

DE TROCO A *SOUVENIR*: VALORIZAÇÃO DA BALA DE BANANA ENQUANTO PATRIMÔNIO E AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Alini Nunes de Oliveira ¹

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT)

Resumo

Como citar:

OLIVEIRA, A. N. de. De troco a *souvenir*: valorização da bala de banana enquanto patrimônio e as indicações geográficas. **Revista Geografia em Atos** (Online, v.5, ano 2021, p. 1-24, DOI: <https://doi.org/10.35416/geoatos.2021.8090>)

Recebido em: 2020-09-04

Devolvido para correções: 2021-01-31

Aceito em: 2021-02-04

Publicado em: 2021-04-14

A diferenciação da qualidade de produtos devido à sua origem, que remete tanto aos aspectos culturais quanto físicos dos territórios, tem despertado o interesse da população que apresenta hábitos alimentares mais atenciosos quanto aos aspectos nutricionais, culturais, ambientais etc. Um dos mecanismos de diferenciação são as indicações geográficas (IG), que possibilitam a valorização do produto num contexto mercadológico, legal e também que o valorize enquanto patrimônio de dado território. A presente pesquisa tem como objetivo investigar o processo de obtenção da IG Antonina para bala de banana, sobretudo no que se refere às possibilidades de valorização deste alimento como bem cultural que compõe o patrimônio cultural gastronômico do litoral do Paraná. Para isso, utilizou-se de pesquisa bibliográfica e documental, além de entrevista com uma produtora da região. A alimentação é um elemento sociocultural que permite conhecer os hábitos e costumes dos povos, além de ser base para produção e reprodução do patrimônio. Neste sentido, a bala de banana, por seu reconhecimento enquanto produto típico, também compõe o patrimônio regional e tem sido ainda mais valorizada durante o processo de obtenção da IG.

Palavras-chave: Indicação geográfica; Patrimônio cultural; Bala de banana; Litoral do Paraná

¹Turismóloga, geógrafa, mestra e doutora em Geografia. Pós-doutorado em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Docente dos cursos de bacharelado em Turismo e técnico em Eventos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso (IFMT), campus Cuiabá – Octayde Jorge da Silva.

E-mail: alini_oliveira@hotmail.com

Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0003-3279-5947>

FROM EXCHANGE TO SOUVENIR: VALUATION OF BANANA CANDIES AS HERITAGE AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Abstract

Origin is a source of product differentiation as it has an effect on the quality of products. This differentiation refers to the cultural and physical aspects of territories and has aroused interest in consumers who have specific nutritional, cultural and environmental habits, for example. One of the differentiation mechanisms is the geographical indication (GI), which allows the product to be attributed a value in different contexts (e.g. market, legal) as well as to be valued as an asset of a given territory. This research investigates the process of obtaining the “GI Antonina” for banana candies, especially with regard to the possibilities of valuing this food as a cultural asset that adds to the gastronomic cultural heritage of the coast of Paraná, in Southern Brazil. To do so, bibliographic and documentary research were used as methodological procedures, in addition to an interview with a regional manufacturer. Food is a sociocultural element that allows us to know social habits and customs and is one of the bases for producing and reproducing heritage. In this sense, the acknowledgment of the banana candy as a typical food contributes to the building of regional heritage, besides the fact that it has been even more valued during the process of obtaining the GI.

Keywords: Geographical indication; Cultural heritage; Banana Candy; Coast of Paraná

DE VUELTO A SOUVENIR: VALORACIÓN DE LOS CAMELOS DE PLÁTANO COMO PATRIMONIO Y LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Resumen

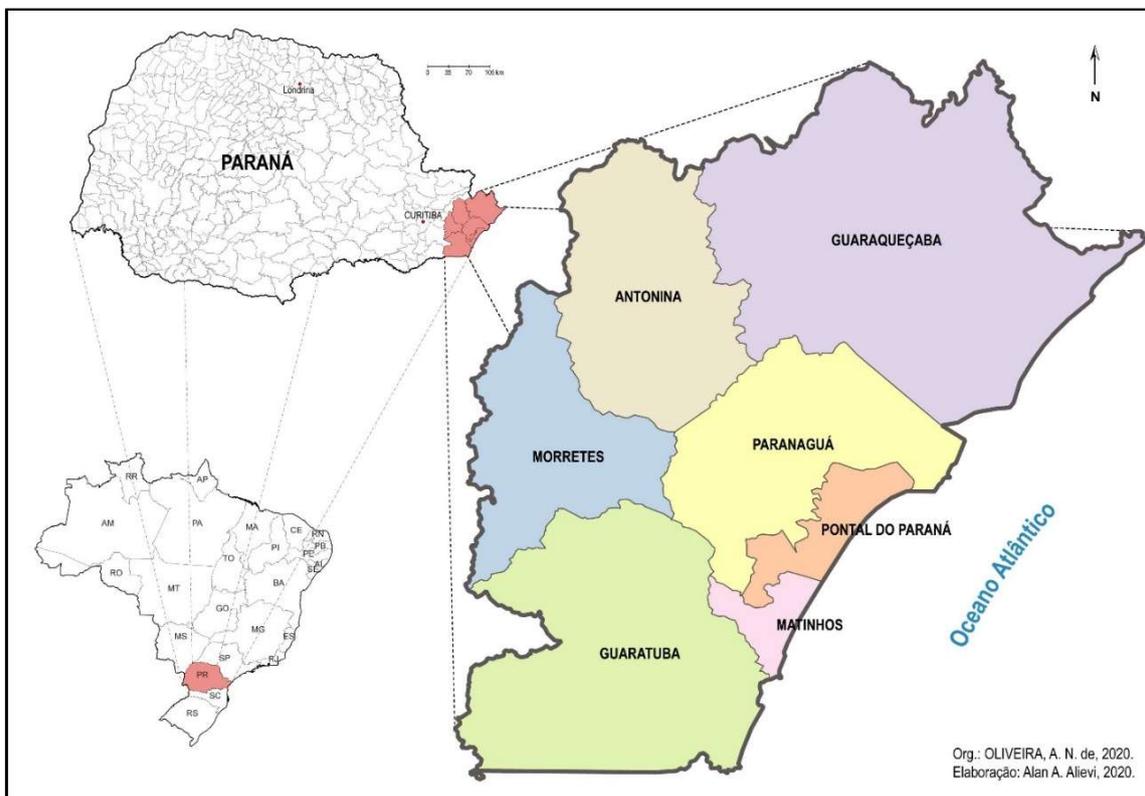
La diferenciación de la cualidad de productos en función de su origen, que se relaciona a los aspectos culturales y físicos de los territorios, tiene despertado el interés de la población que presenta hábitos alimentarios y vuelca su atención a los aspectos nutricionales, culturales, ambientales, etc. Uno de los mecanismos de diferenciación son las indicaciones geográficas (IG), que posibilitan la valoración del producto en un contexto mercadológico, legal y también que lo valore como patrimonio de un determinado territorio. Este trabajo tiene por objetivo investigar el proceso de obtención de la IG Antonina para caramelos de plátano, principalmente en lo que se refiere a las posibilidades de valoración de ese alimento como bien cultural que compone el patrimonio cultural gastronómico del litoral del Paraná. Para eso, se utilizó de investigación bibliográfica y documental, además de una entrevista con una productora de la región. La alimentación es un elemento sociocultural que permite conocer los hábitos y costumbres de los pueblos, además de ser base para producción y reproducción del patrimonio. En este sentido, el caramelo de plátano, por su reconocimiento como producto típico, también compone el patrimonio regional y tiene sido aún más valorado durante el proceso de obtención de la IG.

