fazer que é transmitido de geração a geração dentro das famílias e concluem que é necessária a promoção de políticas públicas que permitam a divulgação das técnicas artesanais de elaborar este queijo, tanto como forma de preservar o saber-fazer quanto para que o consumidor reconheça os atributos patrimoniais. A maior parte da produção do queijo é comercializada para os turistas e os autores também indicam que é necessário implementar estratégias para que Tlaxco seja um destino turístico e não apenas um ponto de parada no caminho para outras cidades. Desta forma, é possível incrementar a diversidade de serviços e também as possibilidades de comercialização do queijo.

Também a respeito da valorização dos queijos artesanais mexicanos, Gante e Escoto (2011) ressaltam que conceitos como a autenticidade e a genuinidade são importantes para definir as mais de 40 variedades de queijo, principalmente quando se analisam as práticas de elaboração e suas representações socioculturais. Por constituírem como um patrimônio cultural e contribuírem para o desenvolvimento local, os autores indicam que por meio de marcas coletivas ou por denominação de origem seria possível proteger os atributos culturais da produção queijeira mexicana e fortalecer esta atividade econômica.

A China é tradicionalmente conhecida por seus alimentos locais e a patrimonialização dos alimentos reflete o envolvimento chinês na economia voltada aos aspectos culturais, como patrimônio, tradição e autenticidade. Produtores e governantes se utilizam destas características para agregar valor aos seus produtos, manter as tradições locais e atrair turistas (KLEIN, 2018). Além de qualificar e valorizar sua alimentação como patrimônio cultural imaterial pela Unesco, o país também se utiliza das indicações geográficas. Embora os grandes produtores, que se utilizam da modernização agrícola, estejam criando novas formas de utilização da terra e de fabricação dos seus produtos, o autor salienta que há oportunidades para que os pequenos produtores agreguem valor aos seus produtos em um mercado que valoriza o patrimônio chinês, como no caso do turismo e de um público que consome produtos locais. Lin e Lian (2018), reforçam em seu estudo que a China é um país com história milenar e de grande diversidade cultural, cuja salvaguarda de seu patrimônio cultural imaterial está na agenda governamental. No entanto, alertam para a necessidade de se proteger os conhecimentos tradicionais por meio de instrumentos de propriedade intelectual, incluindo as IG, mas que, independentemente da

forma como forem reconhecidos seus direitos (se por IG, ou por marcas registradas, patentes etc.), deve haver um equilíbrio entre as comunidades tradicionais e o público externo e também que seus interesses sejam prioridade.

Voltando aos estudos brasileiros, na pesquisa realizada por Dullius, Froehlich e Vendrusculo (2008), a respeito da IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, os autores salientam que o modo de produção do gado, de carne e derivados relaciona-se diretamente à tradição, história e cultura do gaúcho. Cerdan (2009) também abordou em sua pesquisa esta IP. O principal questionamento da autora é o contraponto entre a manutenção das tradições relacionadas a estes produtos, em detrimento à modernização da produção, de forma a não comprometer a riqueza biológica e cultural dos territórios, já que as IG surgem para os agentes locais como um instrumento de valorização econômica dos recursos locais tanto para os produtores como para a região como um todo. No caso desta IP, a maior parte dos produtores são latifundiários, com a ausência de pequenos pecuaristas. Além disso, as especificações técnicas foram tão restritas (de modo a acessar o mercado de exportação), que deixou de fora um grande número de criadores (MARIE-VIVIEN et al., 2019). Segundo esta autora, o processo de valorização da carne e derivados pela IG foi pouco divulgado aos criadores na região e, no geral, poucos aderiram ao processo, devido também à dificuldade em se enquadrar nas normas estabelecidas no caderno de especificações. No entanto, “[...] os produtores envolvidos persistem em inscrever-se numa lógica de mercantilização da ligação à origem associada à valorização de seu patrimônio e buscam produtores que queiram aderir ao processo” (CERDAN, 2009, p. 290-291).

#### **4 Controvérsias quanto à patrimonialização por meio das IG**

Em alguns estudos, há controvérsias quanto a estes processos de certificação ou reconhecimento definirem critérios de qualidade, avaliação e proteção que podem descaracterizar justamente os atributos de diversidade cultural que estes produtos apresentam (BERÁRD, 1998, 2000; KRONE; MENASCHE, 2009; VITROLLES, 2011).

