



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGROECOSSISTEMAS

Leonardo Moura de Souza

**As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a Marca  
Coletiva Sabor Serrano em Santa Catarina**

Florianópolis  
2021

Leonardo Moura de Souza

**As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a Marca  
Coletiva Sabor Serrano em Santa Catarina**

Dissertação apresentada como requisito parcial à  
obtenção do título de Mestre em Agroecossistemas,  
Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas,  
Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de  
Santa Catarina.

Orientação: Prof. Dr. Ademir Antonio Cazella

Coorientação: Dr<sup>a</sup>. Andréia Tecchio

Florianópolis

2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,  
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Souza, Leonardo Moura de Souza  
As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e  
Serviços Territoriais e a Marca Coletiva Sabor Serrano em  
Santa Catarina / Leonardo Moura de Souza Souza ;  
orientador, Ademir Antonio Cazella Cazella, coorientador,  
Andréia Tecchio Tecchio, 2021.  
140 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa  
Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós  
Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2021.

Inclui referências.

1. Agroecossistemas. 2. Desenvolvimento Territorial  
Sustentável. 3. Cesta de Bens e Serviços Territoriais. 4.  
Marcas Coletivas. 5. Consórcios Intermunicipais. I.  
Cazella, Ademir Antonio Cazella. II. Tecchio, Andréia  
Tecchio. III. Universidade Federal de Santa Catarina.  
Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas. IV. Título.

Leonardo Moura de Souza

**As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a Marca Coletiva Sabor Serrano em Santa Catarina**

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Valdete Boni, Dra.

Universidade Federal da Fronteira Sul

Prof. Luiz Carlos Mior, Dr.

Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

Prof. Rinaldo Sena Fernandes, Dr.

Instituto Federal do Amazonas

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestre em Agroecossistemas.

---

Prof. Arcângelo Loss, Dr.

Coordenador do Programa

---

Prof. Ademir Antonio Cazella, Dr.

Orientador

Florianópolis, 2021.

Este trabalho é dedicado a meus amados pais, Neuza Saraiva e Alcimar Souza, que não tiveram a mesma oportunidade de acessar educação formal que eu, mas foram educados pela escola da vida.

E a toda minha família que sempre me apoiou.

## AGRADECIMENTOS

Chega o momento de agradecer muitas pessoas que contribuíram de forma direta e indiretamente neste processo educativo, que é o mestrado. Antes, via como praticamente inalcançável, pois não fazia parte de minha realidade, afinal, galgar certos graus do conhecimento formal, era um privilégio de poucos. Não foi fácil para mim, tive que superar medos, desafios, deficiências, mas graças ao auxílio de amigos e amigas consegui concluir mais esta etapa.

Agradeço de forma especial o meu orientador Prof. Dr. Ademir Cazella e minha coorientadora Dr<sup>a</sup>. Andréia Tecchio pela excelente orientação, amizade, paciência e compreensão durante esse processo. Sem a luz de vocês para clarear o caminho a ser trilhado não teria sido possível concluir esta dissertação. Também estendo meus agradecimentos à prof. Graça Passos (amiga mãe), Prof. Leticia Chechi, Prof. Ivanilce Castro, Mônica Moura, Waderi e a Valexa pelas leituras e sugestões durante a fase final de elaboração desta dissertação.

Ao Prof. Nailson Nina, pelas conversas iniciais que me estimularam a buscar um mestrado em outra região do país para ter contato com outras realidades brasileira diferentes da Amazônia. E ao Prof. André Melo pelas conversas que me levaram a escolher o mestrado em Agroecossistemas pelo seu aspecto interdisciplinar.

Ao Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciência Agrárias da Universidade Federal Rural de Santa Catarina (PGA/CCA/UFSC), pela estrutura e apoio durante essa formação e todo o seu corpo docente e discente pelos momentos riquíssimos compartilhados durante as discussões, reflexões e pela estrutura educacional e administrativa.

A toda equipe do Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território (LEMATE): Prof. Fábio Búrigo, Marja, Mariana, Karine, Anderson, Stéfani, Marcos Catelli, Fernando, pela acolhida, amizade, discussões e reflexões nos grupos de estudos e pelas contribuições na fase de elaboração do projeto de pesquisa.

Ao Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense (CISAMA), pela colaboração e aceitação da realização do estudo empírico na região, em especial ao Selenio Sartori e Andressa Barbosa, que desde a pesquisa exploratória se mostraram bem receptivos quanto a proposta de estudo.

Ao Centro Vianei de Educação Popular, na pessoa do Natal Magnanti, pelas informações fornecidas e integrar a banca avaliadora da defesa do projeto de pesquisa, juntamente com o prof. Valério Turnes da Universidade Estadual de Santa Catarina (UDESC), os quais deram valiosas contribuições para qualificação do projeto de pesquisa.

Ao Instituto Federal do Amazonas (IFAM), pela concessão do afastamento integral para realização do mestrado. À Fundação de Amparo à Pesquisa do Amazonas (FAPEAM) em parceria com à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão de bolsa de estudo, importante aporte para auxiliar no custeio da pesquisa e manutenção com moradia, permitindo que eu me dedicasse exclusivamente às atividades acadêmicas, sendo fundamental para a minha formação acadêmica e profissional.

A todos os amigos e amigas que fiz durante esse percurso, em especial: Eloisa, Laísa, Ricardo, Roberta, Carol, Marcos, Larissa, Fabiola, Belni, Hueliton, Alciene, Giuliano, Giovane, Erico, Gidean, André, Adevan, Luiz, Thiago, Lucas, Veteca, pelo carinho e os bons momentos de descontração.

Finalmente, agradeço a Deus, luz amorosa e fraterna presente em toda natureza, em todos os seres vivos e não vivos, que anima a utopia de um mundo solidário, fraterno, sadio e de paz, sobre os braços da Mãe Terra, Gaia, Bem-Viver, por toda guarnição em minha vida. Gratidão!

## **JÁ FAZ TEMPO QUE ESCOLHI**

A luz que me abriu os olhos  
para a dor dos deserdados  
e os feridos de injustiça,  
não me permite fechá-los  
nunca mais, enquanto viva.

Mesmo que de asco ou fadiga  
me disponha a não ver mais,  
ainda que o medo costure  
os meus olhos, já não posso  
deixar de ver: a verdade  
me tocou, com sua lâmina  
de amor, o centro do ser.

Não se trata de escolher  
entre cegueira e traição.

Mas entre ver e fazer  
de conta que nada vi  
ou dizer da dor que vejo  
para ajudá-la a ter fim,  
já faz tempo que escolhi.

Thiago de Mello

## RESUMO

O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) integra o arcabouço teórico-metodológico do desenvolvimento territorial sustentável (DTS), que possibilita analisar os processos de valorização de recursos e ativos territoriais na constituição de uma oferta diversificada e sinérgica de produtos e serviços de qualidade territorial. A Marca Coletiva é um signo de identificação e diferenciação de produtos e serviços de organizações representativas de uma coletividade, que permite ser associada a uma dinâmica de CBST. O território da Serra Catarinense nas últimas décadas protagonizou ações inovadoras que adotam de alguma forma os preceitos do DTS. Tais ações mobilizaram atores coletivos na busca de soluções de problemas comuns. É o caso da construção da Marca Coletiva Sabor Serrano (MCSS) coordenada pelo Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense (CISAMA), cujos propósitos iniciais consistiam na legalização de agroindústrias familiares de pequeno porte, agregação de valor e acesso a mercados formais de forma associada a uma imagem territorial. A MCSS apresenta algumas particularidades que merecem destaque: i) marca coletiva, coordenada por um consórcio público de municípios, destinada às agroindústrias familiares e inserida em um processo de desenvolvimento territorial; ii) ação promovida em uma das seis mesorregiões do estado de Santa Catarina, a qual apresenta pouca expressividade no processamento agroalimentar industrial, além de baixos índices de desenvolvimento socioeconômico. O objetivo desta dissertação consiste em analisar o processo de construção e operacionalização da MCSS utilizada por um conjunto de agroindústrias familiares, discutindo as contribuições e limitações dessa iniciativa para a implementação do enfoque CBST na Serra Catarinense. Como recursos metodológicos foram adotados a pesquisa documental e a pesquisa de campo. A pesquisa documental consistiu em análise de textos, documentos, leis, materiais de divulgação e atas de reuniões referentes à criação da MCSS. A pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevistas remotas com apoio de um roteiro semiestruturado de questões, totalizando seis entrevistas com atores internos e externo ao CISAMA. Os resultados desta pesquisa indicam que a MCSS foi inspirada em cinco experiências do Sul do Brasil, em especial a Marca Coletiva Sabor Colonial da Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense, a partir de um plano inicialmente elaborado pelo Centro Vianei de Educação Popular. Ela é utilizada atualmente em uma diversidade de 702 produtos de um conjunto de 70 agroindústrias da região e seu processo de coordenação permite aprimoramentos a partir da adoção do enfoque da CBST. Isso implica na construção de um sistema de governança para além do atendimento específico das normas de inspeção e vigilância sanitária, de forma a articular diferentes atores e instituições ao propósito de valorização conjunta de bens e serviços de qualidade territorial da Serra Catarinense.

**Palavras-chaves:** Desenvolvimento territorial. Cesta de bens. Marca coletiva. Agregação de valor. Governança territorial.

## ABSTRACT

The focus of the Basket of Territorial Goods and Services (CBST) integrates the theoretical-methodological framework of sustainable territorial development (DTS), which makes it possible to analyze the processes of valuing territorial resources and assets in the constitution of a diversified and synergistic offer of products and services of territorial quality. The Collective Brand is a sign of identification and differentiation of products and services from organizations representing a collectivity, which allows it to be associated with a dynamic of CBST. The territory of Serra Catarinense in recent decades has been the protagonist of innovative actions that somehow adopt the precepts of the DTS. Such actions mobilized collective actors in the search for solutions to common problems. This is the case of the construction of the Collective Brand Sabor Serrano (MCSS) coordinated by the Intermunicipal Consortium of Serra Catarinense (CISAMA), whose initial purposes were to legalize small family agribusinesses, add value and access formal markets in association with a territorial image. The MCSS has some particularities that deserve to be highlighted: i) collective brand, coordinated by a public consortium of municipalities, aimed at family agro-industries and inserted in a process of territorial development; action promoted in one of the six mesoregions of the state of Santa Catarina, which has little expression in industrial agro-food processing, in addition to low levels of socioeconomic development. The objective of this dissertation is to analyze the process of construction and operationalization of the MCSS used by a group of family agroindustries, discussing the contributions and limitations of this initiative for the implementation of the CBST approach in Serra Catarinense. As methodological resources, documental research and field research were adopted. The documental research consisted of analysis of texts, documents, laws, publicity materials and minutes of meetings referring to the creation of the MCSS. The field research was carried out through remote interviews supported by a semi-structured script of questions, totaling six interviews with CISAMA's internal and external actors. The results of this research indicate that the MCSS was inspired by five experiences in southern Brazil, in particular the Collective Brand Sabor Colonial of the Association of Small Farmers of Western Santa Catarina, based on a plan initially drawn up by the Vianei Popular Education Center. It is currently used in a range of 702 products from a group of 70 agro-industries in the region and its coordination process allows for improvements based on the adoption of the CBST approach. This implies the construction of a governance system that goes beyond the specific compliance with inspection and health surveillance standards, in order to articulate different actors and institutions for the purpose of jointly valuing goods and services of territorial quality in the Serra Catarinense.

**Key words:** Territorial development. Goods basket. Collective brand. Adding value. Territorial governance.

## APRESENTAÇÃO

Nasci e vivi parte de minha infância em comunidades ribeirinhas na Amazônia, mais precisamente na região do Território do Médio Rio Juruá, município de Carauari, estado do Amazonas, distante 788 km em linha reta da capital Manaus. Considero-me originário das populações e povos tradicionais que habitam essa região e que resistem até os dias atuais à colonização e dominação da cultura eurocêntrica, iniciada no século XV.

Sou integrante de uma família de doze irmãos. Quando criança, meus pais migraram do seringal Juruapúka para a cidade de Carauari em busca de oferecer educação formal aos filhos, pois no local de moradia anterior não havia escolas. Desde cedo, auxiliava meus pais nas atividades agroextrativistas ou agroecológicas, conciliando frequência na escola e participação nos Movimentos de Base da Igreja Católica, em especial o Movimento da Pastoral da Juventude e da Criança.

No ano de 2002, ainda jovem, fui residir em Manaus para cursar o Ensino Médio Profissionalizante em Técnico Agrícola, na época Escola Agrotécnica Federal de Manaus, hoje, *Campus* Manaus Zona Leste (CMZL), do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM). Foi um período bem difícil, mas de muito aprendizado. Apesar da pouca compreensão teórica referente às distorções e contradições da educação agrícola, percebi que o ensino ofertado seguia uma lógica majoritariamente desvinculada da identidade e realidade da vida amazônica, pois os processos formativos, em sua grande maioria, desconsideravam os aspectos materiais e simbólicos que permeiam o mundo amazônico, como a diversidade étnica, cultural e biológica milenar, as lendas, os cultos, a floresta e as águas.

Neste mesmo período, conheci a experiência do Projeto Permacultura da Amazônia do então Instituto de Permacultura da Amazônia (IPA), uma Organização Não Governamental (ONG) que atuava na implantação e capacitação com uma perspectiva agroecológica, sendo a permacultura uma dessas escolas ou movimento das agriculturas sustentáveis. Em 2004, já formado como Técnico Agrícola e movido por conhecer mais sobre a Permacultura, integrei a equipe do IPA, onde participei de inúmeras atividades educativas, como: agrofloresta, criação de pequenos animais, bioconstrução, manejo ecológico da água, criação de abelhas, entre outras, baseadas em princípios éticos de cuidado do planeta, das pessoas, partilha do excedente e limites ao consumo. Por meio dessas experiências, percebi que temos muitas possibilidades de construir um mundo melhor e mais sadio em conexão com a Mãe-Terra.

No ano de 2008, ingressei no curso de Engenharia de Pesca (Universidade Federal do Amazonas) e mais tarde no curso de Engenharia Ambiental (Universidade Nilton Lins), com posterior especialização em Educação e Gestão Ambiental (UNIASSELVI) e Educação do Campo (IFAM). A graduação foi mais um período desafiador e de muita aprendizagem, pois tive de conciliar trabalho e estudo para poder me manter financeiramente. Mesmo assim, participei de projetos de extensão em comunidades ribeirinhas como integrante do Núcleo de Socioeconomia (NUSEC/UFAM).

Em 2015, retornei como servidor ao CMZL-IFAM por meio de concurso público, no cargo de Técnico em Agropecuária. Atuei como subcoordenador do Centro de Referência em Agroecologia desta instituição. Nesta lotação e função, participei de diversas atividades relacionadas ao tema da agroecologia, permacultura e educação do campo junto a estudantes e professores. Em atividades externas, participei de atividades com os povos e comunidades tradicionais, por meio de projetos de extensão, cursos de curta duração e atividades do Movimento Social da Educação do Campo, das Florestas e das Águas da Associação Regional das Casas Familiares Rurais do Estado do Amazonas (ARCAFAR-AM).