Palabras clave: Indicación geográfica; Patrimonio cultural; Caramelos de plátano; Litoral del Paraná

Introdução

O recorte espacial desta pesquisa compreende os municípios de Morretes e Antonina, localizados na porção leste do estado do Paraná, microrregião de Paranaguá, na região turística denominada Litoral do Paraná (Figura 1) (PARANÁ, 2020a).

Figura 1. Mapa de localização dos municípios do litoral do Paraná



Organização: Oliveira, 2020.

A região que compreende o litoral paranaense é um dos poucos remanescentes de Mata Atlântica existentes no país e um dos mais conservados. Por esta peculiaridade, que inclui imensa biodiversidade, em 1992, a Unesco reconheceu a região como Reserva da Biosfera da Mata Atlântica, em função de seu patrimônio ecológico (UNESCO, 2020). Em 1986 a região já havia sido contemplada com o título de Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural do Paraná, por meio do tombamento da Serra do Mar, conferido pela Secretaria de Estado da Cultura (PARANÁ, 2020b). De acordo com Denardin, Loureiro e Sulzbach (2008), no ano de 2006, o litoral do Paraná possuía 82,48% de seu território coberto por Unidades de Conservação e/ou áreas protegidas.

Além dos grupos indígenas que habitavam a região, esta já era frequentada desde 1554 por pessoas interessadas em suas riquezas, como o ouro encontrado onde hoje se localiza o município de Paranaguá e, na sequência, em outras áreas em que hoje se localiza Guaraqueçaba, Antonina e Morretes, nos séculos XVII e XVIII, assim como Guaratuba, que teve um povoado instalado também no século XVIII (WACHOWICZ, 2010).

A riqueza cultural da região advém, sobretudo, de seu próprio processo histórico, além das transformações ocorridas tanto em termos econômicos, quanto populacionais e ambientais. Hoje é possível encontrar nas paisagens destas cidades marcas da história do período colonial, como nas construções, nas fachadas, nas ruas de paralelepípedo, entre outras.

No que se refere ao patrimônio imaterial, o fandango caiçara é um ícone da cultura litorânea do Paraná e do litoral sul de São Paulo e patrimônio cultural imaterial brasileiro desde 2012 registrado pelo IPHAN. O fandango caiçara é uma expressão artística que apresenta particularidades na música, na dança, nos trajes, no uso dos instrumentos e se “[...] define em um conjunto de práticas que perpassam o trabalho, o divertimento, a religiosidade, a música e a dança, prestígios e rivalidades, saberes e fazeres. O Fandango Caiçara se classifica em batido e bailado ou valsado [...] (IPHAN, 2021, s/p)”. No entanto, a gastronomia também revela muitos aspectos da cultura regional e atrai visitantes de muitos lugares.

Pratos como o barreado (à base de carne desfiada acompanhado de farinha de mandioca e banana), a cambira (à base de peixe seco e defumado, acompanhado de banana-da-terra) e o arroz lambe-lambe (à base de arroz, mariscos - com as conchas -, alho, cebola, pimentão e temperos), produtos como a farinha de mandioca, a bala de banana, o chips de mandioca e de banana, a cachaça, a cataia (bebida à base de cachaça e folhas de cataia, uma planta nativa da Mata Atlântica), a “mãe cá fia” (junção de cachaça branca com melado de cana), o siri, o caranguejo, a ostra e os pescados (como robalo e tainha), são alguns exemplos da variedade gastronômica presente no litoral (GUZZO, 2020) e que são, inclusive, atrativos para que turistas busquem visitar os municípios litorâneos para degustar estas iguarias e também consumi-las como souvenir (KOVALESKI, 2018), ou seja, uma lembrança do lugar visitado que, geralmente, remete-se à cultura local. Estes elementos representam a cultura caiçara, com a riqueza advinda da relação com o mar, a terra e as matas. Alguns destes, inclusive, estão em processo de obtenção de registro como indicação geográfica (IG), por sua notoriedade e reputação quanto a produtos ligados a este território, como é o caso da

bala de banana, objeto do presente estudo. Reconhecendo as aproximações entre patrimônio e indicações geográficas, a presente pesquisa tem como objetivo investigar o processo de obtenção da IG bala de banana, sobretudo no que se refere às possibilidades de valorização deste alimento como bem cultural que compõe o patrimônio cultural gastronômico do litoral do Paraná. Este trabalho é parte de uma pesquisa desenvolvida durante o estágio pós-doutoral em Turismo na Universidade Federal do Paraná (UFPR).

A presente pesquisa é de caráter exploratório e de abordagem qualitativa (GIL, 2008) e, como procedimentos metodológicos, utilizou-se de pesquisa bibliográfica (que contemplou livros, dissertações, teses e artigos científicos publicados em periódicos e anais de eventos) e documental (a partir de sites institucionais, base de dados do INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial, relatórios e outros documentos oficiais, reportagens de jornais etc.). Como forma de obter informações específicas a respeito da história e produção da bala de banana e a obtenção do registro como IG, foi realizada uma entrevista com a proprietária de uma das agroindústrias localizadas em Antonina que tem como carro-chefe a produção da bala de banana e que está à frente da Associação dos Produtores de Bala de Banana de Antonina e Morretes (APROBAM), cuja representatividade frente a todo o processo de busca pelo reconhecimento do produto justifica sua escolha como informante.

Patrimônio gastronômico e indicações geográficas

O saber-fazer e as práticas relacionadas à gastronomia constituem-se como elementos do patrimônio imaterial e há um receio quanto à extinção de práticas culinárias tradicionais, diante de uma “globalização do gosto alimentar” (GIMENES-MINASSE, 2013).

A cultura de massa a que estamos submersos, muitas vezes, padroniza os hábitos de consumo, tanto material quanto simbólico. No âmbito da alimentação, estamos rodeados de produtos alimentares padronizados, de pouca qualidade nutricional e organoléptica, vazios de sentido identitário e que pouco nos acrescentam para além da saciedade fisiológica. A acirrada disputa no mercado internacional pela atenção dos consumidores, para obter produtos com valores mais competitivos e diante das normas e restrições sanitárias têm estimulado a homogeneização da produção alimentícia em inúmeros países, resultando numa concorrência, considerada por muitos, desleal frente aos pequenos produtores.