Produtos tradicionais são aqueles que possuem forte ligação com seu território de origem, “[...] capazes de mobilizar sentimentos de pertencimento, tradição, localidade e uma ancestralidade comum” (SANTOS; MENASCHE, 2015, p. 18). Por isso constituem-se como importantes bens culturais de dada comunidade e passíveis de serem patrimonializados e contribuir para o desenvolvimento local. Ricas também são suas práticas de produção e

preparação, em diferentes contextos culturais que, se não valorizadas, registradas e disseminadas, perdem-se no tempo e no espaço, já que as gerações futuras nem sempre querem dar continuidade a tais práticas. Estes autores consideram as IG como estratégia de valorização formal dos produtos tradicionais. A riqueza cultural que pode ser atribuída a estes alimentos está desde os métodos e cuidados no plantio, passando pela colheita e beneficiamento, até sua transformação em produto final.

A elaboração e consumo de produtos alimentares tradicionais, como queijos, farinhas, doces e embutidos, são frutos de um saber que por vezes se mantém por séculos, sendo que, em muitos casos, ocorre pouca ou nenhuma alteração no modo com que esses produtos são feitos. Desta forma, são alimentos dotados de sabores diferenciados, de significados e identidades únicas, para quem os produz e para quem os consome (SANTOS; MENASCHE, 2015, p. 18-19).

É fato que a valorização de produtos tradicionais por meio das IG tem conquistado espaço em diferentes esferas de discussão, incluindo ações governamentais. No entanto, é importante frisar que, no caso de produtos agroalimentares, para que estes estejam aptos a passarem por processos de reconhecimento como as IG e poderem ampliar sua comercialização, a possibilidade deve ser relativizada, pois estes produtos apenas poderão acessar novos mercados caso cumpram exigências legais de produção, circulação e comercialização de alimentos no Brasil. Em muitos casos, quando se trata de produtos tradicionais, a padronização de sistemas de produção modernizados frequentemente leva ao desaparecimento de práticas tradicionais de produção, o que se torna um contrassenso se pensar a IG como um mecanismo de proteção das tradições (SANTOS; MENASCHE, 2015). Dias (2005) salienta que, em alguns casos, um número significativo de pequenos produtores artesanais necessita fechar as portas de seus estabelecimentos porque não consegue adaptar-se às normas e também bancar os custos de adequação.

As particularidades destes produtos agroalimentares tradicionais acabam, muitas vezes, sendo colocadas em segundo plano, em detrimento às disposições sanitárias que são destinadas, sobretudo, às grandes empresas agroalimentícias (BÉRARD; MARCHENAY, 1998; 2000). Por isso é importante o debate sobre a apropriação do patrimônio e a linha tênue entre a proteção deste e a inserção dos produtos no mercado, pois corre-se o risco de haver um esvaziamento cultural.

Estes produtos agroalimentares possuem uma relação muito particular com o território em que são produzidos. Como salienta Bérard e Marchenay (2005, p. 81), “Sua inscrição num lugar é sempre acompanhada por uma anterioridade de práticas coletivas. Em outros termos, atravessam o espaço, o tempo, e são objeto de diversos tipos compartilhados de know-how”.

Estes autores, com enfoque de seus estudos em produtos agroalimentares franceses, vinculam a grande diversidade alimentar ao termo biodiversidade cultural, pois “[...] é indispensável levar em consideração não só as características biológicas, mas também os conhecimentos e as práticas locais” (p. 84). Para isso, apresentam alguns exemplos franceses de casos em que se estabelecem pontes entre biodiversidade e proteção no caso de IG como uma nova forma de pensar a agricultura: a castanha da Ardèche, cidre, calvados e poiré (bebidas fermentadas e destiladas à base de maçãs e peras) na Normandia, boeuf (boi) de Charolles, carpa (peixe) em Dombes, além dos sistemas queijeiros que são destaque em diversas regiões da França.