O mestrado no Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas (PGA) da Universidade de Santa Catarina (UFSC) é fruto de uma necessidade pessoal e profissional de

compreender e qualificar o olhar interdisciplinar e sistêmico das ações de desenvolvimento rural, inerente ao enfoque do desenvolvimento territorial sustentável, de forma a auxiliar na construção de alternativas de desenvolvimento para além da pura e simples lógica econômica, de cima para baixo e de fora para dentro. É possível construir formas de desenvolvimento ou de Bem-Viver que leve em consideração as especificidades e potencialidades territoriais, como um espaço de vida, de cultura, de história, de tradições, de saberes da coletividade, promovendo a união de forças para a resolução dos problemas comuns e melhoria das condições de vida.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Localização geográfica da área de estudo. Território da Serra Catarinense, Santa Catarina (Brasil).....	26
Figura 02 - Sistema de governança territorial e estrutura de uma CBST.....	46
Figura 03 – Diagrama de Análise Territorial.....	47
Figura 04 - Principais autores e propósitos da construção da MCSS.....	76
Figura 05 - Uso da MCSS em (A) queijo artesanal serrano, (B) mel e (C) pinhão moído congelado.....	78
Figura 06 - Os três níveis de inspeção sanitária e suas abrangências territoriais.....	88
Figura 07 - Opção de registros para a regulamentação sanitária.....	89
Figura 08 - Distribuição das setenta agroindústrias usuárias da MCSS nos municípios da Serra Catarinense em 2020.....	93
Figura 09 - Número de agroindústrias por município que utilizam a MCSS na Serra Catarinense em 2020.....	94
Figura 10 - Classificação quanto a origem dos produtos das agroindústrias usuárias da MCSS na Serra Catarinense .....	96
Figura 11 - Distribuição dos três grupos de produtos por municípios na Serra Catarinense.....	97
Figura 12 - Classificação das agroindústrias segundo o número de produtos processados.....	98

## **LISTAS DE QUADROS**

Quadro 1 - As quatro tipologias do “efeito cesta” e suas características.....	43
Quadro 2 - Síntese das principais características dos sinais distintivos brasileiros.....	51
Quadro 3 - Pedidos de registro de marcas no INPI no período de 2013 a 2018 no Brasil.....	56

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AIF Agroindústria Familiar  
AGRECO Associação Acolhida na Colônia de Agroturismo Ecológico  
AM Associação de Municípios  
AMMOC Associação dos Municípios do Meio Oeste Catarinense  
AMVRS Associação dos Municípios do Vale do Rio dos Sinos  
ANVISA Agência Nacional de Vigilância Sanitária  
APROSERRA Associação de Produtores de Queijo Artesanal Serrano da Serra Catarinense  
ARCAFAR Associação Regional das Casas Familiares Rurais do Amazonas  
AVICITECS Associação Vianei de Cooperação e Intercâmbio no Trabalho, Educação, Cultura e Saúde  
CAPES Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
CBST Cesta de Bens e Serviços Territoriais  
CEP Cursos de Educação Popular  
CIS Consórcio Intermunicipal de Saúde  
CISAMA Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense  
CIRAD Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agrônômica para o Desenvolvimento  
CMZL Campus Manaus Zona Leste  
CNA Confederação Nacional dos Municípios  
CNPq Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico  
CONSAD Consórcio de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local  
COOPEMA Cooperativa Agropecuária de Urupema  
COOPERSALTO Cooperativa de Criadores de Frango Caipira Salto dos Marianos  
COOPERSERRA Cooperativa Regional Serrana  
DTS Desenvolvimento Territorial Sustentável  
DS Desenvolvimento Sustentável  
ECONOVE Cooperativa Ecológica de Agricultores de São Joaquim  
ECOSERRA Cooperativa Ecológica de Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana  
EPAGRI Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina  
FAASC Federação das Associações de Apicultores de Santa Catarina  
FAPEAM Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas  
FAPESC Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina

FECAM Federação Catarinense de Municípios  
FUNCITEC Fundo Estadual de Ciência e Tecnologia  
IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IDSM Índice de Desenvolvimento Sustentável dos Municípios  
IFAM Instituto Federal de Educação do Amazonas  
IFSC Instituto Federal de Santa Catarina  
IFC Instituto Federal Catarinense  
IG Indicação Geográfica  
INPI Instituto Nacional da Propriedade Industrial  
IPA Instituto de Permacultura da Amazônia  
LEMATE Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território  
MAPA Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento  
MC Marca Coletiva  
MCSS Marca Coletiva Sabor Serrano  
MCTIC Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações  
MMB Mel de Melato de Bracatinga  
ODS Objetivos do Desenvolvimento Sustentável  
OMPI Organização Mundial da Propriedade Intelectual  
ONG Organização Não Governamental  
PME Pequenas e Médias Empresas  
POA Produtos de Origem Animal  
POV Produtos de Origem Vegetal  
PRONAF Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar  
PROVE Programa de Verticalização da Pequena Produção Agrícola do Distrito Federal  
QAS Queijo Artesanal Serrano  
RQT Renda de Qualidade Territorial  
SANJO Cooperativa Agrícola de São Joaquim  
SDT/MDA Secretaria de Desenvolvimento Territorial do Ministério do Desenvolvimento Agrário  
SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SIAL Sistemas Agroalimentares Localizados  
SIE Sistema de Inspeção Estadual  
SIF Sistema de Inspeção Federal  
SIM Sistema de Inspeção Municipal

SIPOV Serviço de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal  
SISBI Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal  
SPL Sistemas Produtivos Locais  
SNVS Sistema Nacional de Vigilância Sanitária  
SUASA Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária  
SUDESUL Superintendência de Desenvolvimento da Região Sul  
TERA Departamento Territórios, Meio Ambiente e Atores  
UBC University of British Columbia  
UDESC Universidade Estadual de Santa Catarina  
UFSC Universidade Federal de Santa Catarina  
UFPA Universidade Federal do Pará  
UGA Université Grenoble Alpes  
UNINE Université Neuchâtel

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	20
1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA .....	24
1.2 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	31
<b>2 O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E AS MARCAS COLETIVAS: CONCEITOS E APROXIMAÇÕES</b> .....	<b>33</b>
2.1 SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS .....	34
2.2 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS .....	38
2.3 MARCA COLETIVA E A OFERTA DIVERSIFICADA DE QUALIDADE TERRITORIAL .....	49
2.4 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO .....	58
<b>3 CONSTRUÇÃO DA MARCA COLETIVA “SABOR SERRANO”: INTERFACES ENTRE AGROINDÚSTRIA FAMILIAR E O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL</b> .....	<b>60</b>
3.1 O TERRITÓRIO DA SERRA CATARINENSE: PRINCIPAIS ASPECTOS HISTÓRICOS E SOCIOECONÔMICOS .....	60
3.2 CONSÓRCIO PÚBLICO E A GESTÃO COMPARTILHADA INTERMUNCIPAL COMPARTILHADA .....	66
3.3 AS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES FACE À LEGISLAÇÃO: O CASO DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO .....	71
3.4 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO .....	84
<b>4 O SISTEMA DE GOVERNANÇA DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO: TRAJETÓRIA E DESAFIOS PARA FORTALECER A ANCORAGEM TERRITORIAL</b> .....	<b>86</b>
4.1 UMA BREVE NOÇÃO SOBRE GOVERNANÇA E SUA IMPORTÂNCIA NO DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL .....	87
4.2 AS NORMAS DO SERVIÇO DE INSPEÇÃO MUNICIPAL .....	90
3.3 USO DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO NO TERRITÓRIO DA SERRA CATARINENSE .....	94
4.4 DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO FORTALECIMENTO DA ANCORAGEM TERRITORIAL DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO .....	101
4.5 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO .....	105
<b>5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO</b> .....	<b>106</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>110</b>

<b>ANEXO 1-</b> Roteiro de entrevista semiestruturada com atores que participaram da criação da “Marca Coletiva Sabor Serrano” na Serra Catarinense.....	123
<b>ANEXO 2</b> - Parte do primeiro Estatuto Social do CISAMA publicado no Diário Oficial do Município/SC de 09/12/2010.....	125
<b>ANEXO 3</b> - Exemplo de minuta de contrato administrativo entre CISAMA e prefeitura para prestação de serviços de inspeção sanitária.....	128
<b>ANEXO 4</b> - Estabelecimentos agroindustrial vinculados ao programa “sabor serrano” do CISAMA em 2020.....	135
<b>ANEXO 5</b> - Portaria nº 01, de 13 de janeiro de 2020 do MAPA reconhecendo a equivalência do do SIM do CISAMA ao SISBI-POA do SUASA.....	139
<b>ANEXO 6</b> - Consulta à base de dados do INPI sobre a MCSS.....	140

## 1 INTRODUÇÃO

O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) começou a ser formulado em meados dos anos 1990, na França, frente à crise dos sistemas agroalimentares intensivos e das novas recomposições dos espaços rurais. Guarda em sua base empírica e epistemológica a noção de território como uma entidade socialmente construída e dotado de recursos e ativos específicos, possíveis de serem mobilizados a partir de uma governança formada por atores territoriais imbuídos na constituição de uma oferta conjunta e sinérgica de produtos e serviços de qualidade territorial (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001; MOLLARD; PECQUEUR, 2007). Tal enfoque é entendido neste estudo como integrante do arcabouço teórico-metodológico do Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS).

A perspectiva do DTS dá ênfase a um modelo de desenvolvimento descentralizado, protagonizado pelos diferentes atores sociais - público, privados e associativos - que se relacionam no plano local para organizar o uso dos recursos materiais e imateriais disponíveis no território (CARRIÈRE; CAZELLA, 2006). Construído a partir da noção de espaço-território, carregado de vida, de cultura e de potencial de desenvolvimento, que se distingue do espaço geográfico associado à noção de espaço-lugar, concebido como mero suporte das atividades econômicas e fonte de matéria-prima com valor comercial, visão predominante até a década de 1970 (LACOUR, 1985). É fruto do resultado de uma ampla colaboração de pessoas e organizações, mobilizando diferentes vertentes teóricas e experiências que souberam dialogar com inteligência, franqueza, respeito e generosidade (FAVARETO, 2020).

Na constituição de uma CBST é necessário que os bens e serviços possuam uma imagem coerente com o território, além de laços de confiança e proximidade entre os atores e suas instituições (HIRCZAK et al., 2008; CAZELLA et al., 2020). Tais elementos apresentam estreita associação com aos sistemas agroalimentares localizados, que têm na agroindustrialização rural e no uso de signos e marcas coletivas uma das principais estratégias de desenvolvimento territorial para estabelecer vínculos entre produtores e prestadores de serviços associados a uma dinâmica de CBST com os consumidores dos seus produtos e serviços ofertados nos mercados.

As Marcas Coletivas têm suas origens que remetem ao século XIX, em meio ao contexto da revolução industrial e ao aparecimento das primeiras associações, cooperativas, federações de pequenos produtores na Europa. Os membros dessas organizações reivindicavam uma marca que pudesse ser utilizada pela coletividade e que não atestasse simplesmente a qualidade dos seus produtos, mas pudesse também sinalizar sua origem e o modo de produção,

diferentemente das marcas individuais empresarias. Nesse período, não havia qualquer regulamentação expressa reconhecendo o uso dessas marcas (SOARES, 1996 apud FARIA, 2011). Em 1890, em Madri, por ocasião da primeira revisão da Convenção da União de Paris (CUP), é que as marcas coletivas tiveram as primeiras ações visando o seu reconhecimento e proteção (ÂNGULO, 2006).

No Brasil, a marca coletiva só foi reconhecida em 1996, com a Lei nº 9.279, que regulamentou os direitos e obrigações da propriedade industrial. A marca coletiva tem função de identificar produtos e/ou serviços de uma entidade coletiva (como as associações, cooperativas e consórcios) com controle estabelecido pelos próprios produtores por meio de regulamento de utilização que define os direitos e deveres de uso da marca (WINKELMANN, 2014). Esta marca pode atender uma oferta diversificada de produtos oriundos, por exemplo, de um conjunto de agroindústrias familiares que, isoladas, dificilmente conseguiriam acessar os mercados formais, dominados pelas grandes corporações agroalimentares (REGALADO et al., 2012). Além disso, as marcas coletivas podem se metamorfosear por iniciativa dos atores que as utilizam em uma “marca territorial”<sup>1</sup>, reforçando a sua ancoragem territorial (ALMEIDA, 2018).

Como instrumento distintivo, a marca coletiva reúne as condições para cumprir uma função de estabelecer vínculos entre produtores e serviços associados a uma dinâmica de CBST com os consumidores dos mesmos. Entende-se que esse tipo de marca tem a capacidade de valorizar uma oferta diversificada de bens e serviços de qualidade nos mercados ao associá-los a atributos materiais e imateriais do território, a exemplo da cultura, história, saber fazer artesanal, belezas naturais, clima, entre outros atributos do território. Ou seja, pode-se conceber uma “marca” como uma proposta de “contrato e de valor” entre uma organização e o consumidor, que reconhece na marca determinados atributos do território (KAPFERER, 1992, ALMEIDA 2018; COVAS et al., 2019).

As primeiras discussões acerca da CBST no Brasil ocorreram em meados dos anos 2000, por meio da parceria entre integrantes do Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território (LEMATE/UFSC) e o Prof. Bernard Pecqueur da Université Alpine de Grenoble da França, principal formulador do enfoque da CBST, no âmbito da execução do projeto de pesquisa “Desenvolvimento territorial sustentável: diagnóstico de potencialidades e

---

<sup>1</sup> A marca territorial não existe na legislação brasileira sobre signos distintivos, mas essa denominação refere-se ao processo que constrói sentidos e significados a uma marca, de forma a vinculá-la à identidade territorial, a partir da mobilização dos conceitos de *branding* (construção de uma marca) e *marketing* territorial relativo a divulgação e promoção de um território (FELIPPI; ALMEIDA, 2016).

obstáculos em zonas rurais dos estados da Paraíba e Santa Catarina”<sup>2</sup>. Em 2016, quando de uma missão de estudo do referido professor em Santa Catarina, definiu-se o propósito conjunto de empreender pesquisas empíricas e de adaptar o enfoque da CBST para a realidade socioeconômica do país (CAZELLA et al. 2020).

O território da Serra Catarinense (mesorregião serrana do estado de Santa Catarina ou simplesmente Serra Catarinense), nas últimas décadas, protagonizou ações inovadoras que convergem de alguma forma para os preceitos do DTS. Tais ações mobilizaram atores coletivos no sentido da cooperação na busca de soluções de problemas comuns. É o caso da construção da Marca Coletiva Sabor Serrano (MCSS) pelo Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense (CISAMA), cujos propósitos iniciais estavam ligados à legalização de Agroindústrias Familiar (AIF) de pequeno porte, a fim de possibilitar o acesso das mesmas a mercados, além da agregação de valor associada a uma imagem territorial.