Neste contexto, surgem grupos de pessoas interessadas em produzir e consumir diferente, ligadas às questões de qualidade do produto, mas também das relações de trabalho, das relações com o meio ambiente, dos atributos culturais etc. Movimentos como *Slow Food*¹, *Fair Trade*², Locavorismo³, sistemas de produção de base ecológica⁴, entre outros, buscam novas formas de consumo, de certo modo mais justas, mais críticas, conscientes e saudáveis, repensando também as relações entre rural e urbano. O mercado mundial de alimentos está em constantes transformações, sobretudo a partir das crises alimentares na Europa no início da década de 1990 (doenças, uso abusivo de agroquímicos, problemas sanitários etc.), com repercussão em todo o mundo (ALTMANN, 2005). As discussões acerca de novos hábitos alimentares – hábitos de consumo de maneira geral - podem ser compreendidas por meio destes movimentos e formas alternativas de produzir e se relacionar com os alimentos.

Acrescenta-se, como defendido por Poulain (2004), que os movimentos de patrimonialização alimentar surgem diante de um cenário de transformação das práticas alimentares em que, em muitos casos, teme-se a perda de sua identidade.

Ela consiste numa transformação das representações associadas ao espaço social alimentar e coloca os produtos alimentares (quer sejam ou não elaborados), os objetos e as habilidades utilizadas em sua produção, em sua transformação, em sua conservação e em seu consumo, assim como os códigos sociais, ‘os modos de cozinha’, ou ‘os modos de comer e beber’ – [...] como objetos culturais portadores de uma parte da história e da identidade de um grupo social (POULAIN, 2004, p. 37).

Como qualquer esquema de patrimonialização, é importante salientar que sendo o patrimônio uma construção social e a cultura dinâmica, qualquer sistema cultural está sujeito a um contínuo processo de modificação, sendo algumas vezes de forma mais brusca e rápida, e em outras a mudança pode ser mais lenta (LARAIA, 2009). Isso 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.

Ao mesmo tempo em que a globalização da economia e a abertura de mercados permite a expansão das relações comerciais, este movimento pode conduzir paradoxalmente ao reconhecimento da dimensão patrimonial e da especificidade de produtos alimentares

¹ Cf. SLOW, 2020.

² Cf. ALMEIDA, 2005.

³ Cf. AZEVEDO, 2015.

⁴ Cf. LOPES; LOPES, 2011.

ligados a territórios específicos. A demanda por produtos alimentares tradicionais, que envolvam e conectem produtores e consumidores, tem aumentado nos últimos anos. Esta é uma realidade não apenas no Brasil, mas também em outros países. A exemplo da pesquisa realizada por Cerjak, Brunner e Tomic (2014) que aborda as motivações dos consumidores austríacos e croatas em adquirir produtos alimentares tradicionais, segundo os autores, o que os consumidores mais mencionaram ao tratar destes alimentos se referem ao patrimônio, à memória, à maneira como são elaborados artesanalmente e, além de valorizarem a saúde e aspectos ecológicos, também sabem que este tipo de produto é uma forma de apoio aos agricultores locais. Resultado similar foi apresentado na pesquisa realizada por Teuber (2009) sobre as expectativas de consumidores alemães a respeito do vinho de maçã Hessian, um produto tradicional que é considerado parte integrante do patrimônio da região de Hesse. Neste caso, os consumidores responderam que a autenticidade do produto e o suporte à economia local são fatores que os fazem consumir produtos tradicionais.

A diversidade agroalimentar brasileira, as práticas e o saber-fazer inerentes aos sistemas em que estes alimentos estão incluídos é a base onde se produz e se reproduz o patrimônio cultural imaterial, e contém em si muitas características dos territórios em que são produzidos, ou seja, foco do sistema de indicações geográficas.

A diferenciação da qualidade de produtos devido à sua origem remonta aos tempos bíblicos, como os vinhos de En-Gedi e o cedro do Líbano. Na Grécia antiga, relatos que remontam ao século IV a.C., mencionam produtos como os vinhos de Corinto, de Ícaro e de Rodhes, o mel da Sicília, as amêndoas de Naxos e o mármore de Paros, enquanto que na Roma antiga, as ostras de Brindisi, as tâmaras do Egito, o presunto de Gália, o mármore de Carrara e o vinho de Falerne, eram produtos também reconhecidos por sua origem (BERTOZZI, 1995; GURGEL, 2004; MEDEIROS, 2015).

Na Europa, o reconhecimento da origem e qualidade dos produtos precisou ser formalizado, dentre outros motivos, devido às falsificações que passaram a ocorrer após a fama destes produtos no mercado, que possuíam maior valor agregado. Com a tradição europeia de valorização de produtos com origem reconhecida, outros países passaram também ter iniciativas para assegurar a proteção de seus produtos e valorizar o território como México, Peru, Bolívia, Índia, China etc.

No Brasil, cria-se em 1996 as IG, regulamentada pela Lei de Propriedade Intelectual, lei nº9.279 instituída em 14 de maio de 1996, que estão dentro dos gêneros de

propriedade intelectual como sinais distintivos, onde o INPI é a entidade responsável por executar as normas que regulam a Propriedade Industrial no Brasil. 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 geográfica” (SEBRAE, 2019, p. 6). Nesta lei fica mais clara a distinção do gênero indicações geográficas em duas espécies: indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO). De acordo com os artigos 177 e 178 desta lei:

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

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 2020, s/p).

Além dos processos de salvaguarda como tombamento, registro e inventário, outros meios têm sido empregados para proteção e valorização de bens culturais. Em um contexto de produtos agroalimentares, Dias (2005) 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.

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. Devido a riqueza agroalimentar presente no Brasil, vários produtos se diferenciam por sua qualidade ou reputação a que são reconhecidos, 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)”.

Como salientam Cerdan (2009) e Velloso (2008), 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. Vale ressaltar que 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).

A bala de banana do litoral do Paraná

Fruta mais consumida no Brasil (CORDEIRO et al., 2014), a banana, além de ser consumida *in natura*, é ingrediente utilizado em inúmeros pratos doces e salgados. Segundo dados de 2018, o Brasil é o quarto maior produtor de banana do mundo e segundo em área cultivada (EMBRAPA, 2020a). O Paraná, em 2018, esteve 11^a locação no país em volume de

produção, com cerca de 190 mil toneladas, ou 2% da produção nacional (EMBRAPA, 2020c).