No que se refere a estudos brasileiros voltados a produtos agroalimentares tradicionais, alguns autores têm abordado em suas pesquisas o caso do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul. Embora o parecer final de sua DO tenha sido publicado em 2020, estudos a respeito de sua possível certificação ou reconhecimento têm ocorrido há mais de uma década. O queijo é produzido de forma bastante peculiar, usando o leite cru de vacas recém-paridas, criadas para carne (e não de vocação leiteira), em pastagens nativas. O queijo, o leite e a carne são importantes para a obtenção de renda para diversas famílias de agricultores. Neste sistema de produção, cada família tem sua própria receita, a partir de conhecimentos e habilidades transmitidos por gerações de mulheres (já que predominantemente a produção queijeira fica a cargo das mulheres e os homens ocupam-se com a pastagem e a ordenha). Segundo pesquisa feita pela EMATER/RS (Excelência em Assistência Técnica e Extensão Rural e Social), foram identificados seis diferentes métodos de produzir queijo Serrano (VITROLLES, 2011).

A pesquisa realizada por Vitrolles identificou que o processo de busca pelo registro como IG ocorreu *top-down*, ou seja, surgiu de uma demanda institucional que não envolveu os produtores diretamente, sendo que o modo de produção, as propriedades físicas, químicas, organolépticas e microbiológicas foram definidas pela EMATER/RS. Como os produtos tradicionais de maneira geral variam muito de um produtor para outro, sobretudo no caso do queijo Serrano, são questionáveis a homogeneização da produção em apenas um ou poucos métodos, os insumos que podem ser utilizados, as técnicas etc., o que pode levar à perda de receitas e saberes associados de cada família. Embora a tentativa seja de manter a identidade da produção queijeira, a instituição da IG pode levar à padronização dos produtos e, segundo a autora, em casos onde os produtos diferem sobremaneira entre si, a IG pode entrar em conflito com a manutenção da tradição alimentar. Vitrolles (2011) cita o caso da carne do Pampa Gaúcho, em que os próprios produtores consideram impossível aplicar todos os critérios de

especificação do produto conforme as normas. A autora ainda sugere que se questione se a IG é a melhor estratégia para proteger o queijo Serrano como uma herança alimentar.

Niederle (2015) menciona que as diferentes legislações que versam sobre as possibilidades de diferenciação nas análises técnico-científicas para produtos tradicionais (incluindo-se os queijos à base de leite cru) ainda são discutíveis, pois embora tenham avançado, ainda geram incertezas tanto nos produtores quanto nos mercados consumidores. Para Krone e Menasche (2009, p. 8), também a respeito de produtos agroalimentares tradicionais em geral e do queijo Serrano em especial, “[...] as regulamentações, ferramentas e estratégias parecem não dar conta da especificidade de produtos artesanais”. Córdova e Schlickmann (2015, p. 156), ao descrever a história da tradição do queijo e evidenciar sua importância histórico-cultural na região, reforçam que a tradição de produção e comercialização do queijo “[...] reporta-se além dos aspectos econômicos; remete também a um simbolismo e identidade que por mais de dois séculos vêm perpetuando uma cultura notoriamente reconhecida, mas que precisa ser valorizada e principalmente o produto regulamentado [...]”.

A publicação da DO Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra ocorreu em março de 2020, então a partir disso devem ser estimulados estudos para averiguar se as hipóteses traçadas pelos estudiosos do queijo Serrano foram confirmadas tal qual foram apresentadas.

Ainda sobre produção queijeira, embora em outra região, Santos e Menasche (2015) em pesquisa realizada em Minas Gerais em 2013, constataram que, no período das entrevistas realizadas com alguns produtores de dois queijos artesanais mineiros que já obtiveram o registro de IP (Serro e Canastra, 2011 e 2012, respectivamente), nenhum deles ainda tinha aderido à utilização da IG. Segundo Haas, Froelich e Criado (2012) o mesmo ocorreu no caso do Arroz do Litoral Norte Gaúcho, que obteve a DO em 2010, mas que na ocasião da pesquisa não foram encontrados no mercado produtos comercializados como IG.