A gestão da MCSS está sob a competência do CISAMA, que é um consórcio público de municípios, de natureza autárquica, criado no ano de 2009, resultante da disposição de cooperação entre os dezoito municípios integrantes da Serra Catarinense. Esse Consórcio atua na prestação de serviços públicos em áreas estratégicas, como: saneamento básico, meio ambiente, atenção à sanidade dos produtos de origem agropecuários entre outras (MASCARENHAS, 2015). Essa atuação se dá em estreita relação com a Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES)<sup>3</sup>, considerada uma das primeiras associações de municípios do Brasil, existindo há mais de 50 anos. Entre as atribuições da AMURES está a articulação político-administrativa da região, sendo limitada a essa organização a prestação de serviços públicos (MARQUES, 2003). Assim, a AMURES e o CISAMA são organizações distintas juridicamente, mas inter-relacionadas e complementares, sendo que ambas têm em suas missões a intenção de promover o DTS.

A MCSS é fruto de uma organização de mais de uma década inserida num arranjo de cooperação intermunicipal. Segundo Abromovay (2010), o processo de cooperação entre os diferentes atores territoriais em torno da resolução de problemas de interesses comuns não é tão simples no campo material, pois demanda uma habilidade de certos atores para estabelecer uma arena política favorável para a consolidação de projetos. Sendo, portanto, indispensável a

---

<sup>2</sup> O programa de cooperação entre a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e o Comitê Francês de Avaliação da Cooperação Universitária com o Brasil (COFECUB) é a parceria internacional mais antiga da CAPES. Assinado em 1978, já formou mais de três mil doutores brasileiros, em quase mil projetos conjuntos de pesquisa.

<sup>3</sup> A AMURES existe desde 1968, compondo as 21 associações de municípios existentes, na atualidade, em Santa Catarina. Esse tema voltará a ser abordado nesta dissertação.

observação empírica dessas estratégias para entender os mecanismos do seu processo construtivo, bem como suas principais limitações e potencialidades numa dinâmica de desenvolvimento territorial.

A maioria dos estudos sobre marcas coletivas no país revela que se tratam de iniciativas conduzidas por organizações de caráter privado, na forma de associação ou cooperativas (REGALADO et al., 2012; WINKELMANN, 2014; BARBOSA et al., 2015; VIAGEM, 2019). No caso da MCSS, algumas particularidades merecem destaque: i) tem como detentor um consórcio público intermunicipal e está inserida em um processo de desenvolvimento territorial destinada principalmente as agroindústrias de pequeno porte; ii) trata-se de uma experiência promovida em uma das mesorregiões de Santa Catarina com pouca expressão na arte de agroindustrializar produtos alimentares tradicionais, como revela o registro de apenas 4,1% do total de AIF existentes no estado (REITER et al., 2019); iii) essa mesorregião apresenta os menores índices de desenvolvimento socioeconômicos de Santa Catarina, conforme revela o Índice de Desenvolvimento Sustentável dos Municípios (IDSM)<sup>4</sup> (FECAM, 2018); e iv) não há estudos científicos específicos sobre a referida marca.

A Serra Catarinense foi habitada inicialmente pelos povos indígenas Xokleng e Kaingang, tendo passado ao longo do período colonial pelo processo de ocupação baseado nas grandes propriedades rurais. Diferentemente das outras regiões do estado, quando da colonização do Sul do país por imigrantes europeus, a partir de meado do Século XIX, teve uma menor influência desse tipo de colonização. Entre seus principais ciclos econômicos, o tropeirismo<sup>5</sup> e sua estruturação de ocupação baseado nos latifúndios fez da pecuária extensiva dominada pelas grandes fazendas de criação de gado sua principal característica, que perdura inclusive na atualidade. Posteriormente, as atividades de exploração de madeiras iniciaram pelas florestas nativas com araucária que, mais tarde, foram substituídas pelo plantio de espécies exóticas, com destaque para o *pinus* e eucalipto. A partir da década de 1960, a

---

<sup>4</sup> O IDMS foi formulado pela Federação Catarinense dos Municípios (FECAM), sendo atualmente gerenciado pela Confederação Nacional dos Municípios (CNA). Possui como uma de suas funcionalidades a possibilidade de geração de índices regionais, criados a partir da média aritmética dos IDMS de cada unidade geográfica. O Índice varia de zero a um e leva em consideração quatro dimensões do desenvolvimento sustentável: Sociocultural, Econômica, Ambiental e Político-Institucional. O Vale do Itajaí é a região do estado que apresenta o maior índice (0,633), enquanto a região da Serra Catarinense apresenta o menor (0,577). Entre os dezoito municípios dessa região, Lages apresenta o maior (0,646) e Cerro Negro o menor índice (0,486) (FECAM, 2018).

<sup>5</sup> O tropeirismo, cujo termo deriva de tropa, foi uma atividade itinerante desenvolvida durante a época colonial do Brasil. Os tropeiros conduziam o gado do Rio Grande do Sul para Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro e, ao mesmo tempo, levavam consigo bens essenciais para o interior. Os chamados “campos de Lages” eram estratégicos para essa atividade, pois representavam um local ideal de parada e de recuperação, de homens e animais, para seguir o trajeto até o destino final (LOCKS, 2016).

fruticultura de clima temperado, tendo a maçã com principal referência, ganhou proeminência, graças aos serviços públicos de pesquisa e extensão rural, além de incentivos fiscais. Mais recentemente teve-se o incremento do cultivo de uvas viníferas e a instalação de várias cantinas empresariais, que impulsionaram a fabricação dos chamados “vinhos de altitude”. Outra atividade em franca expansão na região é o turismo rural, fortemente associado ao clima típico e às inúmeras belezas naturais e paisagísticas da região (LOCKS, 2016).

Considerando a inexistência de estudo científico específico sobre a MCSS, além da escassez de pesquisas que relacionam a marca coletiva como um instrumento de desenvolvimento territorial, em especial ao enfoque da CBST, as seguintes questões de pesquisa nortearam as investigações desta dissertação: i) Quais foram as motivações que levaram à criação da MCSS e os principais atores envolvidos? ii) Como a construção e operacionalização da MCSS se articula com a perspectiva do DTS, em especial com enfoque da CBST na Serra Catarinense?

Nesta perspectiva, a presente dissertação reflete sobre a temática DTS, com olhar para as interfaces entre o enfoque da CBST e a MCSS. Considera-se que as estratégias de desenvolvimento territorial, são criadas e complexificadas por distintos atores sociais, a fim de atender às especificidades e diversidades socioeconômicas, socioculturais e socioambientais dos territórios (PECQUEUR, 2009). Para tanto, o objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar o processo de construção e operacionalização da MCSS utilizada por um conjunto de AIF, discutindo as contribuições e limitações dessa iniciativa para o enfoque CBST na Serra Catarinense. De forma complementar, dois objetivos específicos foram formulados: i) Descrever o processo de criação da MCSS por meio da identificação das principais motivações e atores envolvidos e; ii) Investigar o sistema de governança da MCSS por meio do inventário e tipificação das principais AIF, com ênfase para as normas do sistema de inspeção sanitária compartilhado entre os poderes públicos dos municípios que participam do CISAMA.

## 1.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DA PESQUISA

Antes de iniciar propriamente o caminho metodológico percorrido neste estudo, cabe ressaltar que a pandemia do Covid-19 interferiu significativamente no cronograma de pesquisa, em especial na realização da pesquisa de campo, que estava prevista para ocorrer no primeiro semestre de 2020. Durante a permanência a campo pretendia-se participar de duas frentes de atividades: a primeira no âmbito do CISAMA, em especial, junto à equipe técnica responsável pela MCSS e demais atores sociais que participaram da criação da marca; e a segunda, com os

proprietários das agroindústrias usuárias da marca. Em função dos riscos, impossibilidades e incertezas causadas pela pandemia, foi necessário reajustar os objetivos e a metodologia deste estudo, atribuindo um maior peso para a pesquisa bibliográfica e documental, além de efetuar algumas entrevistas de forma remota, principalmente, por meio da plataforma *Skype* e *Google Meet*.

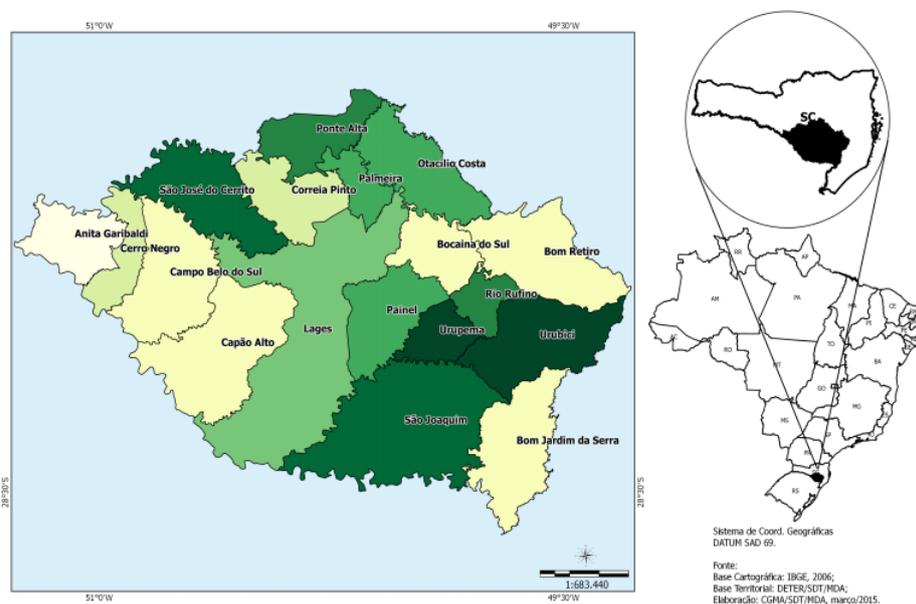
Este estudo integra o projeto de pesquisa intitulado “O Enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: modelo de análise do desenvolvimento territorial sustentável” com financiamentos do Edital Universal do CNPq - Processo 40.9597/2018-00. Mais recentemente, esse projeto serviu de base para a aprovação do projeto “Desenvolvimento territorial sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais” junto ao Edital de Chamada Pública FAPESC Nº 12/2020 - Programa de Pesquisa Universal, coordenado por integrantes do LEMATE/UFSC. Esses projetos são desenvolvidos em parceria com diversas instituições brasileiras e estrangeiras<sup>6</sup> e têm por objetivo, compreender as particularidades e heterogeneidades socioeconômicas, culturais e ambientais de diferentes territórios rurais de Santa Catarina a partir da abordagem teórico-metodológica da CBST.

A unidade de observação empírica desta dissertação corresponde ao território da Serra Catarinense, localizado no centro-sul do Brasil, que integra a área de abrangência do CISAMA/AMURES. Destaca-se que o referido território é composto por 18 municípios: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema. A Figura 01 apresenta a localização geográfica da região e dos municípios, no estado e no País.

---

<sup>6</sup> Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC); Universidade Federal do Pará - Campus de Cametá (UFPA); Université Grenoble Alpes (UGA); Université Neuchâtel (UniNE); University of British Columbia (UBC); Instituto Federal de Santa Catarina - *Campus* de São Miguel do Oeste (IFSC); Instituto Federal Catarinense - *Campus* de Rio do Sul (IFC); Instituto Federal de Santa Catarina - *Campus* de Gaspar (IFSC); Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI); Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa do estado de Santa Catarina (SEBRAE-SC) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Figura 01: Localização geográfica da área de estudo. Território da Serra Catarinense, Santa Catarina (Brasil).



Fonte: Base Cartográfica, IBGE (2016).

Essa região pertence ao bioma mata atlântica, com predominância dos campos de altitude, que formam mosaicos com Floresta de Araucárias (Floresta Ombrófila Mista), ambos ameaçados atualmente por outras explorações comerciais, a exemplo dos reflorestamentos com *pínus* e o cultivo de soja. O clima subtropical apresenta temperatura média anual de 18°C, com incidência de geadas intensas e não raro de neve durante o inverno (PILLAR et al., 2009). A região possui uma área de 16.086,30 Km<sup>2</sup> e uma população total de 287.853 habitantes, dos quais cerca de 82% residem no meio urbano e 18% no meio rural. O município de Lages concentra 55% da população da região, com 157.349 mil habitantes. Dos 18 municípios, nove têm menos de cinco mil habitantes, quatro apresentam população entre cinco e dez mil habitantes e os outros quatro têm entre dez e 30 mil habitantes (IBGE, 2020).

A presente pesquisa possui caráter metodológico descritivo e analítico, com abordagem qualitativa do tipo estudo de caso. O estudo de caso é uma estratégia de pesquisa indicada quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real (YIN, 2015). Já o caráter qualitativo permite tornar objetivos elementos subjetivos baseados em opiniões, crenças, valores, representações, relações humanas, sociais e ecológicas sob a perspectiva de determinada coletividade de atores sociais (GIL, 2002; MINAYO, 2012).

De forma geral, os principais passos trilhados no percurso metodológico da pesquisa foram os seguintes: i) pesquisa bibliográfica e estruturação do referencial teórico; ii) construção

teórico-metodológica e planejamento da coleta de informações; iii) trabalho de campo (entrevistas remotas e coleta de dados secundários); iv) sistematização e análise dos dados coletados; v) discussão dos resultados e elaboração final da dissertação.

A primeira atividade exploratória no local de estudo foi realizada em agosto de 2019, no município de Lages (SC), ocasião do aniversário de dez anos do CISAMA e 51 anos da AMURES, na qual houve premiações das ações de sucesso desenvolvidas no âmbito dessas organizações. Durante esse evento, o coordenador do LEMATE/UFSC foi convidado para apresenta o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. No dia seguinte, por meio de um roteiro semiestruturado de questões, foram entrevistados o secretário executivo do CISAMA e a responsável técnica das equipes de profissionais municipais encarregados dos sistemas municipais de inspeção sanitária, que prestam serviços às agroindústrias familiares dos municípios que participam do Consórcio. Essa pesquisa exploratória possibilitou uma análise preliminar do processo de criação da MCSS e sua importância para as agroindústrias familiares da região. A partir dessas informações foi realizada uma análise preliminar do processo de criação da MCSS, que foi imprescindível para o delineamento desta pesquisa. Ainda nessa oportunidade, efetuou-se uma visita ao setor administrativo da marca, local onde são realizadas as impressões dos rótulos utilizados nos distintos produtos das AIF, os quais são distribuídos para os municípios. Naquele momento, o CISAMA já tinha imprimido um total aproximado de 1,5 milhões de rótulos, tendo iniciado as impressões em 2012.

Para entender minimamente os aspectos que perpassam a pesquisa em questão, fez-se uma pesquisa bibliográfica e documental dos seguintes assuntos: i) o DTS e sua articulação com o enfoque teórico dos Sistemas Agroalimentares Localizados (SIAL) e, em especial, com a CBST; ii) as marcas coletivas e as principais diferenças com os demais signos distintivos reconhecidos oficialmente no Brasil; iii) os consórcios públicos intermunicipais e suas principais diferenças das associações de municípios; iv) a relação da MCSS com as normas de inspeção sanitárias em especial o Serviço de Inspeção Municipal (SIM). Para tal, foram consultados alguns documentos formais como: as convenções e tratados internacionais, como a Convenção da União de Paris (CUP), realizada em 1883, marco inicial do sistema internacional de propriedade industrial; a Lei nº 9.279/1996, que versa sobre propriedade industrial, considerada o marco legal da propriedade industrial no Brasil; a Lei nº 11.107/05 que versa sobre os consórcios públicos; a Lei nº 9.712/1998 que instituiu o novo sistema de inspeção, o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), e a adesão voluntária, regulamentada pelo Decreto 5.741/2006, e organizada de forma descentralizada e

articulada entre a União, os Estados federados e o Distrito Federal, bem como os Municípios, respectivamente, instâncias central e superior; intermediária e local.