Embora o turismo seja uma atividade econômica de destaque no litoral do Paraná, a agricultura também é uma importante fonte de renda para parte da população e, neste setor, a bananicultura se destaca, assim como arroz, mandioca e palmito pupunha (SILVA et al., 2017). Os sete municípios do litoral do Paraná, em conjunto, produziram em 2018 cerca de 97 mil toneladas de banana em uma área cultivada de 3.697 hectares (ou aproximadamente 51% da produção do estado), com destaque para o município de Guaratuba (maior produtor do Paraná), que perfaz 79% da produção total do litoral e Guaraqueçaba com 11% da produção (EMBRAPA, 2020b). A diferença nos sistemas produtivos que se apresentam nestes dois municípios (litoral norte e litoral sul, respectivamente), é que em Guaratuba são mais intensivos e no caso de Guaraqueçaba, são pouco desenvolvidos. Segundo Miranda et al. (2020, p. 2), “As restrições à produção dentro dos padrões convencionais na região do litoral norte, considerando-se as limitações de recursos dos agricultores, a fragilidade dos recursos naturais e a legislação ambiental, apontam como alternativa a busca de mercados diferenciados [...]”.

A maior parte da comercialização da banana produzida no litoral é feita *in natura* e, pela maior parte da produção de banana estar em Guaratuba, próxima de áreas de preservação ambiental, as técnicas aplicadas no sistema produtivo precisam ser mais saudáveis, além da qualidade cada vez mais exigida pelo mercado consumidor (KIIL, 2018). No entanto, Silva et al. (2017) alertam que foi identificada a presença de pesticidas em diversas matrizes no litoral paranaense e que é necessário um olhar atento à aplicação destes defensivos agrícolas, já que a região como um todo apresenta inúmeras áreas de preservação ambiental e uma rede hídrica que, ao ser contaminada, põe em risco não só a potabilidade da água, mas também a qualidade dos pescados e dos alimentos produzidos na região. Como forma de ampliar o uso da produção e evitar o desperdício, além das negociações com os supermercados, segundo Kiil (2018) os produtores de banana de Guaratuba vendem as frutas para fábricas de Santa Catarina: uma delas produz polpas que são exportadas para o Japão e a outra produz alimentos para o mercado interno. Além disso, parte da produção que seria descartada também é vendida para zoológicos. Segundo Godoy et al. (2009), a principal forma de evitar o desperdício da fruta poderia ser seu processamento na transformação em sucos, purê, farinhas, flocos etc., assim como produção de doces, como balas, doces de corte,

doces cremosos. No caso do litoral do Paraná, a banana também é utilizada para a fabricação de chips e cachaça, produtos típicos da região comercializados principalmente nas feiras de rua de Morretes. No entanto, a bala é o principal produto à base de banana fabricado regionalmente.

[...] as informações sobre a produção [*de bala de banana, grifo nosso*] existentes são imprecisas e é desconhecido o volume da produção gerado por mais de 20 agroindústrias artesanais individuais, 6 unidades comunitárias, sendo estimado que mais de 200 famílias estejam envolvidas [...]. Também é estimado que os municípios de Morretes e Antonina sejam responsáveis por cerca de 90% de toda a produção regional (ANACLETO et al., 2008, apud CORDEIRO et al., 2014, p. 350).

Embora os dados não sejam recentes, é possível ter uma ideia da importância que a fabricação e comercialização das balas de banana apresenta na região litorânea. Em 2012, Cordeiro et al. (2014) realizaram uma pesquisa para caracterizar o perfil do consumidor de bala de banana produzida nas agroindústrias do litoral do Paraná. Na época, segundo os autores, Morretes era o município do litoral que apresentava maior número de agroindústrias produtoras de bala de banana, por isso foi escolhido como *locus* da pesquisa empírica.

Com abordagem em locais públicos e nas feiras de rua da cidade, com cerca de 200 respondentes, alguns resultados são interessantes: a maioria dos respondentes conheceu a bala de banana por intermédio de familiares e amigos (49,5% e 28%, respectivamente), 98,5% recomendariam o produto para outras pessoas, a bala de banana é consumida em diferentes momentos, sendo nos intervalos das refeições e como sobremesa (54% e 37% respectivamente) os mais indicados. Segundo os dados levantados, “25,5% dos respondentes associam a bala de banana a um alimento saudável e 20% a consideram mais saudável que outros doces [...] e 47,5% considera um produto natural” (CORDEIRO et al., 2014, p. 353).

A partir do momento que o consumidor conhece o processo de fabricação dos produtos, pode ter informações suficientes para escolher alimentos mais saudáveis em detrimento de outros, como é o caso da bala de banana. Inclusive uma das agroindústrias de bala de banana localizada em Antonina usa a informação como divulgação de que “sua produção 100% natural, sem uso de conservantes ou aditivos químicos” e “Deliciosamente natural” (BALA, 2020, s/p). Outro dado relevante é que “[...] entre os respondentes 88,5% considera a bala de banana um produto típico da cidade de Morretes e 70,5% todas as vezes que vem visitar a cidade, costumam comprar a bala de banana” (CORDEIRO et al., 2014, p. 353).

Devido às condições de calor e umidade que propiciam um tipo de banana mais adocicado nesta região, a bala de banana tem uma história no litoral paranaense de mais de 40 anos e hoje é conhecida nacionalmente. Além do destaque pela qualidade do produto e por compor o projeto de indicação geográfica do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), a partir de agosto de 2020 uma das agroindústrias localizada em Antonina iniciou sua participação em uma campanha da empresa aérea Gol que tem como proposta valorizar a cultura brasileira e dar visibilidade e fortalecer pequenos produtores de diferentes regiões do país sobretudo devido ao cenário de pandemia mundial de Covid-19 que afetou de diferentes formas pessoas e empresas, disponibilizando um canal de vendas online dos produtos e divulgando gratuitamente em suas mídias sociais (GOL, 2020). Dentre inúmeros produtores selecionados, esta agroindústria foi escolhida para compor este grupo de produtores e representar o Paraná.

A indicação geográfica “Antonina: bala de banana”

O Sebrae tem papel fundamental no desenvolvimento das IG no Brasil, em parcerias com instituições como Emater, Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), Embrapa, universidades públicas e privadas, associações e outras entidades técnicas e da sociedade civil organizada. Em 2013, com base na experiência adquirida durante o processo de registro da IP Norte Pioneiro do Paraná para cafés especiais concedido em 2012 (que foi a primeira IG no Paraná), o Sebrae/PR, em parceria com o Sebrae Nacional, realizou um diagnóstico e levantou 35 potencialidades para IG de diferentes produtos e territórios no Paraná. Destes, foram escolhidos 10 que se tornaram projetos vinculados ao Programa de Desenvolvimento das Indicações Geográficas do Paraná que teve início em 2014 (CLAUDINO, 2019), dentre eles os quatro produtos do litoral do Paraná: bala de banana, cachaça, farinha de mandioca e serviço gastronômico do barreado.

Como forma de aprofundar os estudos sobre a produção da bala de banana na região e o processo de obtenção da IG foi realizada uma entrevista com a proprietária de uma das agroindústrias localizadas em Antonina que tem como carro-chefe a produção da bala de banana e que está à frente da Associação dos Produtores de Bala de Banana de Antonina e Morretes (APROBAM).