Frente a estas realidades apresentadas, é importante analisar com cautela cada caso de produto tradicional no sentido de atribuir a eles processos de reconhecimento ou certificação como no caso da IG, pois apresentam aspectos positivos e negativos quanto à manutenção das tradições:

Por um lado, ele incita a valorização dos territórios e de suas identidades e, em alguns casos, pode estabelecer barreiras a inovações que colocam em risco a tipicidade e originalidade dos produtos. Por outro, ele é transformado em um catalisador de inovações técnicas e organizacionais consideradas necessárias para os produtores reagirem à perda de competitividade nos mercados (NIEDERLE, 2015, p. 76).

Embora Cerdan (2009, p. 282) concorde que em muitos casos a IG pode se apresentar como instrumento de valorização do patrimônio cultural, também salienta que este processo “[...] demonstra limitações com relação à consideração da biodiversidade cultural [...] deixando, então, pouco espaço aos conhecimentos locais e aos agentes que dividem a cultura do produto local”.

Marie-Vivien et al. (2019) ao estudarem o desempenho da governança e a representatividade dos atores da cadeia produtiva, mencionam alguns casos de IG em diferentes países em que há embates entre a manutenção das tradições na produção artesanal e a inserção da modernização tecnológica em grupos de produtores que homogeneízam muitas vezes, o produto final, como os casos do queijo Tomme des Pyrénées (França), o queijo Camembert da Normandia (França), o Hatcho miso (Japão), o molho de peixe fermentado Phu Quoc (Vietnã) e o arroz Basmati (Índia).

Em outro contexto, Rinallo e Pitardi (2019) apresentam as controvérsias existentes no registro DO do queijo Bitto. Este queijo é produzido na região de mesmo nome, na Itália, desde o século XV. Há relatos que, desde o início do século XX, já existiam tensões e conflitos entre os diferentes produtores deste queijo devido às diferenças nos modos de produção. Em 1995 obteve o registro como DO e a especificação do sistema de produção aprovado pela entidade representativa introduziu mudanças significativas nos processos tradicionais de fabricação, por exemplo, na ampliação da área de produção, modificação nos tipos de leite utilizados, introdução de outros compostos no leite etc., o que representou uma notável alteração na tradição. Um grupo de produtores contrários à descaracterização e industrialização do queijo criou uma organização que visava proteger o método tradicional e combater a homogeneização do processo de produção, que ficou conhecido como “Historical Rebel” (já que não podiam mais usar a DO Bitto em seus rótulos). Com apoio do movimento *Slow Food*, com a certificação Slow Food Presidia, seus produtos foram valorizados e promovidos no mercado a partir de seus atributos voltados ao patrimônio cultural e pelo sistema tradicional de produção. Toda a polêmica que envolve a produção deste queijo foi anunciada em meios midiáticos e ficou conhecida por toda a população da região. Os autores da pesquisa indicam que a exposição do conflito pode ser tida como uma estratégia que contribuiu para aumentar a capacidade dos consumidores de diferenciar os produtos e resultou na criação simbólica de valor aos produtos tradicionais.

Concorda-se com Saquet (2016) quando reflete sobre a institucionalização das IG, mencionando que esta é uma das formas de conservar, mesmo que inovando, os produtos típicos

a partir de sua identificação, qualificação e apreciação, pois, via de regra, estes são produtos com identidade territorial, além de outros aspectos como econômicos, políticos e naturais.

Antes mesmo do início de qualquer iniciativa de patrimonializar algo, é fundamental lembrar que a cultura não é estática e sim dinâmica, pois neste artigo é dado ao patrimônio o significado de construção social e não apenas herança.

La valorización de las tradiciones no debe confundirse con un “retorno a los orígenes”, sino todo lo contrario, implica la inscripción de dichas tradiciones en el tiempo presente y en las dinámicas de cambio en curso (cambios demográficos, técnicos, económicos, culinarios). Modificar el proceso de cocción o de molienda de un producto, o su composición para disminuir el contenido de grasas animales, o su presentación, inventar nuevas recetas para integrarlo en nuevas tendencias culinarias, son maneras de valorizar las culturas alimentarias territoriales. Las tradiciones fijas se anquilosan, se marchitan. Para que permanezcan vivas las tradiciones deben estar en movimiento. (MUCHNIK, 2006, p. 9).

É possível manter a valorização do patrimônio gastronômico alimentar mesmo que, com o passar do tempo, novas práticas sejam incorporadas, de forma que não se descaracterize por completo o bem cultural, seja ele material ou imaterial.