Em um segundo momento, seis entrevistas remotas foram realizadas com apoio de um roteiro semiestruturado de questões (Anexo 1) junto a atores internos e externos ao CISAMA e de forma a complementar a entrevista exploratória mencionada anteriormente. A seleção dos entrevistados se deu a partir de indicação de pessoas que participaram desse processo, conformando uma amostra não-probabilística. As questões abordadas nas entrevistas foram organizadas em quatro eixos: i) contexto de criação do CISAMA e da MCSS; ii) agroindústrias usuárias da MCSS; iii) a relação da MCSS com o SIM/SUASA; iv) normas, gestão e perspectiva da MCSS. Do total de seis entrevistas, duas ocorreram com atores internos ao CISAMA (Secretário Executivo e a médica veterinária coordenadora pelo o programa de sanidades do Consórcio) e quatro entrevistas com atores externos ao Consórcio: coordenador do Centro Vianei de Educação Popular, dois engenheiros agrônomos que trabalharam na Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (APACO) e uma liderança que trabalha há mais 15 anos na APACO e à Unidade Central das Agroindústrias Familiares Rurais do Oeste Catarinense (UCAF).

A entrevista junto a atores internos ao CISAMA foi realizada de forma conjunta, com o secretário executivo que participou diretamente da construção do CISAMA e da MCSS desde 2009, e com a coordenadora técnica do, que atua na instituição desde 2015. A entrevista exploratória contou com a participação do coordenador do LEMATE/UFSC, prof. Ademir A. Cazella, orientador deste estudo, e com a participação do prof. Valério Turnes (UDESC), que já conheciam a região e estavam conduzindo pesquisa com a temática das marcas territoriais. As demais entrevistas contaram com a participação de dois outros membros do LEMATE: Andréia Tecchio, Pós-Doutoranda Voluntária do PGA/UFSC e Leticia Chechi, na época prof. da UDESC – Campus de Lages. Essas participações de outros membros da equipe de pesquisa na condução das entrevistas foram importantes para este estudo, pois o fato do mestrando ser de outra região do País e não ter sido possível realizar uma vivência na região, que permitisse maior contato com os profissionais e dirigentes do consórcio, representaram dificuldades adicionais no processo de elaboração desta dissertação.

Durante a entrevista exploratória foi acordado que os responsáveis do CISAMA a disponibilização de uma planilha atualizada, contendo informações básicas das agroindústrias usuárias da MCSS, como: identificação, localização no território, tipos de produtos processados e contato. São dados provenientes do banco de registro e controle de impressão e emissão dos rótulos da marca referente ao ano de 2020. A partir dessas informações procedeu-se a tabulação

e elaboração de gráficos, utilizando o programa Excel, permitindo uma visão panorâmica da distribuição do total das agroindústrias usuárias da marca nos dezoito municípios da região, verificando quais municípios detêm os maiores e menores números de agroindústrias que fazem uso da MCSS.

Ainda a partir desses dados, fez-se o levantamento quantitativo da diversidade de produtos agroalimentares que utilizam a marca. A partir desse levantamento, duas classificações foram adotadas. Na primeira, os produtos agroindustrializados foram divididos em três gêneros: 1) Produtos de Origem Vegetal (POV); 2) Produtos de Origem Animal (POA) e; 3) Panificados. Essa última categoria não foi incluída na primeira em função da sua maior incidência em comparação às demais. Na segunda, a classificação das agroindústrias considerou o número de tipos de produtos processados, sendo: agroindústria especializada, com apenas um produto; agroindústrias diversificadas com dois e três produtos e; agroindústria muito diversificada, com quatro ou mais produtos processados.

Na sequência, outra entrevista com a coordenadora técnica do programa de sanidade de produtos de origem agropecuários do CISAMA abordou assuntos mais específicos relacionados à operacionalização da marca nos municípios consorciados e a relação com o serviço de inspeção sanitária. Ademais, foram realizados diversos contatos por meio de WhatsApp para prestação de informações complementares, como os principais motivos de não se ter registros do uso da marca nos municípios de Palmeiras, Bom Retiro, Urupema, Ponte Alta, Painel e Campo Belo do Sul, bem como de explicações sobre os maiores registros de agroindústrias se concentrarem nos municípios Correia Pinto e Urubici. Além disso, buscou-se compreender as principais diferenças de procedimentos técnicos de registro de agroindústrias que processam produtos de origem vegetal e animal, além do número e razões de agroindústrias que só utilizam o serviço de inspeção sanitária sem, no entanto, utilizar a marca nos seus rótulos.

As entrevistas com atores externos ao consórcio ocorreram com atores que tiveram seus nomes mencionados na fase anterior, como por exemplo, representantes do Centro Vianeí, que elaborou o primeiro esboço de projeto que previu a criação de um consórcio público encarregado de operar o serviço de inspeção sanitária de produtos de origens agropecuários direcionado às AIF. Uma das questões que esse projeto previu foi a criação de uma Marca Coletiva inspirada em cinco experiências já existentes nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Além do Centro Vianeí, como atores externo ao CISAMA, foram entrevistados três atores ligados à marca coletiva Sabor Colonial gerida pela APACO, citada como umas das experiências que inspiraram a criação da MCSS. Uma equipe técnica do Consórcio chegou a

fazer um intercâmbio na região Oeste do estado, onde esta marca é operada. Para investigar tal fato, foram realizadas três entrevistas, duas com engenheiros agrônomos que prestaram consultoria para a APACO sobre esse tema e a outra entrevista com uma liderança que atua há mais 15 anos na UCAF ligada à APACO. Essas atividades com a marca coletiva Sabor Colonial contribuíram também para outro estudo conduzido no quadro de um pós-doutorado de uma integrante do LEMATE/UFSC, e dos projetos de pesquisa já mencionados financiados pelo CNPq e FAPESC.

A análise dos resultados foi realizada à luz do referencial teórico da CBST (PECQUEUR, 2001; MOLLARD 2001, HIRCZAK et al., 2008; REQUIER-DESJARDINS et al., 2010), associado ao potencial das marcas coletivas na distintividade e valorização de uma oferta conjunta e diversificada de produtos e serviços agroalimentares de qualidade territorial (BLANCO; RIVEROS, 2004; CAPORAL et al., 2020). De acordo Marsden et al. (2000), Ferrari et al. (2013) e Schneider; Ferrari (2015), ao analisarem distintos sistemas agroalimentares da agricultura familiar, uma redefinição da relação produtor-consumidor encontra-se em curso e a utilização de marcas e sinais coletivos pode ser um importante instrumento para garantir a confiabilidade e transparência sobre a origem e manipulação dos produtos alimentícios produzidos.

Marsden et al. (2000) identificaram três tipos de relação entre agricultura familiar e consumidor, com destaque para os dois últimos, a saber: i) face a face: o consumidor compra diretamente do agricultor em uma dinâmica face a face (comercialização dentro da propriedade; venda na beira da estrada, etc.); ii) proximidade espacial: os produtos são produzidos na região específica (ou local) de produção e os consumidores são informados sobre a natureza local do produto no ponto de venda (feiras agroecológicas e da agricultura familiar; marcas regionais, etc.) e iii) espacialmente estendida: nesse caso, as informações e significados sobre o local de produção dos alimentos e daqueles que o produzem são traduzidos para os consumidores que estão fora da região de produção e que podem não ter nenhuma experiência pessoal da região (rótulos de certificação e efeitos de reputação).

Além disso, mobilizou-se alguns elementos considerados comuns e fundamentais tanto na constituição de uma cesta de bens como de marcas coletivas, a exemplo da diversidade de bens e serviços interconectados de qualidade territorial com protagonismo de um sistema de governança local. De forma complementar procurou-se discutir a importância da produção da agricultura familiar e da mobilização de valores diversos associados aos alimentos, que vão além do simples valor econômico, com destaque para as dimensões da história, cultura, tradição, saúde e questões ambientais.

Apesar das limitações impostas pela pandemia na realização da coleta de dados a campo, o olhar analítico utilizado procurou ser integrativo e interdisciplinar, procurando contemplar a diversidade e a complexidade defendida por Morin (2000, p.14): “a supremacia do conhecimento fragmentado de acordo com as disciplinas impede frequentemente de operar o vínculo entre as partes e a totalidade, e deve ser substituída por um modo de conhecimento capaz de apreender os objetos em seu contexto, sua complexidade, seu conjunto”.

Após a defesa, aprovação e eventuais ajustes desta dissertação pretende-se realizar a socialização dos principais resultados da pesquisa junto aos atores responsáveis pelo CISAMA. A devolutiva para os envolvidos terá a função de ressaltar os aspectos positivos da MCSS, os quais devem ser reforçados e potencializados, bem como as limitações que merecem ser repensadas e, na medida do possível, superadas.

## 1.2 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Além desta introdução, na qual consta a problemática, justificativa, perguntas condutoras, objetivos (geral/específicos) e a metodologia de pesquisa, três capítulos e as considerações finais compõem as partes principais deste estudo. No Capítulo 2 apresenta-se o referencial teórico da pesquisa, que mobiliza os enfoques do SIAL e, em especial, da CBST, ambos considerados enfoques integrantes do arcabouço teórico do DTS, sobretudo para estudos de territórios rurais. Essas duas abordagens complementares apresentam elementos que dialogam com a temática das marcas coletivas e a singularidade de produtos agroalimentares processados em pequena AIF, com destaque para as ideias de qualidade territorial, organização e coordenação local, além da oferta conjunta e sinérgica de produtos e serviços territoriais.

No Capítulo 3 discute-se o processo de criação da MCSS pelo CISAMA. A análise inicia com uma breve caracterização histórica da dinâmica socioeconômica do território da Serra Catarinense, com ênfase para o processo de ocupação marcado pela grande propriedade e suas influências na dinâmica atual da região. Em seguida aborda-se o tema dos consórcios públicos intermunicipais, concebido enquanto uma das institucionalidades de cooperação territorial que busca resolver problemas comuns entre municípios. Tendo como referência o caso do CISAMA situa-se, na sequência, a marca coletiva dentre os sinais ou signos distintivos de produtos e serviços a partir de uma abordagem histórica e normativa. Por fim, discute-se os principais motivos, atores e influências de outras experiências que contribuíram para a constituição da MCSS.

No Capítulo 4 aborda-se o sistema de governança da Marca Sabor Serrano a partir do sistema de inspeção sanitária aplicado às AIF, em especial o SIM/SUASA, sob a coordenação compartilhada entre os 18 municípios que integram o CISAMA. Os principais resultados dessa ação são analisados à luz do enfoque teórico metodológico da CBST. A MCSS atende, atualmente, 70 agroindústrias, com uma diversidade de 702 produtos agroalimentares, dentre os principais constam os queijos, mel, pinhão, panificados, embutidos. A maior parte desses produtos pertence à categoria dos panificados, seguido dos produtos de origem vegetal. Quanto à distribuição no território, catorze dos dezoito municípios possuem agroindústrias que utilizam a MCSS, com maior incidência nos municípios de Correia Pinto, Urubici e Lages. Por fim, discute-se o processo de qualificação dessa marca, no sentido de reforçar a sua ancoragem territorial a partir do enfoque da CBST.

## **2 O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E AS MARCAS COLETIVAS: CONCEITOS E APROXIMAÇÕES**

Neste capítulo é discutida a fundamentação teórica da pesquisa referente à abordagem do DTS, a partir dos enfoques do SIAL e, em especial, da CBST, bem como das suas articulações com a temática das marcas coletivas concebidas como um signo distintivo de produtos e/ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade coletiva. A marca de natureza coletiva pode explicitar determinados atributos fortemente associados ao território, como a origem dos produtos, o saber-fazer, a forma de produção e cultura, os quais propiciam a valorização de bens e serviços territoriais. Dessa forma, a marca coletiva apresenta elementos sinérgicos com os preceitos de uma CBST, principalmente no que se refere à sua capacidade de valorização conjunta de produtos e serviços de qualidade territorial, bem como de sanar problemas comuns de um conjunto de pequenos produtores rurais que, de maneira isolada, dificilmente conseguem competir nos mercados formais dominados por grandes corporações agroalimentares. Ou seja, a cooperação desses atores sociais em torno de uma marca coletiva pode fortalecer, de forma simultânea, suas ações familiares e coletivas.

Neste estudo, os enfoques dos SIAL e da CBST serão empregados de forma complementar por suas similaridades, mas entendidos enquanto enfoque integrantes do arcabouço teórico do desenvolvimento territorial. O SIAL e a CBST, apesar de suas semelhanças e complementaridades, são enfoques teóricos distintos, mas que apresentam a mesma matriz epistemológica ligada às pesquisas conduzidas no âmbito do Departamento Territórios, Meio Ambiente e Atores (TERA) do Centro de Cooperação Internacional em Pesquisa Agrônômica para o Desenvolvimento (CIRAD), na França. Para além dos vários elementos que aproximam esses dois enfoques, destaca-se a noção de território construída de forma progressiva a partir da década de 1970. Conforme Lacour (1985), a noção de “território” inaugura uma nova visão do espaço geográfico ao associá-lo a um espaço de vida, de cultura, de singularidade material e simbólica, além da valorização de recursos específicos protagonizada por atores locais.

O SIAL, na sua origem, tem uma relação mais direta com as agroindústrias familiares rurais e sua capacidade de construir articulações de proximidades e cooperação entre os diversos segmentos de atores locais, a exemplo dos produtores de matéria prima, proprietários de pequenas e médias agroindústrias, distribuidores, instituições locais de apoio e assessoria, comerciantes e consumidores, entre outros participantes do sistema agroalimentar (REQUIER-DESJARDINS et al., 2010). Já a abordagem da CBST, apesar de também integrar as

agroindústrias familiares e seus produtos e serviços na análise, não se restringe a essas unidades. A ênfase recai na criação de uma oferta de produtos e serviços articulados e diversificados de qualidade territorial, por meio da valorização de atributos e recursos específicos do território (material ou não), protagonizado por um sistema de governança de diferentes segmentos sociais, que resulta na formação de uma renda de qualidade territorial compartilhada pelos distintos atores envolvidos (PECQUEUR, 2001).

## 2.1 SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS

O conceito de SIAL foi formulado na segunda metade dos anos de 1990 por pesquisadores franceses do CIRAD. Esse conceito guarda forte semelhança com os enfoques de Sistemas Produtivos Locais (SPL), “distritos industriais” ou “*cluster*” elaborados a partir do final dos anos 1970, tendo por referência os estudos pioneiros do economista inglês Alfred Marshal (1841-1924). Conceituado como:

Organizações de produção e de serviços (unidade de produção agrícola, empresas agroalimentares, comerciais, de serviços de restauração) associadas, por suas características e seu funcionamento, a um território específico. Os meios, os produtos, as pessoas, suas instituições, seu saber-fazer local, seus comportamentos alimentares, suas redes de relações se combinam em um território para produzir uma forma de organização agroalimentar, numa determinada escala espacial (CIRAD-SAR, 1996, p. 5).