A entrevistada conta que está à frente da empresa (hoje junto com sua filha), desde 1986, quando terminou seus estudos em Curitiba e, a convite do pai, se mudou para Antonina para auxiliar na administração da fábrica. No entanto, a história da família na cidade começou muito antes, em 1972, quando seu pai, “seu” Miro, se mudou para Antonina para trabalhar em uma empresa de palmitos em conserva.

Ela conta que fizeram uma pesquisa a respeito da origem da bala de banana e descobriram que havia um homem em Guarapuava, Paraná, chamado Edmundo Andretta, que era representante comercial de doces. Por onde ele passava para oferecer seus produtos, os clientes comentavam que queriam uma bala diferente, tipo a que era comercializada em Santa Catarina. Como Antonina sempre teve muita plantação de banana, ele e seu irmão João Andretta foram para o município em 1974 para fabricar a bala que os clientes queriam (SEBRAE, 2020c). No entanto, devido aos recursos escassos, a fábrica só começou a funcionar em 1982. A entrevistada conta que a história da bala de banana em Antonina tem outra figura importante que em 1979 criou uma outra fábrica, Balas Antonina, fundada por João Soter Corrêa e seu filho José Carlos Corrêa. Inicialmente as atividades eram voltadas para a produção de palmito em conserva, mas com o destaque da bananicultura na região, os proprietários viram-na como uma oportunidade de negócio (BALA, 2020).

Em 1982 a fábrica de bala de banana do sr. Edmundo é inaugurada com o nome de Balas Pilar. Em 1986, esta fábrica é vendida à Luis Chemin e seu sócio Antonio Olmir Mendes (“seu” Miro), ou seja, a família da entrevistada não criou a bala de banana, mas sim, deu continuidade ao projeto da família anterior. Em 1987 a fábrica é comprada por “seu” Miro e outro sócio, Zung Sui Shen, que altera o nome da fábrica para Balas Polar. A partir de 1990 “seu” Miro passa a administrar integralmente a fábrica, após o falecimento do sócio até em 1995, quando veio a falecer e a entrevistada passou a administrar o negócio familiar. Em 2016, o nome a bala passa a se chamar Bananina, como resultado de uma estratégia de vendas.

A bala de banana Antonina (conhecida por “aquela do papelzinho verde”) e a Bananina (a “laranjinha”) são as principais fábricas de bala de banana do litoral paranaense e, juntas, produzem mais de 20 toneladas de bala por mês. Embora a fama da bala de banana nos últimos anos tenha sido atribuída por sua localização em Antonina, Morretes também é um grande produtor e tem a comercialização delas principalmente nas feiras de rua aos fins de semana. Segundo a entrevistada, a partir de um levantamento prévio, a produção artesanal

de bala de banana em Morretes deve envolver cerca de oito fábricas e em Antonina ela desconhece se existe outras com fabricação artesanal além de sua fábrica e da bala Antonina. A entrevistada também reforça que, de acordo com o propósito das empresas, é necessário que a matéria-prima (banana nanica) seja provinda dos municípios do litoral do Paraná (sobretudo da região de Serra Negra e Tagaçaba em Guaraqueçaba, Morretes e Guaratuba) – sendo permitido o uso de banana de outras regiões apenas se comprovada a escassez regional, inclusive esta norma faz parte do caderno de especificações técnicas (CET), elaborado pelo Sebrae em conjunto com os produtores de bala de banana, que detêm o conhecimento e o saber-fazer.

As duas fábricas de Antonina mantêm a tradição de família na produção da bala de banana de forma artesanal (sem adição de conservantes ou qualquer aditivo químico), inclusive alguns maquinários continuam em funcionamento, utilizando-se do mesmo papel *craft* para a embalagem das balas uma a uma (o que no início era feito manualmente, com o passar do tempo passou-se a utilizar uma máquina). O processo artesanal de fabricação da bala, de acordo com o CET é (INPI, 2019): utiliza-se a banana in natura que, quando madura, é descascada e levada ao cozimento em tachos de inox por aproximadamente duas horas. A massa resultante do cozimento recebe açúcar cristal e, dependendo da indústria, adiciona-se glucose de milho. Quando atinge o ponto (esta característica vai de acordo com o saber-fazer de cada doceiro), a massa é retirada dos tachos, esticada ainda quente em uma mesa e cortada em placas. Depois que a massa descansa por 24 horas, é passada por um cilindro até atingir a espessura necessária para o corte em quadrados de 2 centímetros, feito em uma máquina, para depois serem passadas em açúcar cristal e embaladas individualmente.

Como forma de diversificar a produção de balas, a entrevistada comenta que passaram a adicionar sabores naturais, primeiro com gengibre, depois foram surgindo outros, com canela, goiaba, amendoim, abacaxi, coco, pimenta. Além da bala de banana, que é o carro-chefe, a agroindústria também fabrica bananada cascão, banana passa e doce de banana (BANANINA, 2020). Como forma de permitir que as pessoas conheçam o processo de produção da bala, em 2019 a empresa abriu suas portas para visitação aos fins de semana e, atendeu em média, 500 turistas por dia (AGÊNCIA, 2020).

A entrevistada conta que a iniciativa de registrar a bala de banana como IG surgiu em 2014 quando estavam concluindo uma série de cursos com o Sebrae (como manipula o de alimentos) e, terminando este período, em 2015 receberam o convite por parte do Sebrae

para que pudesse registrar a bala de banana como uma das IG, junto com as demais do litoral (cachaça, farinha de mandioca e serviço gastronômico do barreado).

O principal propósito para o registro, segundo a entrevistada, é que a bala de banana já é reconhecida como uma produção de Antonina e, com o convite do Sebrae, poderia resguardar os direitos como autores desse produto. Assim como no caso das outras IG, neste período houve o protagonismo do Sebrae e da Adetur Litoral (instância de governança do turismo regional) em todo o processo. Segundo a entrevistada, por enquanto a prefeitura municipal não tem participação ativa no processo, a não ser no início quando começaram a fazer o histórico da bala de banana e utilizaram o acervo público municipal para acesso a informações da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.

Após o primeiro pedido de registro no INPI ter sido indeferido em fevereiro de 2019, as duas principais fábricas de bala de banana, já mencionadas, por exigência da nova instrução normativa do INPI, a IN nº 095 de 28 de dezembro de 2018 (INPI, 2020), com consultoria do Sebrae, criaram a APROBAM e deram entrada em novo processo junto ao INPI em setembro de 2019. Até o momento, apenas as duas fábricas estão como membros, a Antonina e a Bananina, pois uma das exigências do CET para que os produtores possam ter o registro como IG é que a bala tenha várias características, sendo uma delas que seja embrulhada em papel *craft* e, por enquanto, nessa região apenas as duas cumprem esta exigência. A entrevistada explica que futuramente, a intenção da associação é buscar mais empresas que tenham interesse para que elas possam cumprir todas as etapas e fazer parte deste movimento, não só produtores de bala de banana, mas de toda a cadeia produtiva, como outros produtos à base de banana e os próprios bananicultores. Em 29 de dezembro de 2020, após ajustes solicitados pelo INPI, foi concedido o registro como IP Antonina para a bala de banana (INPI, 2021).