## 5 Considerações finais

Em iniciativas de reconhecimento como IG ou qualquer outra certificação, deve-se preconizar a participação social, o empoderamento da comunidade no que se refere à tomada de decisões e autogestão, a conservação dos recursos naturais, a valorização da cultura e o fortalecimento do pertencer àquele território, para que os benefícios de uma IG possam ser usufruídos por toda a cadeia produtiva, pela comunidade em geral e que haja permanência, se esta for da vontade dos envolvidos. Deve-se também tomar cuidado para que não haja “um esvaziamento simbólico do patrimônio cultural” (NEU; AREA, 2015, p. 74), para que este não se transforme em uma *commodity*, desassociando-o de sua história. E de que forma é possível fazer isso? Veloso (2006, p. 450), sugere que “uma das formas de evitar as armadilhas do fetichismo, do individualismo e do consumismo é colocar a ênfase nos processos de transmissão da tradição, do saber-fazer, das rezas, das danças, das práticas alimentares e não, simplesmente, no produto”. A associação entre as vantagens econômicas e a valorização dos aspectos culturais torna as IG passíveis de ser um instrumento de proteção dos produtos agroalimentares como patrimônio.

## Agradecimentos

A presente pesquisa foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) pelo Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD) com vigência 2019-2020.

## Referências

ALMEIDA, S. L.; PAIVA JUNIOR, F. G.; COSTA, C.; GUERRA, J. R. F. Geographical Indication Re-signifying Artisanal Production of Curd Cheese in Northeastern Brazil. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 6, p. 715-732, nov./dez. 2016.

ALTAMANN, R. Certificação de qualidade e origem e desenvolvimento rural. In: LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. L. (orgs.). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2005. p.133-140.

BELAS, C. A. O Consumo de Bens Culturais e a Salvaguarda do Patrimônio Imaterial: o caso do capim dourado do Jalapão. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 4., 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Grupo de Estudos do Consumo, 2008. p. 1-19.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Biodiversidade e indicação geográfica: produções agrícolas e alimentares locais. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 32, p. 81-93, 2005.

\_\_\_\_\_. Le vivant, le culturel et le marchand: les produits de terroir. Vives campagnes. Le patrimoine rural, projet de société. **Autrement**, n. 194, p. 191-216, 2000.

\_\_\_\_\_. Patrimoine, montagne et biodiversité. **Revue de Géographie Alpine**, n. 4, v. 86, p. 7-14, 1998.

BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm)>. Acesso em: 13 abr. 2020a.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 13.123, de 20 de maio de 2015**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2015/Lei/L13123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13123.htm)>. Acesso em: 2 maio 2020b.

BRUCH, K. L. Tradição e cultura preservadas: Indicações Geográficas são meio para assegurar reconhecimento aos diferenciais de uma região produtora. **Jornal Bon Vivant**, Flores da Cunha, p. 12, jan./fev. 2009.

CARVALHO, G. R.; DIAS, A. B. Indicação geográfica no território do sisal na Bahia: possibilidades e perspectivas. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 365-377, 2012.

CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. **Política & Sociedade**, v.8, n. 14, p. 277-299, 2009.

CLIMENT-LÓPEZ, E.; ESTEBAN-RODRÍGUEZ, S. Paisaje y patrimonio territorial en las Denominaciones de Origen vinícolas del Valle del Ebro (España). In: CONGRESO INTERNACIONAL TERROIR, 12, 2018, Zaragoza, Espanha. **Anais...** Zaragoza, Espanha: Sociedade Aragonesa de Gestão Agroambiental, S.L.U. (SARGA), 2018. p. 1-6.

CÓRDOVA, U. A.; SCHLICKMANN, A. de F. de M. B. F. A contribuição do queijo artesanal serrano para o desenvolvimento regional e preservação dos campos de altitude do sul do Brasil. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 8, n. 1, p. 150-157, jan./mar. 2015.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, J. F. D. V. R. **A construção institucional da qualidade em produtos tradicionais**. 2005. 145 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade), Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

DULLIUS, P. R.; FROEHLICH, J. M.; VENDRUSCOLO, R. Identidade e desenvolvimento territorial – estudo das experiências de indicações geográficas no estado do RS. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco. **Anais...** Rio Branco: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2008. p. 1-21.