Mais conhecida como análise *néo-marshalliana*, a origem da definição de SPL está associada a observações empíricas de formas espaciais de industrialização difusa, caracterizadas pela concentração espacial, sobretudo, de Pequenas e Médias Empresas (PME), constatadas inicialmente nas regiões do centro e do nordeste da Itália (COURLET, 2006).

Um conjunto caracterizado pela proximidade de unidade produtiva no sentido amplo do termo (empresas industriais, de serviços, centro de pesquisas e de formação, interfaces...) que mantêm entre elas relações de intensidade mais ou menos forte (...). As relações entre as unidades são diversas e se apresentam sob diferentes formas: formais, informais, comerciais e não comerciais. Estas relações podem se basear nos fluxos materiais, de serviço, de mão de obra, de tecnologia ou ainda de conhecimento (COURLET, 2000 apud REQUIER-DESJARDINS, 2010, p. 259).

O núcleo de análise dos SPL se deu a partir da dinâmica de desenvolvimento das PME, com o pressuposto que a aproximação geográfica dessas empresas em torno de um mesmo setor ou segmento industrial resulta em rendimentos crescentes decorrentes da difusão de vantagens tecnológicas específicas (CARRIÈRE; CAZELLA, 2006). Tais vantagens estavam vinculadas

a dois elementos fundamentais: o acesso a externalidades positivas do ponto de vista tecnológico e ação coletiva entre agentes locais, que propiciam um cenário de cooperação-competição e de criação de identidades e valores comuns nos territórios (AMBROSINI et al., 2008).

Porém, Carrière e Cazella (2006) alertam que, o simples fato de se ter concentração de PME em uma determina área, não implica que elas mantenham uma relação segundo os princípios de funcionamento de um SPL. Ou melhor, a aglomeração de empresas sem estabelecer vínculos internos de proximidade e cooperação e sem relação com uma identidade territorial, não corresponde a um SPL, mas a uma mera aglomeração de empresas. Além disso, existem dificuldades de se reproduzir resultados semelhantes em regiões com realidades totalmente distintas das que deram origem a esses sistemas, as quais apresentam uma longa história de cooperação e de mediação de conflitos.

Inicialmente, a análise do SPL estava estreitamente relacionada ao setor industrial, não existindo nenhuma correlação com sistemas agroalimentares, embora muitos SPL se localizavam em espaços rurais. Os estudos desse campo de conhecimento associados a atividades agropecuárias iniciaram com a identificação dos chamados *clusters*, tanto nas cadeias produtivas de *commodities* agrícolas como em outros setores, a exemplo dos distritos de agronegócios na Itália e na Espanha, ou dos *clusters* de processamento de alimentos na América Latina – como aquele voltado para o processamento de aves no estado de Santa Catarina, no Brasil (REQUIER-DESJARDINS et al., 2006). Esse tipo específico de *cluster* de processamento de alimento foi a base necessária para a formulação dos chamados Sistemas Agroalimentares Localizados, em 1996, de forte vinculação com o desenvolvimento da AIF (REQUIER-DESJARDINS; SALCIDO, 2020).

Essa formulação se deu a partir da aplicação do enfoque analítico do SPL na dinâmica de desenvolvimento em torno da AIF rural na América Latina, que formavam agrupamentos próximos, geograficamente organizados por atores sociais locais de um campo particular, ligados por aspectos comuns e complementares. Destaca-se o fato que, inicialmente, os SIAL foram vistos como uma variação agroalimentar dos SPL, mas com o aprofundamento de estudos relacionados com a qualificação agroalimentar específica de origem territorial, esses casos foram percebidos como sistemas distintos dos SPL de indústrias não-alimentares (REQUIER-DESJARDINS et al., 2010).

A qualificação pela origem territorial, segundo Ambrosini et al., (2008) e Requier-Desjardins e Salcido (2020), relaciona-se a um processo de valorização dos produtos agroalimentares a partir de uma caracterização baseada no patrimônio territorial, sustentado por

determinados critérios: o saber-fazer local e tradicional, os ecossistemas, a história, a cultura, entre outros. Esse processo está presente desde os primeiros trabalhos conduzidos na Europa e que, mais tarde, se difundiram na América Latina, por meio da conformação de redes de investigação, como é o caso, por exemplo, dos SIAL de queijos de Cajamarca (Perú), Salinas (Equador), Turrialba (Costa Rica), Glória (Brasil) e de vinho e tomate (Argentina). Tal qualificação estabelece relações específicas com o lugar de origem dos produtos. Frequentemente isso se dá a partir de ação coletiva que é construída em torno dos sistemas agroalimentares, que estabelecem processos de proximidade e cooperação entre os diferentes atores constitutivos de um SIAL.

O processo de proximidade entre os diferentes atores de um SIAL se dá de três formas: i) espacial ou geográfica: trata da disposição no espaço territorial; ii) organizacional: baseada na relação de complementariedade dos recursos ou ativos; iii) institucional: refere-se ao patrimônio cognitivo das normas e valores estabelecidos. Portanto, a proximidade não implica numa simples aproximação geográfica, e tampouco depende de um índice de qualidade “oficial” conferido a um produto ou serviço. Seu valor principal reside na credibilidade e confiança construída por e entre atores territoriais (REQUIER-DESJARDINS et al., 2010, p. 268). Além dessas características dos tipos de proximidade, esses autores destacam três aspectos principais de um SIAL. O primeiro é a inserção em um processo de desenvolvimento rural; o segundo é o envolvimento em um conjunto de atividades interligadas em cadeias de processamento agroindustrial, incluindo-se as atividades não especificamente agrícolas; o terceiro está relacionado com as ações de aperfeiçoamento tecnológico e inovação.

Estudos recentes abordam a importância da construção de marcas ou sinais que possam ser reconhecidos pelos consumidores e que tenham a capacidade de abarcar a diversidade de produtos da AIF, estabelecendo uma relação com o patrimônio local, com a biodiversidade dos ecossistemas e o saber-fazer específico, arraigados na história econômica e social do território. No contexto dos SIAL latino-americanos, as marcas coletivas são os selos territoriais mais utilizados, com algumas exceções de produtos que optam pelo uso da Indicação Geográfica (IG)<sup>7</sup>, por se tratarem de produtos dirigidos a mercados externos ao território, como são os casos dos vinhos do Vale da Uva Goethe (Santa Catarina), o cultivo de café do Norte Pioneiro

---

<sup>7</sup> Trata-se de um selo distintivo que identifica a procedência de produtos e serviços cuja reputação, qualidade ou outra característica se deva ao seu local de origem. Países europeus como a França, Itália, Espanha e Portugal foram pioneiros na criação de normas de uso das IG, as quais foram adaptadas e adotadas, mais tarde, em outros países e continentes no quadro das negociações promovidas pela Organização Mundial do Comércio.

(Paraná) no Brasil e a Tequila e o Mezcal no México (REQUIER-DESJARDINS; SALCIDO, 2020).

A marca coletiva será discutida com maior detalhamento mais adiante nesta dissertação, todavia, algumas experiências de marcas coletivas associadas à abordagem de SIAL têm revelado que, na maioria das vezes, esse tipo de marca é utilizado em um único produto, quase sempre uma produção especializada. Em outras situações, a sua utilização ocorre numa diversidade de produtos ofertados conjuntamente, como o chocolate, creme e licor de cacau, champanhes secos, doces, compotas, embutidos e artesanatos. Assim, essa marca tende a se adequar melhor a uma produção diversificada de produtos agroalimentares, constituída por agricultores familiares organizados e interessados em valorizar de forma cooperada seus produtos. Esse signo distintivo pode ser utilizado de forma combinada com outros selos de qualidade territorial, como o Selo ARTE<sup>8</sup> e a própria Indicação Geográfica, inclusive daqueles ligados à promoção de atividades turísticas vinculados à rotas gastronômicas de alimentos tradicionais de certo território (BLANCO; RIVEROS, 2004).

Tal processo pode ser induzido por ações governamentais e não governamentais (associações, cooperativas e instituições não governamentais), mas também pode se constituir como uma forma de reafirmação cultural resultante de um processo de acumulação de conhecimento ligado aos saberes tradicionais familiares, como é o caso da indústria tradicional rural de processamento agroindustrial. Nos dois casos, o desenvolvimento de sistemas agroalimentares tende a formar processos de aproximação de pequenas unidades de processamento de alimentos com sentido territorial (AMBROSINI et al., 2008; REQUIER-DESJARDINS et al., 2003).

Por fim, o SIAL apresenta uma íntima relação como a temática do desenvolvimento territorial, mobilizando diversos elementos na sua constituição conceitual, destacando-se dois principais. O primeiro está relacionado com a necessidade da existência de formas de organização locais, que estabeleça laços de proximidade e cooperação entres os diferentes segmentos de um sistema agroalimentar, como por exemplo entre as unidades produtoras e processadoras, prestadores de serviços e comerciantes. O segundo refere-se à qualificação territorial dos produtos agroalimentares, elemento central que foi preponderante para o reconhecimento do SIAL como um sistema diferente dos SPL, e mais recentemente, o uso de

---

<sup>8</sup> De forma sintética, o Selo ARTE é um certificado de identidade e qualidade, que possibilita o comércio nacional de produtos alimentícios elaborados de forma artesanal, sobre a coordenação a nível nacional do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), instituído pela Lei 13.680 de 14 de junho de 2018, regulamentado pelo Decreto 9.918 de julho de 2019 (BRASIL, 2018).

selos e marcas, capaz de diferenciar e sinalizar para os consumidores a qualidade territorial dos produtos, a partir da construção de uma imagem ancorada territorialmente.

Entretanto, segundo Pecqueur (2001), o SIAL pode igualmente tomar um rumo muito mais complexo quando os territórios produzem vários bens e serviços, dentre eles o turístico, que, ao se combinarem, criam uma oferta compósita particular, associada ao lugar. Estamos então em presença de um modelo que esse autor denominou de CBST ou simplesmente “cesta de bens”. Na próxima seção, é apresentada uma síntese do enfoque da CBST, seguindo a discussão da qualificação territorial e sua capacidade de construir uma produção diversificada e sinérgica de produtos e serviços agroalimentares com singularidade territorial, a partir de um sistema de governança protagonizado por diferentes atores locais.

## 2.2 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

Antes de tratar, propriamente da Cesta de Bens e Serviços Territoriais torna-se necessário retomar a discussão de “território”, de forma complementar ao que já foi apresentado. O conceito de território trouxe valiosas contribuições para os estudos rurais, pois possibilitou olhar o meio rural para além da produção agrícola, como um lugar de vida, de relações sociais, de diversidade e como uma unidade ativa do desenvolvimento (WANDERLEY, 1999; ABRAMOVAY, 2010). Esse conceito advém do campo da geografia na década de 1970, que passou a integrar as reflexões da economia, sociologia, antropologia entre outras disciplinas científicas, num processo de complexificação do conceito. Trata-se, portanto, de um conceito polissêmico, cujo sentido depende da disciplina mobilizada, do olhar e do contexto de quem dele se utiliza (CAZELLA et al. 2009).

O conceito de território utilizada neste estudo é aquele formulado por Pecqueur (2005), que caracteriza o território a partir de duas dimensões complementares. A primeira refere-se ao “território dado”, que corresponde ao território institucional ou a uma divisão política-administrativa, quase sempre realizada pelos serviços públicos (município, região, estado, país). A segunda corresponde à noção de “territórios construídos”, que resultam de processos de construção por atores sociais, mobilizados para resolver problemas comuns ou compartilhados, cujo limite vai até onde a ação desses atores sociais consegue alcançar.

Os “territórios construídos” apresentam-se como redes de relações que podem se estender para além do limite geográfico, com fronteiras fluidas delimitadas pela capacidade de articulação dos atores implicados. Portanto, um “território-dado” pode conter diversos “territórios construídos”. Assim, o território pode ser visto como uma configuração mutável,

provisória e inacabada, e sua construção pressupõe a existência de uma relação de proximidade construída pelo jogo de atores e suas instituições (PECQUEUR, 1996). De acordo com Carrière e Cazella (2006), o território pode atingir um grau máximo de maturação quando gera uma Renda de Qualidade Territorial (RQT) a partir de uma produção articulada e heterogênea capaz de superar a renda obtida por uma cadeia produtiva exclusiva por meio da venda de produtos e serviços de qualidade superior.

O enfoque da CBST começou a ser formulada na década de 1990, a partir de estudos sobre a economia territorial, onde a diferenciação de produtos e serviços é uma etapa fundamental do processo de desenvolvimento territorial, principalmente para os territórios rurais marginalizados do processo de “modernização” da agricultura (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001). Tal formulação se deu no bojo das discussões sobre desenvolvimento territorial, concebido enquanto um contraponto ao processo hegemônico de globalização econômica. Trata-se da análise de iniciativas de atores locais que se organizam com o propósito de criar uma oferta heterogênea e coerente de atributos territoriais, que valorizem o saber-fazer, a cultura e o ambiente natural, entre outros quesitos (CAZELLA et al., 2020).

O conceito de CBST, longe de ser um objeto concreto, pode ser percebido como um processo de valorização de diferentes produtos, serviços e do cenário (patrimônio natural, arquitetônico, histórico e cultural), por meio da articulação de atores sociais em torno de uma mesma construção cognitiva (aquisição de conhecimento) numa escala territorial (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001). Para Hirczak et al. (2008, p. 2), a CBST se configura enquanto “uma oferta ancorada territorialmente”. Ou seja, trata-se de uma diversidade de produtos e serviços interdependentes e complementares, de valor exclusivo decorrente da sua indisponibilidade produtiva ou de prestação de serviço em outro lugar. Essas características decorrem de uma “especificidade” que não é somente dada, mas que pode ser construída a partir da mobilização dos atores e instituições territoriais (públicas, privadas e associativas). Esse processo envolve, também, elementos de natureza subjetiva e emocionais ligadas aos atributos materiais e imateriais, mercantis e não mercantis, possíveis de serem representados por sinais, imagens e símbolos.

A CBST representa um enfoque teórico-metodológica de análise do desenvolvimento territorial, mas se configura também como uma estratégia de ação de atores territoriais que visam criar um ambiente de cooperação territorial, rompendo com a lógica do empreendedorismo individual e corporativo do capitalismo empresarial. Isso implica na identificação e valorização de recursos e ativos territoriais. Entende-se por “recursos” qualquer objeto material, a exemplo de um produto agroalimentar típico ou imaterial, com destaque para

o patrimônio cultural e histórico, a serem identificados, revelados e valorizados em um território. Os “ativos” territoriais correspondem aos elementos em atividade no território, de valor econômico e cultural reconhecido pelos consumidores e atores locais (PECQUEUR, 2001; JANIN; PERRON, 2020).

Ainda no campo conceitual, os recursos e ativos podem ser genéricos ou específicos. Os genéricos são totalmente transferíveis e independentes da identidade ou aptidão do território. Os específicos são de difícil transferência, pois resultam da história longa e de processos singulares e endógenos do território, destacando ainda que seu valor é transversal (cultural, ambiental etc.). A especificidade pode ser em função do modo de produção exclusivo do território com forte interação com as histórias dos atores e da construção sociocultural do lugar ou com fatores relacionados ao espaço geográfico (como o clima e solo), conferindo certas qualidades aos produtos, dificilmente encontrados em outros territórios (PECQUEUR, 2005; CAZELLA et al., 2019).