Quando questionada se considera que houve agregação de valor ao produto durante o processo de preparação para o registro como IG, a entrevistada comenta que desde o momento do convite feito pelo Sebrae até agora houve sim agregação de valor aos produtos. Os produtores foram convidados a apresentar seus produtos em diversas feiras, eventos gastronômicos e turísticos, houve bastante propaganda, tanto pela Agência de Notícias do Estado quanto de outros jornais e algumas rádios, com vários momentos em que os produtos ganharam notoriedade e uma apresentação para o público de várias formas (como feiras regionais em Curitiba, São Paulo etc.).

Ao tecer uma comparação entre o antes e o depois da preparação para o registro da IG, a entrevistada explica que em todos os aspectos foi positivo para que, desde o processo produtivo até as estratégias de marketing, fossem revistas e melhoradas:

Onde o Sebrae atua, de alguma forma, contribui para a valorização do produto da empresa. Então a mudança desde que começou veio para nos ajudar a dar uma cara diferente para a empresa/produto, em todos os sentidos, desde o manual de boas práticas, manipulação de alimentos, comprovação de qualidade do produto, cuidados com as embalagens, a arte das embalagens, consultoria financeira etc. Houve muitas mudanças dentro da empresa e nos ajudou a construir uma empresa melhor, para quando chegar o selo, a empresa estar em uma excelência de qualidade. Dentro desse programa a gente foi aprendendo a melhorar. Crescemos nesse processo todo, mas é um reconhecimento de algo que já existia! Mas se vamos apresentar um produto com um selo, este produto tem que ser nota dez.

Quando questionada se acredita que a IG pode conservar, proteger e valorizar o saber-fazer, as técnicas, as manifestações culturais envolvidas na fabricação da bala de banana, a entrevistada explica que:

A partir do momento que for aprovado o registro, o reconhecimento do produto como típico de uma região vai valorizar o saber-fazer, as técnicas e todos os conceitos que elencamos no caderno de especificações técnicas. É uma forma de perpetuar este conhecimento para as próximas gerações e também para que outras fábricas também possam se adequar para fazer parte junto conosco.

A satisfação em compartilhar com as pessoas um produto com significado de afeto, de produção familiar, pode ser percebido na fala da entrevistada ao abordar o valor que espera que a bala de banana tenha na vida das pessoas, assim como o sentimento de pertencer a esta cultura:

Há um estímulo grande para o sentimento de pertencimento, por fazer parte de um contexto histórico de um produto, tanto os colaboradores, como os próprios consumidores, sentem que o produto passa a ser mais valorizado. Fazer parte desta história é muito bom. Há um tempo atrás, a bala não tinha essa notoriedade toda, e mesmo sem IG ela passou a ter um conceito diferente, a ser valorizada não como simplesmente uma bala, mas um produto que mostra por trás dele toda uma cultura e famílias que apostaram em um produto na região. Exemplos como o café do Cerrado e queijo da Canastra valorizaram o lugar, quando existe um pertencimento de uma população, sabendo que tem um produto que está valorizado lá fora de forma diferente, tanto colaboradores quanto as pessoas que estão envolvidas em todo um processo sentem orgulho do que tem para mostrar. É muito legal a gente acreditar num sonho, acreditar num produto e em cima dele fazer o marketing. Nossa empresa fez alguns

souvenirs envolvendo a marca da bala de banana e é gostoso perceber que aos poucos está sendo valorizada. A gente consegue com esse produto agradar a várias classes sociais, várias faixas etárias. Quem ganha, quem recebe como presente gosta bastante. Temos pessoas de outros estados que tem interesse em levar como presente para alguém. Você faz o teu produto, gosta do que faz, gosta de fazer parte do processo de produção e descobre que esse produto chega na casa de alguém que está bem longe daqui e essa pessoa fica encantada em receber esse presente. Então essa é a valorização, é a prova de que estamos no caminho certo, fazendo algo para criar um sentimento bom em alguém, quem compra um pacote de bala pra dar de presente, já sabe o sentimento da pessoa presenteada. E tudo isso com um pacote de bala que a gente produz! Para quê mais valor do que isso? A gente se sente super valorizado.

Quanto às perspectivas e o que espera após o registro concedido, a entrevistada comenta que, com o reconhecimento, vem um faturamento maior, produção maior, mais vendas, no entanto, há outros benefícios que são mais importantes:

Mas tem uma coisa muito importante, que não é só o preço, mas sim a valorização de um produto. Não um produto caro, mas um produto valorizado, cobrando realmente o que ele vale, porque ele vale uma história, vale uma cultura, os sonhos de uma família que apostou em um negócio. A bala deixa de ser um produto que é troco, moeda num supermercado, e passa a ser valorizado como um doce típico de uma região, como os doces de Pelotas, e que esteja em todo o Paraná. Assim como uma cuia de chimarrão é o símbolo do Rio Grande do Sul, a bala de banana pode ser um símbolo do estado do Paraná, onde nos restaurantes de qualquer classe você tenha uma balinha de banana após a refeição, ou ter os pacotes para serem vendidos como *souvenir*. É realmente o reconhecimento do produto. Espera-se também o desenvolvimento de outros produtos à base de bala de banana, serviços agregados ao município que são criados e onde nosso produto pode estar presente.

Salienta-se o fato de a entrevistada ter comentado sobre os doces de Pelotas, pois é a IG concedida que mais se aproxima da tipologia da bala de banana. A IG Pelotas para doces finos tradicionais e de confeitaria foi registrado como IP em 2011, registro concedido para a fabricação de 14 doces. Sua tradição remonta a década de 1860, com a estreita ligação entre Portugal e o Brasil, quando imigrantes europeus que se estabeleceram na região trouxeram receitas de doces finos de confeitaria, à base de ovos e açúcar, como bem casado, quindim, ninho, camafeu, pastel de Santa Clara, papo de anjo etc. Os doces de frutas, também tradicionais no município, advém de conhecimentos dos imigrantes alemães, como os doces cristalizados de frutas (SEBRAE, 2020). A região de Pelotas apresenta mais de cem doceiras que atuam de maneira formalizada e informais também, no entanto, ainda são poucas as

empresas que possuem certificação como IP (ALMEIDA, 2014). No município, inclusive, é celebrado o Festival Nacional do Doce (Fenadoce) desde 1986. Este festival é um evento gastronômico que busca colocar o município em evidência para recepção de turistas e também como forma de promover a cultura doceira para o Brasil e o exterior (FENADOCE, 2020). Vale ressaltar também que as tradições doceiras da região de Pelotas e antiga Pelotas foram registradas como patrimônio cultural brasileiro no Livro dos Saberes em 2018.