FRANCO, N. T. Um enfoque diferente para la protección de los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas. **Estudios Socio-Jurídicos**, Bogotá, v. 9, n. 1, p. 96-129, 2007.

GANTE, A. V.; ESCOTO, F. C. La genuinidad y tipicidade en la revalorización de los quesos artesanales mexicanos. **Estudios Sociales**, v.19, n. 38, p. 146-164, jul./dez. 2011.

GARCÍA, J. Á.; RAMA, M. C. R.; PÉREZ, J. L. C.; SANMARTÍN, J. M. G. Turismo enológico y ruta del vino del Ribeiro em Galicia-España. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 23, p. 706-729, 2014.

HAAS, J. M.; FROEHLICH, J. M.; CRIADO, E. A. Estratégias de qualidade de base territorial: o caso do arroz irrigado na Andaluzia e no Rio Grande do Sul. **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 59, n. 2, p. 69-83, jul./dez. 2012.

HEIDTMANN JUNIOR, D. E. D.; LOCH, C. A paisagem cultural e as novas possibilidades para a atividade familiar rural. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 44, n. 11, p. 1988-1994, 2014.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL -IPHAN. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br>>. Acesso em: 24 jan. 2020.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

JENA, P. R.; NGOKKUEN, C.; RAHUT, D. B.; GROTE, U. Geographical indication protection and rural livelihoods: insights from India and Thailand. **APEL**, v. 29, n. 1, p. 174-185, 2015.

JURADO, G. S. B.; AGUILAR, C. Q.; JUAJIBIOY, J. C. J. Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas. **Apuntes**, Bogotá, v. 27, n. 1, p. 36-51, 2014.

KLEIN, J. A. Heritagizing Local Cheese in China: Opportunities, Challenges, and Inequalities. **Food and Foodways**, v. 26, n. 1, p. 63-83, 2018.

KRONE, E.; MENASCHE, R. A diversidade como elemento de diferenciação de produtos artesanais: o caso do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra (RS). In: ENCONTRO ACADÊMICO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL, INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO, 2., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: INPI, 2009.

LACOSTE, P. El Malbec de Francia: la Denominación de Origen Controlada “Cahors”. Historia y perspectivas. **Idesia**, v. 33, n. 1, p. 113-124, 2015.

LAGE, V.; BRAGA, C. A origem geográfica como patrimônio: implicações para políticas públicas e desenvolvimento de negócios. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 32, p. 95-107, 2005.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. 117 p.

LIN, Q.; LIAN, Z. On Protection of Intangible Cultural Heritage in China from the Intellectual Property Rights Perspective. **Sustainability**, v. 10, n. 12, p. 1-19, 2018.

MARIE-VIVIEN, D.; CARIMENTRAND, A.; FOURNIER, S.; CERDAN, C.; SAUTIER, D. Controversies around geographical indications Are democracy and representativeness the solution? **British Food Journal**, v. 121, n. 12, p. 2995-3010, 2019.

MARQUES, M. S.; CALOTI, V. A. As Paneleiras de Goiabeiras e a dinâmica da Cultura do Barro. **Sociologia**, Porto, v. 26, p. 163-185, 2013.

MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, J. L. Indicações geográficas e turismo: possibilidades no contexto brasileiro. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 10, n. 3, p. 56-79, set./dez. 2015.

MUCHNIK, J. Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. **Agroalimentaria**, Mérida, v. 11, n. 22, p. 1-10, jun. 2006.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; FIALHO, A. S.; BANDEIRA, M. G. A. Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 353-364, 2012.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Geintec**, v. 2, n. 4, p. 378-386, 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.

NEU, M. F. R.; AREA, P. O. O patrimônio cultural como ativo territorial no desenvolvimento regional. In: DALLABRIDA, V. R. (orgs.). **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no estado de Santa Catarina**. São Paulo: LibeArs, 2015. p. 73-85.