Os recursos e ativos específicos assumem um espaço central na análise da CBST (BENKO; PECQUEUR, 2001; CAZELLA et al., 2019, CAZELLA et al., 2020; JANIN; PERRON, 2020). De acordo com os autores supracitados, os recursos e ativos específicos apresentam restrições na sua transferência para outros territórios, por não se tratar da simples transferência de bens materiais, mas de um processo complexo de aquisição de conhecimento coletivo e cognitivo de um dado território. Cada território pode apresentar um conjunto de recursos e ativos específicos, intimamente ligado ao seu contexto histórico e socioespacial. Porém, a especificidade desses recursos e ativos, conforme Janin e Perron (2020, p. 18), está relacionada com o valor ou valores que as pessoas lhes atribuem. Sendo, portanto, resultante de uma “construção coletiva”, que na maioria das vezes carecem de ativação por parte de projetos de valorização, correndo o risco de permanecerem inativados ou como um potencial.

A metamorfose de recursos em ativos específicos é indissociável da história, da memória social acumulada e de um processo de aprendizagem coletiva (cognição conjunta dos atores sociais) característico do “território construído” e associado às condições e limites estabelecidos pelo ecossistema natural de um “território dado” (COLLETIS; PECQUEUR, 2005). Os recursos, ao contrário dos ativos, representam uma reserva, um estoque, um potencial que pode ser transformado em ativo, caso as condições sociais, econômicas, políticas e culturais sejam favoráveis. Vale a pena ressaltar, que isso não ocorre de forma automática, sendo necessária a ação coletiva e institucional (CAZELLA et al., 2020).

Na maioria das vezes, os ativos específicos estão inseridos nos mercados locais e em circuitos curtos de comercialização, fazendo parte dos hábitos alimentares e da tradição local,

portanto, com valor reconhecido pelas pessoas ou consumidores. Em outros casos, os recursos existem, mas precisam ser valorizados e conhecidos pelas pessoas e instituições (JANIN; PERRON, 2020). Os produtos agroalimentares da AIF, na maioria das vezes, são carregados por uma especificidade territorial, a exemplo dos associados a sistemas tradicionais de produção (artesanal), a modos sustentáveis de manejo (orgânica/agroecológicos), diferentes sistemas étnicos-culturais (indígenas, quilombolas, ribeirinhos, caboclos etc), inseridos em rede de cooperação, entre outras materialidades e subjetividades inerentes às agriculturas familiares e seus produtos e serviços (REQUIER-DESJARDINS & SALCIDO, 2020).

Como estamos observando, um recurso ou ativo pode abarcar especificidades, questões mais sistêmicas e complexas, dependendo do contexto e da sua ancoragem territorial. A especificidade de um recurso territorial, na análise de Janin e Perron (2020), abarca valores que vão para além do valor econômico e mercantil, mas de um conjunto de atributos materiais e imateriais, mercantis e não mercantis, que dão singularidade ao recurso a ser ativado e ao território. Podemos tomar como exemplo alguns recursos ligados às tradições indígenas ou dos povos e comunidades tradicionais, cujos valores atribuídos vão além do valor de uso material. Não obstante, reúne um conjunto de valores ligados à sua cultura milenar, resultante da íntima relação com seu ambiente natural. Os rios, florestas, montanhas, entre outros bens, são carregados de significados místicos e transcendentais.

Os primeiros estudos que deram origem a esse enfoque foram realizados ao longo dos anos 1990, a partir de pesquisas empíricas realizadas no território de Baronnies (França) (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001). Os atores sociais desse território buscaram reverter uma situação de exclusão e marginalização do processo socioeconômica a partir da valorização conjunta de recursos e ativos territoriais, com destaque para o tradicional azeite de oliva, reconhecido com uma Indicação Geográfica, a cultura, o saber fazer local, a biodiversidade e a cooperação entre os atores sociais (HIRCZAK et al., 2008).

Esses estudos pioneiros sobre o tema foram questionados, em especial no que concerne o fato da CBST de Baronnies representar um caso particular, que poderia ser mais uma exceção do que uma regra. Ou seja, as críticas incidiram sobre o quanto da “cesta” poderia ser generalizada. A partir dessas reações, a metodologia foi empregada em outros territórios franceses, com características diversas, que levaram à concepção de diferentes graus e formas de expressão do “efeito cesta”. Esses novos estudos demonstraram que não existe uma CBST única, pois sua configuração depende das estratégias de valorização adotadas pelos atores locais. Com isso, o modelo teórico-metodológico passou a ser considerado útil tanto para o diagnóstico, quanto para traçar objetivos de desenvolvimento estimulantes e acessíveis a atores

territoriais, em especial para aqueles que atuam em territórios marginalizados (HIRCZAK et al., 2008). De forma sintética, de acordo com Pecqueur (2001), a lógica de funcionamento de uma CBST se dar por meio de um esforço mútuo e simbiótico de uma oferta conjunta e diversificada:

A hipótese da cesta de bens pode ser verificada quando, num momento de aquisição de um produto de qualidade territorial, o consumidor descobre a especificidade de outros produtos procedentes da produção local e determina sua utilidade a partir do conjunto de produtos oferecidos. Isso significa que essa oferta de produtos interligados gera um excedente para o consumidor que pode ser considerado mais elevado do que a soma dos excedentes de cada produto (...). Existe, portanto, um reforço mútuo, ou ainda uma intensificação da oferta. Pode-se qualificar esse fenômeno de “simbiótico”. O produto líder atrai consumidores que também apreciam a qualidade dos outros produtos da cesta, o que reforça a imagem de qualidade global do território. A cesta é, portanto, constituída por produtos ou serviços oriundos de diferentes produtores e de lugares de um mesmo território e seu consumo não é necessariamente simultâneo (PECQUEUR, 2001, p. 6).

Esse conjunto de fatores gera uma RQT, apropriada entre os produtores e prestadores de serviços. A intensificação da circulação de turistas em Baronnies possibilitou o aumento da oferta e da demanda de produtos e serviços locais de qualidade territorial (HIRCZAK et al., 2008). A RQT é diferente da renda obtida por meio da comercialização de produtos e serviços de qualidade igual ou superior, mas de forma isolada ou desconectada entre si, sem qualquer associação a uma imagem territorial. Portanto, o próprio território tornava-se um “produto” comercializado (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001).

Um outro detalhe relacionado ao RQT em Baronnies refere-se ao preço praticado pelo azeite de Nyons, maior quando comparado aos preços de óleos de mesma qualidade organolépticas. Além do aspecto mais amplo referente à qualificação territorial incorporada aos produtos e serviços, outro fato está relacionado com o sinergismo ou conexão existente entre os componentes de uma CBST. Cada produto exerce um grau de influência, uns mais e outros menos, a depender da especificidade. Quanto maior sua especificidade, maior será seu poder de influenciar os demais componentes da “cesta”. No caso de Baronnies, o azeite de Nyons representava esse produto, denominado pelos pesquisadores de “produto líder”, pois quando aumentava o consumo de azeite de Nyons, os demais produtos e serviços também registravam maior demanda, mesmo sem, necessariamente, apresentarem aumento nos preços. Esse fenômeno foi chamado de “efeito cesta” (PECQUEUR, 2001; MOLLARD 2001, HIRCZAK et al., 2008).

A CBST apresenta três componentes fundamentais: a) oferta de produtos e serviços privados, específicos e complementares, que carregam a imagem do território; b) valorização

do cenário constituído por recursos públicos associados à paisagem, clima, biodiversidade, patrimônio histórico, cultural e arquitetônico; c) coordenação coerente entre atores territoriais de forma a construir um sistema de governança territorial. Esses componentes propiciam demandas específicas ligadas a produtos de qualidade, que se diferenciam por terem uma reputação de acordo com as características do território (MOLLARD; PECQUEUR, 2007; CAZELLA et al., 2020).

Conforme apresentado acima, a continuidade dos estudos demonstrou que não existe uma CBST única, sua configuração depende das estratégias de valorização adotadas pelos atores locais, entre eles, públicos, privados e associativos. Assim, o modelo teórico-metodológico é útil tanto para o diagnóstico, quanto para traçar ações de desenvolvimento por atores, especialmente, de territórios marginalizados (HIRCZAK et al., 2008). Na prática, segundo Cazella et al. (2020, p. 7), o que existe “são arranjos diferenciados nos territórios com particularidades na sua composição e organização”. Assim, Hirczak et al. (2008), a partir dos estudos de caso em zonas rurais francesas, elaboraram uma tipologia com quatro categorias resultantes do “efeito cesta”, conforme é apresentado no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 - As quatro tipologias do “efeito cesta” e suas características

	Tipologias do “efeito cesta”	Características
I	Modelo de cesta propriamente dito	tem por referência o caso Baronnies, mas foi constatado, também, em outros territórios.
II	Modelo de cesta híbrida	coexistência de sistemas produtivos genéricos e setoriais e de produtos locais de qualidade associados à tradição, inclusive com IG. A coordenação das iniciativas pelos atores públicos, privados e associativos implicados é de difícil operacionalização e representa o ponto mais frágil do “efeito cesta”.
III	Modelo <i>top-down</i>	está associado à iniciativa do Departamento de Ardèche, que conta com o apoio da Região em torno da marca territorial “ <i>Deguste Ardèche</i> ”. Trata-se de uma iniciativa com forte dependência das ações de atores públicos, que carece de um maior equilíbrio a partir da adoção de coordenações mais horizontais e territorializadas da parte dos atores privados e associativos.
IV	Modelo de iniciativas justapostas	tem algumas semelhanças com o caso anterior, mas com uma maior impermeabilidade entre atores privados, associativos e públicos. Disso decorre uma maior dispersão das iniciativas de valorização de produtos e serviços por meio da qualidade territorial. A oferta heterogênea de produtos e serviços de qualidade é real, mas nenhum ator formulou claramente a ideia de uma oferta conjunta e menos

		ainda de adotar os demais preceitos do enfoque da CBST.
--	--	---

Fonte: Elaborado a partir de Hirczak et al. (2008) apud Cazella et al. (2020, p. 7-8).

A CBST, por tanto, tende a assumir uma certa incompatibilidade com territórios especializados em um único produto, mesmo se beneficiado por IG. Da mesma forma que se distancia de territórios caracterizados pela hegemonia da agricultura produtivista baseada nas *commodities* agrícolas, que promovem a degradação ambiental e das paisagens, com carências ou fragilidade de constituir um sistema de governança territorial pautado pela qualidade diferenciada dos produtos (CAZELLA et al., 2020).

A construção de um sistema de governança territorial é um componente fundamental da CBST (LELOUP et al., 2005; HIRCZAK et al., 2008; CAMPAGNE; PECQUEUR, 2014; PAULA, 2019; CAZELLA et al., 2020), pois é por meio desse sistema que se iniciam e desenvolvem estratégias compartilhadas de valorização dos recursos territoriais. Essas ocorrem a partir da coordenação entre os atores sociais públicos, privados e associativos, num processo de negociação na busca de estabelecer consensos entre os diferentes interesses em jogo, a fim de alcançar um cenário de cooperação territorial (CAMPAGNE; PECQUEUR, 2014). Ou seja, são estratégias compartilhadas e complementares de desenvolvimento capazes de valorizar os recursos territoriais, em especial, os recursos específicos (JANIN; PERRON, 2020).

Nesse sentido, é importante destacar que constituir um sistema de governança territorial eficiente é um dos principais desafios dos territórios, por necessitar de certa coesão no tecido social, além das três categoriais de atores territoriais - públicos, associativos e privados -, que apresentam em sua gênese, lógicas e atribuições distintas, estabelecerem vínculos de cooperação. De forma genérica, os atores públicos pertencem às distintas esferas de governo (Municipal, Estadual, Distrito Federal e União), competindo a eles criar, gerir, regular bens públicos de interesse comum e da coletividade, tais como políticas, infraestrutura, entre outros. Os atores privados relacionam-se com a produção de bens e prestação de serviços de valor econômico a partir de suas empresas. Os atores associativos podem assumir diversas formas, sendo constituídos pelos demais atores, mas também pelas duas categorias anteriores, responsáveis pela mobilização política e elaboração coletiva (LELOUP et al., 2005).

A governança faz parte de uma estrutura geral, com suas redes que envolvem conjuntos complexos de organizações, instituições e atores públicos, privados e associativos. Por se tratar de um assunto complexo e de grande amplitude, nesse campo, persiste uma confusão entre governança e gestão. A governança tem o papel de delimitar uma gestão por meio de normas e regras estabelecidas de forma coletiva e democrática, com o propósito de promover o

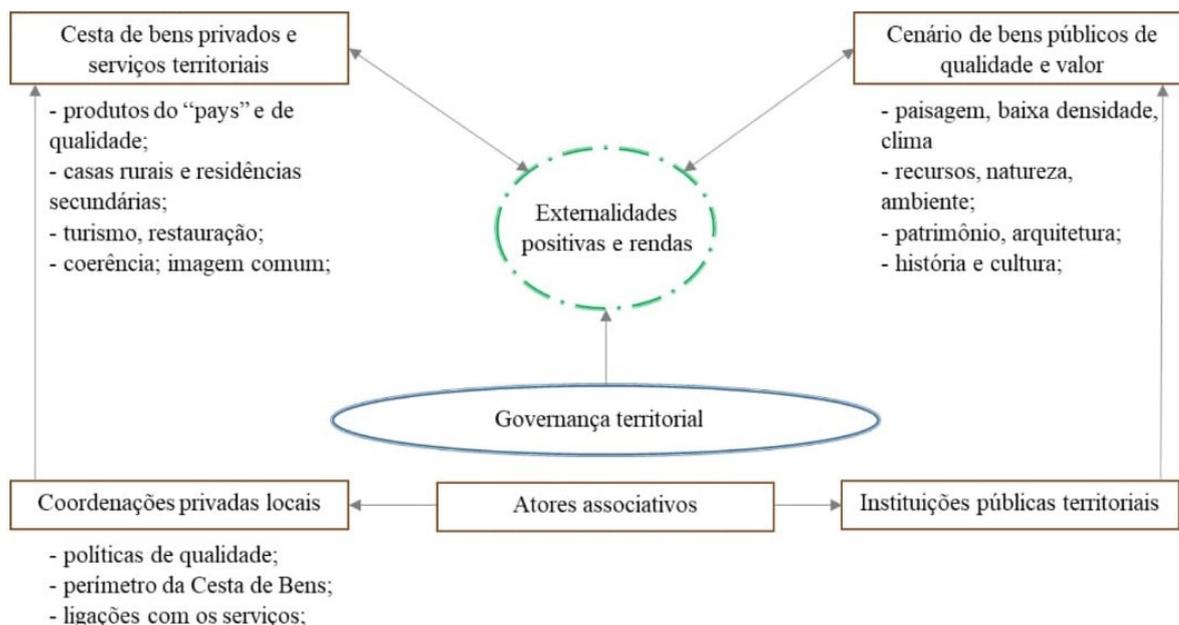
desenvolvimento de processos específicos. Já a gestão tem a função de colocar em prática os atos gerenciais, cabendo aos atores usar seus conhecimentos para executar e planejar ações que vão ao encontro dos objetivos traçados (DALLABRIDA, 2015).