Almeida (2014) teve como objeto de estudo os doces de Pelotas e investigou qual a percepção dos agentes locais que receberam o registro como IP. A autora ressalta que a IP foi importante como forma de diferenciação no mercado e como forma de garantir a proteção contra imitações, como preconiza os objetivos do INPI. Além disso, a IP é percebida “como um aparato ao resgate histórico-cultural da herança dos doces tradicionais” e também como “um selo de garantia de qualidade” (ALMEIDA, 2014, p. 73).

Oliveira e Oliveira (2013) em seu estudo sobre os possíveis benefícios obtidos a partir do registro dos doces de Pelotas como IP, ao entrevistar alguns produtores, as autoras relatam que o orgulho em ter um doce como um produto certificado, fazer parte da história da cidade e contribuir para que ela seja reconhecida, a valorização das empresas, o fortalecimento do mercado e o trabalho em conjunto foram algumas indicações dos aspectos positivos da IG. Segundo as pesquisadoras, o aumento da demanda pelos doces de Pelotas aconteceu principalmente pelo consumo por parte dos turistas, no entanto, concluem que é necessário ter maior divulgação dos produtos enquanto IG e também a vinculação do produto a campanhas de promoção turística do município.

Embora sem uma bibliografia diversificada sobre as balas de banana, inclusive sobre seu histórico registrado, o que pode-se concluir a partir dos depoimentos da entrevistada é que no caso da bala de banana, embora sua história seja mais recente se comparado à cachaça morretiana, ao barreado ou à farinha de mandioca, já é visível o reconhecimento do litoral do Paraná, sobretudo Antonina e Morretes, como o território de produção deste doce que é consumido não apenas como um atributo alimentício, mas também como um souvenir gastronômico, de afeto, de um bem cultural consumível por residentes e por turistas. Segundo Kovalski (2018), a bala de banana, assim como cachaça, farinha de mandioca, batata, banana e aipim chips, são os principais produtos vistos em estabelecimentos comerciais, sobretudo nas feiras de rua, na cidade de Morretes, *lôcus* de sua pesquisa e destino turístico já consolidado, sobretudo quando se trata de gastronomia. Importante mencionar a

pesquisa realizada por Varenhold, Goes e Medeiros (2019) a respeito do consumo de produtos gastronômicos do litoral pelos turistas, sobretudo os que estão pleiteando as IG. No caso da bala de banana, dos 188 respondentes, 146 já compraram e comprariam novamente, 82 mencionaram que o produto mais consumido (dentre os quatro pleiteando a IG) foi a bala de banana e 41 entrevistados responderam que a bala de banana é comprada para consumo próprio, além dos que mencionaram que a compram para presentear. Segundo os autores “Esse fato pode ter relação com a adequação dos produtos como souvenirs gastronômicos” (p. 49).

Também se observou que a principal preocupação em registrar a bala de banana como IG foi no sentido de valorização do produto em si, deixando de ser “troco”, como mencionado pela entrevistada, passando cada vez mais a ser consumido como uma guloseima ou mesmo como um souvenir, uma lembrança de viagem que agrada a muitos paladares e que remete à cultura de determinada região, neste caso, o litoral do Paraná.

Considerações Finais

A valorização de produtos alimentares como patrimônio evidencia que a comida tem funções muito mais complexas do que apenas suprir a demanda fisiológica. A alimentação é um elemento sociocultural que permite conhecer os hábitos e costumes de povos e nações, além de ser base para produção e reprodução do patrimônio.

Neste sentido, o litoral do Paraná apresenta uma rica diversidade de produtos alimentares que representam as características territoriais particulares e que, em alguns casos, já é bastante reconhecida e apreciada por visitantes, além de fazer parte da alimentação da população residente, caiçara ou não. A bala de banana, enquanto produto típico de Antonina e Morretes, é comercializada tanto para consumo próprio quanto como souvenir, que representa o afeto com o qual é produzida e traz consigo traços da identidade local.

O reconhecimento da bala de banana como IG é uma maneira de formalizar o quanto estes territórios são reconhecidos como lócus deste produto e uma forma de ampliar o mercado consumidor, as qualidades inerentes ao produto e também sua valorização enquanto patrimônio regional. Após o estudo referente às quatro IG do litoral do Paraná e, na presente pesquisa, o caso da bala de banana, é possível observar que, embora existam outras formas de se valorizar os produtos alimentares no que se refere aos aspectos

monetários e culturais, o sistema de IG pode tornar possível conciliar os benefícios legais, econômicos, culturais e ambientais.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES), sob supervisão da professora Dra. Silvana do Rocio de Souza durante o estágio pós-doutoral realizado entre junho de 2019 e maio de 2020.

Referências

- AGÊNCIA de notícias do Paraná. **Balas de banana e cachaça valorizam cidades históricas do Litoral**, 25 fev. 2020. Disponível em: www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=105825&tit=Balas-de-banana-e-cachaca-valorizam-cidades-historicas-do-Litoral. Acesso em: 14 maio 2020.
- ALMEIDA, F. S de. Comércio ético e solidário: mercado livre e desenvolvimento na prática. 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. 205-232.
- ALMEIDA, S. C. **Percepção dos agentes locais na adoção da certificação de indicação geográfica: o caso dos doces de Pelotas**. 2014. Dissertação (Mestrado em Economia e Desenvolvimento) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.
- 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.
- AZEVEDO, E. de. O ativismo alimentar na perspectiva do locavorismo. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 81-98, jul./set. 2015.
- BALA de banana Antonina. Disponível em: www.balasantonina.com.br. Acesso em: 21 maio 2020.
- BANANINA. Disponível em: www.industriafloresta.com.br . Acesso em: 21 maio 2020.
- BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, n. 3, p.143-147, 1995.
- BRASIL. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Presidência da República, [1996]. Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm . Acesso em: 13 abr. 2020.

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.

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.

CERJAK, M.; BRUNNER, R. H. F.; TOMIC, M. What motivates consumers to buy traditional food products? Evidence from Croatia and Austria using word association and laddering interviews. **British Food Journal**, v. 116, n. 11, p. 1726-1747, 2014.

CLAUDINO, A. O que é o Origens Paraná? **Comunidade Sebrae**, 3 jul. 2019. Disponível em: <https://comunidadesebrae.com.br/origensparana/o-que-e-o-origens-parana> . Acesso em: 11 maio 2020.

CORDEIRO, C. C. N.; DERETTI, S.; ANACLETO, A.; VELLOZO, E. Comercialização de bala de banana no litoral do Paraná. **Revista Brasileira de Produtos Agroindustriais**, Campina Grande, v.16, n. 4, p. 349-357, 2014.