NIEDERLE, P. A. A institucionalização de um mercado para produtos com Indicações Geográficas no Brasil: uma abordagem sociológica. In: VIEIRA, A. C. P.; BRUCH, K. L. (orgs.). **Indicação geográfica, signos coletivos e desenvolvimento**. IBPI Europa, 2015.

OLIVIERI, F. M.; GIRALDI, A. Food and wine tourism: an analysis of italian typical products. **Alma Tourism**, v. 6, n. 11, p. 11-35, 2015.

PORTELA, J. F. La diversificación económica en una comarca vitivinícola tradicional: las bases que sustentan el enoturismo en la denominación de origen Cigales (Valladolid). **Espacio, tiempo y forma**, n. 11, p. 141–168, 2018.

RAMIRÉZ, J. F. G.; ESCOTO, F. C.; CÁRDENAS, J. R. A. Estrategias para el rescate y valorización del queso tenate de Tlaxco Un análisis desde el enfoque de sistemas agroalimentarios localizados (Sial). **Culturales**, v. 1, n. 2, p. 9-54, jul./dez. 2013.

RINALLO, D.; PITARDI, V. Open conflict as differentiation strategy in geographical indications: the Bitto Rebels case. **British Food Journal**, v. 121, n. 12, p. 3102-3118, 2019.

SAKR, M. R.; ZEITHAMMER, N; ABIB, S. W.; DALLABRIDA, V. R. Produtos com identidade territorial no estado de Santa Catarina: potenciais para a indicação geográfica. In: DALLABRIDA, V. R. (orgs.). **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no estado de Santa Catarina**. São Paulo: LibeArs, 2015. p. 135-172.

SANTILLI, J. As indicações geográficas e as territorialidades específicas das populações tradicionais, povos indígenas e quilombolas. In: LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. L. (orgs.). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2005a. p.189-204.

\_\_\_\_\_. Patrimônio imaterial e direitos intelectuais coletivos. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n. 32, p. 62-79, 2005b.

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

SAQUET, M. A. Territory, geographical indication and territorial development. **Desenvolvimento Regional em Debate**, v. 6, n. 1, p. 4-21, jan./jul. 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Guia das indicações geográficas: conceitos**, 2019. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

SILVA, L. P.; RODRIGUES, W.; BRITO, S. C. D. A (des) governança na experiência tocantinense: os caminhos e descaminhos da indicação geográfica dos artesanatos em capim dourado da região do Jalapão. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 15, n. 2, p. 3-12, mar. 2019.

SITES REMARQUABLES DU GOÛT. Disponível em: <<https://sitesremarquablesdugout.com>>. Acesso em: 28 abr. 2020.

TORRE, M. G. M. V.; MORALES-FERNÁNDEZ, E. J. Denominaciones de origen protegidas (D.O.P.) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía. Gran Tour: **Revista de Investigaciones Turísticas**, n. 6, p. 101-121, 2012.

TORRE, M. G. M. V.; GUTIÉRREZ, E. M. A. El turismo gastronómico y las Denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. **PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 8, n. 1, p. 91-112, 2010.

VALDUGA, V. **Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi – 1870 a 1960 (RS/Brasil)**. 2011. 219 f. Tese (Doutorado em Geografia), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

\_\_\_\_\_. **O processo de desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos**. 2007. 149 f. Dissertação (Mestrado em Turismo), Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007.

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

VELOSO, M. O fetiche do patrimônio. **Habitus**, Goiânia, v. 4, n.1, p. 437-454, jan./jun. 2006.

VERDI, A. R. Preservation, innovation and governance: Geographical indication of grapes in Jundiá (Brazil). In: **WORLD CONGRESS OF VINE AND WINE**, 42, 2019, Geneva, Suíça. **Anais...** Geneva, Suíça: Organização Internacional da Uva e Vinho, 2019.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da indicação de procedência Vales da Uva Goethe. **Revista Gestão, Inovação e Tecnologia**, v. 2, p. 327-343, 2012.

VITROLLES, D. When geographical indication conflicts with food heritage protection. **Anthropology of Food**, v. 8, 2011.

YAGO, F. J. M. Redes y procesos de innovación turística en las comarcas vitivinícolas de la región de Murcia: las rutas del vino y sus consecuencias en la transformación del paisaje. **Revista de Estudios Andaluces**, n. 29, p. 83-104, 2012.