Portanto, a noção de governança utilizada neste estudo é a da perspectiva da conciliação, organização e coordenação de atores entre si, a partir de consensos, normas (formais ou não), regras associadas às dinâmicas de desenvolvimento territorial, e não somente à maximização do processo de produção, geralmente empregado na lógica empresarial (LELOUP et al., 2005). Isso pressupõe a descentralização do Estado e a afirmação da sociedade civil enquanto ator central do desenvolvimento, fazendo com que a coordenação dos atores esteja no centro dos processos de desenvolvimento territorial, mesmo que persistam diferenças entre esses atores (LANDEL et al., 2010).

Segundo Campagne e Pecqueur (2014), o que ocorre nos territórios é o surgimento de novas formas de governança a partir de desafios que se colocam aos atores e suas organizações para a solução de conflitos e problemas comuns. Isso implica no desenvolvimento de estratégias claras e objetivas, que demonstrem a importância da cooperação entre os atores, ou seja, os benefícios individuais e coletivos desencadeados por tal acordo, bem como para o desenvolvimento do território em geral.

A estrutura da CBST, esquematizada na Figura 2, ressalta a importância de um sistema de governança territorial, que contemple o conjunto de atores territoriais já implicados ou com potencial de integrar a Cesta. Trata-se de construir uma relação de complementariedade e cooperação, que contribua no processo de formação de um cenário favorável e de qualidade para a oferta combinada de produtos e serviços territoriais, gerando externalidades positivas e melhorias de renda.

Figura 02- Sistema de governança territorial e estrutura de uma CBST.



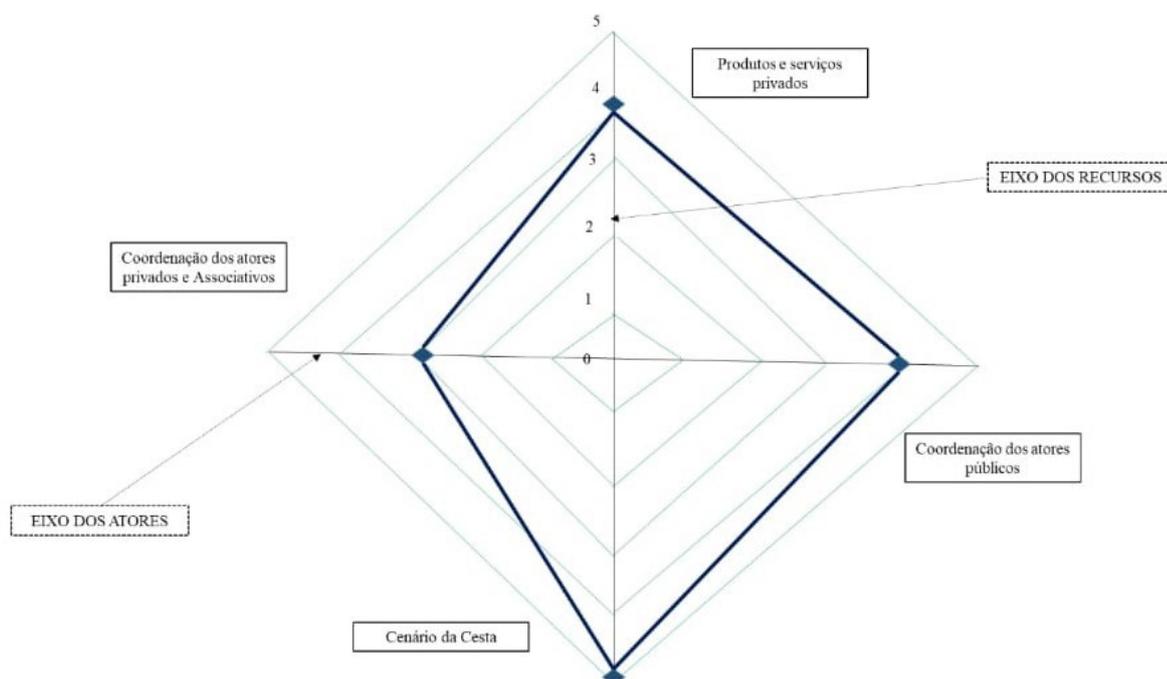
Fonte: Mollard (2005); Campagne e Pecqueur (2014) apud Cazella et al. (2020).

Estudos realizados na Europa, América Latina e África, que adotaram o enfoque da CBST para compreender processos de desenvolvimento de territórios rurais, colocam a governança territorial como um dos maiores desafios desse estilo de desenvolvimento. Isso se torna ainda mais relevante em realidades com elevada desigualdade social, como é o caso do Brasil. Com isso, é necessária a construção de uma articulação entre os diferentes atores de forma a possibilitar estratégias de desenvolvimento mais abrangentes. Ou melhor, a valorização dos recursos e ativos específicos deve ser associada a mecanismos de redistribuição dos benefícios, que impeçam ou dificultem a apropriação por atores historicamente melhores posicionados na hierarquia social (CAZELLA et al., 2020).

Estudos empíricos realizados nas regiões da Serra e no Extremo-Oeste de Santa Catarina, utilizando o enfoque da CBST, indicaram que estes territórios possuem quase todos os elementos (cenário e produtos e serviços específicos) para deflagrar um processo de desenvolvimento territorial a partir da valorização dos recursos territoriais específicos. Entretanto, persiste uma acentuada desarticulação dos atores territoriais implicados com cada uma das iniciativas, para que esses ativos territoriais específicos sejam interligados, valorizando-os de forma mútua. Até o momento, os atores responsáveis pela ativação de recursos territoriais específicos se apresentam isolados no território, buscando a valorização exclusiva dos seus produtos e serviços de qualidade (PAULA, 2019; CAZELLA et al., 2019; TECCHIO et al., 2020).

Com intuito de analisar e monitorar os diferentes elementos de conexão de uma CBST, os pesquisadores franceses elaboraram uma ferramenta metodológica chamada de “diagrama de análise territorial”. Esse diagrama é composto por dois eixos que se entrecruzam. O eixo horizontal representa o desempenho dos atores territoriais (públicos, privados e associativos) correlacionado à construção de um sistema de governança compartilhado; o eixo vertical corresponde aos recursos (produtos, serviços e cenário territoriais), variando numa escala qualitativa de 1 a 5. O eixo horizontal apresenta duas direções, uma à direita que corresponde à coordenação dos atores públicos e outra à esquerda que se refere à coordenação dos atores privados. Os atores associativos, por sua vez, contemplam os dois tipos anteriores, embora estejam mais correlacionados aos atores privados organizados em cooperativas, associações, condomínios etc. O eixo vertical apresenta dois sentidos: o superior para os produtos e serviços privados e o inferior para o cenário da cesta. A Figura 3, a seguir, se refere ao caso de Baronnies<sup>9</sup> (PECQUEUR, 2001; MOLLARD, 2001; HIRCZAK; MOALLA, 2010).

Figura 03. Diagrama de Análise Territorial



Fonte: Hirzcak; Moalla (2010) apud Cazella et al. (2020).

<sup>9</sup> As formulações francesas sobre esse diagrama não avançaram no sentido de elaborar indicadores para a atribuição de notas a cada uma dessas grandes dimensões. A equipe do projeto de pesquisa coordenado pelo LEMATE/UFSC está formulando critérios específicos com o propósito de suprir essa lacuna.

O diagrama de análise territorial é precedido por um inventário dos recursos territoriais, a partir de uma metodologia participativa, que contemplem os dois eixos do diagrama. O território de Baronnies, exposto no diagrama acima, apresentou um excelente cenário de composição da cesta, recebendo a pontuação máxima de 5; ótima qualidade nos produtos e serviços, recebendo a nota 4. Quanto o quesito da governança ou coordenação dos atores territoriais, a coordenação dos atores públicos obteve um ótimo desempenho, com nota equivalente a 4, mas o desempenho da coordenação dos atores privados não foi assim tão bom, recebendo nota 3 (CAZELLA et al., 2020). Como podemos observar, mesmo Baronnies sendo considerada uma referência de CBST, esse território não apresenta um desempenho de excelência em todos os quesitos no diagrama de análise.

Segundo Cazella et al. (2020), o diagrama de análise territorial aplicado em Baronnies revela deficiência da coordenação entre os atores privados, fragilizando o sistema de governança territorial como um todo. Como já foi exposto anteriormente, o bom funcionamento de sistema de governança depende de ações compartilhadas entre os atores, indicando, assim, um aspecto a ser fortalecido. Percebe-se que não existe uma cesta perfeita ou acabada capaz de atender satisfatoriamente todos os seus componentes, mas processos em construção, consolidação e ressignificação em distintos territórios. Essas situações em construção por iniciativas diversas de atores territoriais têm sido a norma constatada pelas pesquisas empíricas que, desde os anos 2018, vem sendo conduzidas no estado de Santa Catarina com o propósito de adaptar o enfoque da CBST para a realidade socioeconômica brasileira<sup>10</sup>.

Mesmo que alguns estudos mais recentes utilizem esse enfoque para analisar processos de constituição de IG enquanto estratégia de desenvolvimento rural no Brasil, um dos aspectos que necessita de maior reflexão é sobre qual tipo de sinal distintivo de uso coletivo seria mais compatível com uma oferta heterogênea e interligada de produtos e serviços de singularidade territorial (BLANCO; RIVEROS, 2004). Essa reflexão é parte da questão central desta dissertação, tendo como base o estudo da marca coletiva Sabor Serrano, gestada pelo consórcio público do CISAMA e utilizada por um conjunto de agroindústrias familiares da Serra Catarinense. Na próxima seção analisa-se a natureza da marca coletiva por meio de uma síntese histórica da legislação e seu potencial de ser associada a uma oferta combinada e diversificada de bens e serviços de qualidade territorial.

---

<sup>10</sup> Para maiores informações acerca da ressignificação e ajuste da CBST, principalmente para o contexto brasileiro, consultar o artigo de Cazella et al. (2020).

## 2.3 MARCA COLETIVA E A OFERTA DIVERSIFICADA DE QUALIDADE TERRITORIAL

As questões orientadoras para discutir o tema das marcas coletivas podem ser sintetizadas da seguinte forma: este tipo de marca apresenta elementos suficientes para ser associada a uma dinâmica de desenvolvimento territorial baseada no enfoque da CBST? Ou melhor, a marca coletiva é compatível com a criação de uma oferta diversificada de bens e serviços de qualidade territorial?

Não existe um consenso na comunidade científica sobre o início das marcas, porém o que se sabe, é que não se trata de um fenômeno novo na história, podendo remeter as pinturas rupestres na pré-história. No antigo Egito, por exemplo, os fabricantes de tijolos já imprimiam símbolos em seus produtos para identificá-los. No período medieval, os sinais distintivos<sup>11</sup> passaram a ter papel mais próximo das marcas comerciais da atualidade, servindo para distinguir e identificar produtos de determinados fabricantes na Europa. Na Escócia, no século XVI, destilarias gravavam seu nome a fogo nos barris de transporte do seu whisky como forma de identificá-los e de garantir a exclusividade de uso de seu nome. Enfim, não se atribuía um sentido comercial e simbólico à marca como atualmente, mas procurava-se registrar uma indicação de propriedade dos produtos (AAKER, 1988; KAPFERER, 1992; SOUZA, 2007; BARBOSA et al., 2015; COVAS et al., 2019).

No século XIX, em meio ao contexto da revolução industrial e ao aparecimento das primeiras associações, cooperativas, federações de pequenos produtores na Europa, os membros dessas organizações reivindicavam uma marca que pudesse ser utilizada pela coletividade, que não simplesmente atestasse a qualidade dos seus produtos, mas também sinalizasse sua origem e o modo de produção. Nesse período, não havia qualquer proibição quanto ao registro de marcas coletivas, mas também não havia qualquer regulamentação reconhecendo-as. Na França, por exemplo, as marcas de cooperativas, associações e demais entidades coletivas faziam pressão pelo reconhecimento de forma a se diferenciar das marcas individuais (SOARES, 1996 apud FARIA, 2011).

O aumento da importância da identificação dos produtos comercializados levou à realização de convenções e acordos comerciais entre os países, visando a proteção contra a concorrência desleal e as falsas indicações de procedência. Esse processo culminou com a

---

<sup>11</sup> Sinais distintivos ou signos distintivos são diversos sinais (como as marcas e as IG), capaz de identificar e diferenciar produtos e serviços e suas especificidades nos mercados. Integram o grupo da Propriedade Industrial que, por sua vez, constituem um campo maior e mais complexo da Propriedade Intelectual.

realização da Convenção da União de Paris (CUP)<sup>12</sup>, em 1883, considerada o marco mundial da Propriedade Industrial. Trata-se de um sistema que reúne marcas, patentes, proteção às falsas indicações de procedência, modelos de utilidade e desenhos industriais, entre outros. Em 1890, em Madri, por ocasião da primeira revisão da CUP, foi apresentado um Protocolo visando a proteção das marcas coletivas, que por não ter sido ratificado, não chegou a entrar em vigor (ANGULO, 2006).

Na Conferência de Bruxelas, em 1900, uma nova tentativa foi efetuada, tendo em vista a existência de um Projeto de Acordo para proteção de marcas destinadas às coletividades que resultou em uma Recomendação de Proteção das Marcas Coletivas. Finalmente, por ocasião da Conferência de revisão de Washington, em 1911, foi inserida na CUP o artigo 7, prevendo a proteção da marca coletiva. Esse artigo foi ampliado posteriormente, em 1934, pela Conferência de revisão de Londres. A partir desse momento, os países interessados foram aos poucos inserindo em suas legislações, disposições específicas para proteção da marca coletiva. A última Revisão da CUP, realizada em 1967, em Estocolmo, manteve a proteção das marcas coletivas (FARIA, 2011; REGALADO et al., 2012; BARBOSA et al., 2015). Conforme observado no documento original:

I - Os países da União se comprometem a admitir o registro e a proteger as marcas coletivas pertencentes a coletividades cuja existência não seja contrária à lei do país de origem, ainda que essas coletividades não possuam estabelecimento industrial ou comercial; II - Cada país será juiz das condições particulares em que a marca coletiva será protegida e poderá recusar a proteção se essa marca for contrária ao interesse público; III - Entretanto a proteção dessas marcas não poderá ser recusada a qualquer coletividade cuja existência não contraria a lei do país de origem em virtude de não se achar estabelecida no país onde a proteção é requerida ou de não se ter constituído nos Termos da legislação desse país (CUP, 1883, p. 29)

De acordo com Angulo (2006) e Barbosa et al. (2015), o texto desse artigo gerou problemas de interpretação na maioria dos países, por não trazer uma definição clara quanto ao sentido de “coletividade”: se fazia referência à organização titular ou aos usuários da marca coletiva, ou se a ambos? Isso levou a diferentes formas de interpretação e denominações pelos países consignatários, como por exemplo na França, Dinamarca e Irlanda, países que protegeram as marcas coletivas como Marca Coletiva de Associação e Marca Coletiva de

---

<sup>12</sup> A Convenção da União de Paris, assinada por 170 países, teve início sob a forma de ante-projeto, redigido em uma Conferência Diplomática realizada em Paris, em 1880. Um novo encontro foi convocado em 1883, para aprovação do texto.