DENARDIN, V. F.; LOUREIRO, W.; SULZBACH, M. T. Distribuição de benefícios ecossistêmicos: o caso do ICMS ecológico no litoral paranaense. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 13, n. 2, p. 184-198, maio/ago. 2008.

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

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Produção Agropecuária. **Banana: produção mundial 2018**. Disponível em: www.cnpmf.embrapa.br/Base_de_Dados/index_pdf/dados/mundo/banana/w1_banana.pdf. Acesso em: 21 maio 2020a.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Produção Agropecuária. **Banana: produção nacional por municípios 2018**. Disponível em: www.cnpmf.embrapa.br/Base_de_Dados/index_pdf/dados/brasil/banana/b32_banana.pdf. Acesso em: 21 maio 2020b.

EMBRAPA. Empresa Brasileira de Produção Agropecuária. **Banana: produção nacional por estado 2018**. Disponível em: www.cnpmf.embrapa.br/Base_de_Dados/index_pdf/dados/brasil/banana/b1_banana.pdf. Acesso em: 21 maio 2020c.

FENADOCE. Disponível em: <http://fenadoce.com.br> . Acesso em: 25 maio 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. Comida como cultura? Notas sobre a patrimonialização alimentar e sua relação com o turismo gastronômico. **Gestión Turística**, n. 19, p. 41-56, jan./jun., 2013.

GODOY, R. C. B. de; MATOS, E. L. S.; SANTOS, D. de V.; AMORIM, T. da S.; WASZCCZYNSKJ, N.; SOUSA NETO, M. A. de. Estudo da composição físico-química e aceitação de bananadas comerciais por meio de análise multivariada. **Revista Adolfo Lutz**, São Paulo, n. 68, v. 3, p. 373-80, 2009.

GOL. **Aproximando distâncias**. Disponível em:
<https://www.aproximandodistancias.com.br>. Acesso em: 28 ago. 2020.

GURGEL, V. A. Aspectos jurídicos da indicação geográfica. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. (Orgs.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará/ Brasília: Sebrae, 2004. p. 44-58.

GUZZO, J. R. Conheça os oito pratos típicos do litoral paranaense. **Diário dos Campos**, 5 fev. 2020. Disponível em: www.diariodoscamos.com.br/noticia/conheca-oito-pratos-tipicos-do-litoral-paranaense . Acesso em: 12 maio 2020.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/status-pedidos/LISTACOMASINDICAESDEPROCEDNCIARECONHECIDAS.At29Dez2020.pdf>. Acesso em: 4 fev. 2021.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Instrução Normativa nº 095 de 28 de dezembro de 2018**. Disponível em: www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/legislacao-indicacao-geografica-1 . Acesso em: 13 abr. 2020.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Revista da Propriedade Intelectual**, n. 2544, 8 out. 2019.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Fandango caiçara**. Disponível em:
<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/83/#:~:text=Foto%3A%20Felipe%20Varanda,%20Fandango%20Cai%C3%A7ara%20se%20classifica%20em%20batido%20e%20baila%20do%20ou,musical%20C%20pelos%20versos%20e%20toques>. Acesso em: 4 fev. 2021.

KIIL, F. Litoral do Paraná se destaca na produção de banana. **Paraná Portal**, 30 ago. 2018. Disponível em: <https://paranaportal.uol.com.br/agronegocio/litoral-do-parana-se-destaca-na-producao-de-banana/> . Acesso em: 21 maio 2020.

KOVALESKI, A. **A oferta de souvenirs gastronômicos no destino Morretes/PR**. 2018. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.

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. de B. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LOPES, P. R.; LOPES, K. C. S. A. Sistemas de produção de base ecológica – a busca por um desenvolvimento rural sustentável. **REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 1, p. 1-32, jul./dez. 2011.

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

MIRANDA, M.; ANDTADE, P. F.; CHRISTÓFORO, P. R.; COSTA, J. C. da; DIETCHFIELD, D.; GUSI, L. D.; IKEDA, P.; MACCARI JR., A.; MIRANDA, G. M.; RAMPAZZO, É. F. **Estudo da cadeia produtiva da banana no estado do Paraná**. Disponível em: www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/est_cadeia_banana.pdf . Acesso em: 21 maio 2020.

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

OLIVEIRA, A. C. R. M. de; OLIVEIRA, S. **Indicação geográfica dos doces de Pelotas: uma reflexão turística acerca da certificação**. In: SEMINTUR JR., 4., 2013, Caixas do Sul. Anais [...] Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2013.

PARANÁ Turismo. **Regiões Turísticas do Estado**. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=946#:~:text=S%C3%A3o%20elas%3A%20Campos%20Gerais%20%2D%20Cataratas,Vale%20do%20Iva%C3%AD%20%2D%20e%20Vales> . Acesso em: 28 ago. 2020a.

PARANÁ. Secretaria de Estado da Cultura. **Bens tombados por município**. Disponível em: www.patrimoniocultural.pr.gov.br/modules/conteudo/municipio.php . Acesso em: 20 maio 2020b.

POULAIN, J. P. **Sociologias da alimentação – os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: UFSC, 2004.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Origens Paraná. Antonina: bala de banana**. Disponível em: www.sebraepr.com.br/origensparana/antonina-bala-de-banana/ . Acesso em: 13 maio 2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia das indicações geográficas: conceitos**, 2019. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas> . Acesso em: 17 abr. 2020.

SILVA, L. E.; GURGATZ, B. M.; SANTIAGO, D. F.; VEIGA, M. C. N. P. da; REIS, R. A.; OLIVEIRA, A. L. de. Produção de banana no litoral do Paraná - reflexões acerca do papel social da universidade no contexto do desenvolvimento rural na região. **Divers@**, Matinhos, v. 10, n. 1, p. 41-47, jan./jun. 2017.

SITES Remarquables du Goût. Disponível em: <https://sitesremarquablesdugout.com/> . Acesso em: 28 abr. 2020.

SLOW Food Brasil. Disponível em: www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento . Acesso em: 9 abr. 2020.

TEUBER, R. **Producers' and Consumers' Expectations towards Geographical Indications - Empirical Evidence for Hessian Apple Wine**. In: SEMINAR, 113., 2009, Creta, Grécia. Anais [...] European Association of Agricultural Economists, 2009.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura. **Patrimônio Mundial Natural e Reservas da Biosfera no Brasil**. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/natural-world-heritage>. Acesso em: 11 maio 2020.

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

VARENHOLD, M.; GOES, C. A.; MEDEIROS, M. de L. Consumo e atitude dos turistas com relação aos produtos gastronômicos do Litoral Paranaense. **Ágora**, Santa Cruz do Sul, v. 21, n. 1, p. 42-54, jan./jun. 2019.

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. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

WACHOWICZ, R. C. **História do Paraná**. Ponta Grossa: UEPG, 2010.