Certificação. Já em países como a Itália, Grécia, Espanha, a proteção se deu com a denominação de Marcas de Garantia.

Nessa época, a própria noção de marca não estava bem clara. Segundo Souza (2007), essa situação só foi resolvida em 1994, por ação da então Comunidade Econômica Europeia, hoje União Europeia (UE), que propôs uma definição de marca aos seus estados membros, superando a noção de marca como um sinal *stricto sensu* diferenciador de produtos, abrindo possibilidades de atender também o setor de serviços. Como podemos conferir no conceito proposto:

Um sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, a forma do produto ou da respectiva embalagem, que façam distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas (SOUZA, 2007, p. 16).

No Brasil, a proteção explícita das marcas coletivas somente foi introduzida no ordenamento jurídico em 1996, por meio da Lei 9.279, denominada de Lei da Propriedade Industrial (LPI), marco legal da propriedade industrial no País, sobre a competência do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), que existe desde 1970 (BRASIL, 1996). O Manual de Marcas do INPI (2019, p. 16), define marca como sendo “o sinal distintivo, cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa”. Em relação à natureza, as marcas podem ser classificadas em três categorias, além da IG: marcas de produtos e serviços, marcas coletivas e marcas de certificação. No Quadro 2, apresenta-se de forma sintética as principais diferenças e aproximações dessas quatro categorias de signos distintivos.

Quadro 2 - Síntese das principais características dos signos distintivos brasileiros

<b>Características</b>	<b>IG</b>	<b>Marca produto/serviço</b>	<b>Marca coletiva</b>	<b>Marca de certificação</b>
Função	Identificar a procedência de produtos e serviços cuja reputação, qualidade ou outra característica se deva ao seu local de origem	Identificar e distinguir produtos e serviços	Identificar produtos/serviços da entidade coletiva titular da marca	Identificar o atendimento a normas ou especificações técnicas
Titularidade	Produtores e prestadores de serviço locais estabelecidos no	Requerente do registro	Entidade coletiva representativa de coletividade	Entidade certificadora, sem interesse direto

	local e que satisfaçam as condições de cada espécie de IG (IP e DO*)			
Condições para registro	Regulamento de uso; Delimitação da área geográfica; Comprovações relacionadas à espécie de IG solicitada	Inexistente	Regulamento de utilização	Documentação específica com critérios para atestar conformidade
Direito de uso	Restrito aos produtores/prestadores de serviços estabelecidos no local e atendimento aos requisitos de qualidade no caso da DO	Titular do registro	Membros ou associados a entidade titular da marca	Autorizados pelo titular da marca
Vigência da proteção	Indefinida enquanto existir as condições previstas para cada espécie de IG, independente de renovação	Dez anos renováveis indefinidamente	Dez anos renováveis indefinidamente	Dez anos renováveis indefinidamente

\*IP: Indicação de Procedência; DO: Denominação de Origem.

Fonte: adaptado de Barbosa et al. (2016)

Apesar dos avanços sobre a discussão dos limites e aproximações entre os signos distintivos, ainda persiste certo conflito, que em algumas situações só são resolvidos a nível judicial (WINKELMANN, 2014; SOUZA et. al., 2017; VIAGEM, 2019; BARBAT, CHAVARRO, 2019). A coletividade não se restringe à marca coletiva, mas a um grupo de sinais distintivos de uso coletivo, como as Indicações Geográficas e as Marcas de Certificação (BARBOSA et al., 2015).

Dos três tipos de marcas previstas na legislação brasileira, as que melhor permitem integrar elementos dos enfoques do DTS e, em particular, da CBST são as modalidades Marca Coletiva e a Marca de Certificação. De acordo com Regalado et al. (2012) e Barbosa et al. (2015), a marca coletiva pressupõe a existência de um sistema organizacional e operacional coletivo e visa sanar problemas comuns dos integrantes desse coletivo, como o acesso e criação de novos mercados, propiciar reputação e proteção frente à concorrência, atrelar certa identidade do território aos produtos e acessar políticas públicas destinadas a determinadas categorias sociais. Esse tipo de marca se volta de forma prioritária para pequenos produtores

que, de maneira isolada, dificilmente conseguem competir no mercado dominado por grandes corporações, mas que podem se tornar atores fortalecidos caso atuem de forma cooperada.

Quando pensamos na escala territorial, os atributos que definem a marca coletiva se tornam limitada, principalmente no que concerne a garantia da qualidade e segurança dos produtos e serviços. Nesse aspecto, pode ser necessário integrar elementos da Marca de Certificação, que não deixa de ser uma marca de uso coletivo, porque serve uma coletividade, mas com atribuições específicas. Segundo Angulo (2006), esse segundo tipo de marca pressupõe a existência de normas claras e precisas para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas. A Marca de Certificação aporta maior segurança ao consumidor em relação aos atributos de qualidade da marca, desde que esse segmento social seja informado a respeito do significado desse tipo de marca.

A Marca de Produto ou Serviço, na prática, é a mais adequada para empresas comerciais privadas, embora a legislação preveja sua utilização por iniciativa de uma organização pública. No entanto, a inexistência de vínculos com a coletividade a distância dos propósitos do desenvolvimento territorial sustentável, pois abre caminho para ações centralizadas e descendentes sem maiores canais de participação dos beneficiados, sejam eles produtores ou prestadores de serviços usuários da marca, sejam consumidores de produtos e serviços marcados. Essa ideia é reforçada pelo INPI (2013, p. 4) em edição especial dedicada a essa modalidade de marca, quando assume que sua função essencial está relacionada às “estratégias empresariais e publicitárias”, já que possibilitam a distinção dos seus produtos e, conseqüentemente, assistem na identificação das empresas que fabricam ou prestam serviços em um mercado, contribuindo, dessa maneira, para a definição da imagem e para a confiabilidade dos produtos e serviços prestados no mercado.

Quanto à IG, trata-se de uma categoria de selo de qualidade de caráter coletivo que vincula casos específicos de produto ou serviço com a construção de uma reputação e fatores naturais ou humano de uma região geográfica. Uma IG está relacionada ao uso exclusivo em um único produto ou serviço, característica que não atende uma oferta compósita, como a prevista na configuração de uma CBST, por não permitir a promoção da intersectorialidade e, conseqüentemente, a integração de atores sociais de distintos setores da economia. Uma IG pode ser, no entanto, um instrumento de fortalecimento de uma CBST, embora somente uma parcela de atores sociais se beneficiem diretamente desse selo distintivo. Os efeitos positivos de uma iniciativa dessa natureza sobre os demais produtos e serviços da “Cesta” representam um tema a ser analisado em cada situação específica. Diante da produção diversificada da agricultura familiar, Schneider e Ferrari (2015) apontam que as estratégias de valorização,

sobretudo, de produtos dessa categoria social devem levar em consideração a possibilidade de contemplar essa diversidade.

Sobre esse tema, um estudo recente sobre a IG de vinhos denominada Vales da Uva Goethe, produzidos na região do Sul do Estado de Santa Catarina, sinaliza para um possível processo de exclusão de pequenos vitivinicultores, a favor de produtores e proprietários melhor estruturados e inseridos nos mercados. Esse processo de exclusão se dá pela constituição de um efeito de “*bem de clube*”, uma espécie de barreira de proteção econômica definida como sendo um “monopólio de exclusão territorial” (HORA, 2019). Essa percepção não anula as possibilidades benéficas desse instrumento de promoção do desenvolvimento territorial, mas serve de advertência para a necessidade de se pensar em medidas complementares que permitam a inclusão de um maior número de produtores e prestadores de serviços associados numa perspectiva de desenvolvimento territorial sustentável (VELLOSO, 2008; ANJOS, 2012; DALLABRIDA, 2015; COVAS et al., 2019).

O Art. 123 da LPI estabelece que a marca coletiva é “aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada coletividade”. Segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI, 2003), uma marca coletiva geralmente pertence a uma associação ou cooperativa cujos membros possam utilizar esta marca coletiva para comercializar os seus produtos. Tais organizações geralmente estabelecem uma série de critérios para o uso da marca coletiva como requisito de utilização da marca. O Manual de Marcas do INPI (2019) considera que:

Marca coletiva é aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa (...). O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade. Portanto, podem utilizar a marca coletiva os membros da entidade detentora do registro, sem necessidade de licença de uso, desde que estejam previstos no regulamento de utilização da marca. Por sua vez, o titular da marca coletiva pode estabelecer condições e proibições de uso para seus associados, por meio de um regulamento de utilização (INPI, 2019, p.18).

Nessa mesma linha de raciocínio, Faria (2011) considera que a marca coletiva é uma marca, cuja titularidade do registro é atribuída a uma única pessoa (obrigatoriamente uma pessoa coletiva), porém seu uso é feito por qualquer pessoa por ela autorizada. Não é a titularidade da marca que é coletiva, mas sim o seu uso. As marcas coletivas não se destinam ao uso direto pelo seu titular, mas sim por terceiros autorizados e que preenchem as condições estabelecidas para o uso da marca.

Assim, a marca coletiva reúne as condições para ser utilizada em uma oferta diversificada de produtos e serviços associados, sob a coordenação de um ator representante de uma coletividade. Nas palavras de Muñoz-Nájar (2009), a marca coletiva nasce como parte da necessidade de atores privados, sobretudo os de pequeno porte, de se associarem ou agruparem para a oferta de produtos ou serviços em torno de objetivos comuns. O titular da marca poderá ser uma associação, cooperativa, ou grupo de pessoas sob uma personalidade jurídica. A característica particular que os une pode referir-se, por exemplo, à origem geográfica dos produtos ou serviços, ao modo de fabricação, aos materiais empregados, à sua qualidade, ou ao simples fato de pertencerem à entidade titular da marca coletiva.

O regulamento de utilização da marca coletiva é um documento obrigatório a ser apresentado durante o processo de reconhecimento. Disposto no Art. 147 da LPI, ele deve descrever as condições e proibições do uso da marca, sendo que todos os membros da entidade titular possuem o direito de utilizá-la, desde que cumpram as determinações presentes no regulamento de utilização (VIAGEM, 2019). Tal documento deve ser protocolado no prazo máximo de sessenta dias do depósito. Visando normatizar esse documento, o INPI publicou a Instrução Normativa PR nº 19/2013, com informações sobre o que deve constar como conteúdo do regulamento: i) descrição da pessoa jurídica requerente; ii) condições para eventual desistência do pedido de registro ou renúncia, parcial ou total, do registro da marca; iii) condições de utilização da marca, incluindo a forma de apresentação e demais aspectos referentes ao produto ou serviço a ser assinalado; iv) eventuais sanções aplicáveis no caso de uso inapropriado da marca. É fornecido um formulário que pode ser utilizado como modelo na elaboração (INPI, 2013).

Apesar das marcas coletivas ganharem importância e crescimento nos últimos anos, conforme se pode observar na Tabela 1, a realidade demonstra que esse instrumento ainda é pouco utilizado em comparação às outras modalidades de marcas. Segundo o boletim de propriedade industrial do INPI, no acumulado de janeiro-agosto de 2019, foram depositados 159.902 pedidos de marcas: 158.370 marcas de produtos e serviços (99%), 1.184 marcas coletivas (0,7%) e 348 marcas de certificação (0,2%) (INPI, 2019). Mesmo assim, o número de marcas coletivas é bem superior às IG existentes no país, que na atualidade somam algo em torno de 80 registros.

Quadro 3 - Pedidos de registro de marcas no INPI no período de 2013 a 2018 no Brasil

Ano	Marcas		
	Produtos/Serviços	Coletiva	Certificação
2013	162.122	1.057	243
2014	155.801	978	237
2015	157.411	946	352
2016	164.958	1.053	357
2017	184.397	1.287	419
2018	202.459	1.515	445
Total	1.027.148	6.836	2053

Fonte: Ajustado com base no Boletim informativo INPI (2019).

Segundo Faria (2011), a marca de produtos e serviços é muito mais utilizada, mesmo em casos de marcas com caráter de uso tipicamente coletivo. O registro desses sinais como marcas individuais pode ser devido às exigências peculiares ao regime jurídico das marcas coletivas. Para Carvalho (2004), a preferência pelas marcas individuais (produtos e serviços/empresarial), possivelmente, pode ser atribuída ao fato de que não se aplicam a essa modalidade as limitações quanto à legitimidade para requerer o registro, as quais existem no caso das coletivas. Além disso, para as marcas individuais não há a exigência de se juntar ao pedido de registro um regulamento de utilização da marca, podendo ainda ser livremente transmitida, enquanto o leque de habilitados a requerer o registro de marca coletiva é muito mais restrito quando comparado ao pedido de marca individual.

Em se tratando do uso das marcas coletivas por organizações de agricultores familiares, povos e comunidades tradicionais, ainda é uma prática pouco comum (CAPORAL et al., 2020). Porém, o não registro das marcas coletivas no INPI, não implica que elas não estão sendo utilizadas, mesmo que em menor proporção em relação às marcas individuais ou empresariais. De acordo com Ferrari et al. (2013), em estudo realizado com agricultores familiares no estado de Santa Catarina, num universo de 1.894 empreendimentos agroalimentares, 32% indicaram que usavam marcas sem registro; 12% utilizavam marcas registradas; 51% não utilizava marca e 5% não quiseram informar. Em estudos mais recentes junto a agroindústrias geridas por agricultores familiares em Santa Catarina, Reiter et al. (2019) verificaram que 43,3% dos empreendimentos pesquisados possuem marca individual e 30,2% marcas coletivas (algo entorno de 95 marcas coletivas), mas ainda existem 26% que não possuem marca.

Apesar do aumento do uso das marcas coletivas, muitos empreendimentos ainda não utilizam nenhuma modalidade desse tipo de selo. Na análise de Ferrari et al. (2013), isso pode estar associado às vendas desses produtos a partir de canais informais de comercialização (feiras livres, vendas diretas em domicílios, pontos de estrada, vendas na propriedade rural, rotas turísticas, entre outros), onde prevalecem mecanismos de confiança e reciprocidade na efetivação das transações mercantis. Porém, para os autores, esses laços de confiança podem ser reconhecidos pelos sinais, no rótulo, na embalagem e nas marcas, já que a produção familiar em pequena escala dá flexibilidade, permitindo rápidas alterações que prontamente atendem às exigências e gostos dos consumidores. A marca coletiva pode ser associada à tradição familiar, estabelecendo uma ligação entre a família do agricultor, sua cultura, suas tradições e os consumidores através dos alimentos com valor social. Para Schneider e Ferrari (2015), nas demandas mais ampliadas de comercialização, nas quais não é possível estabelecer um canal direto entre consumidor e produtor, iniciativas de marcas coletivas ganham relevância. Um desafio consiste em integrar nas marcas e selos coletivos a distintividade que caracteriza tais produtos e que facilita o reconhecimento do seu diferencial pelos consumidores. Isso pode se dar através da organização coletiva em pequenas cooperativas descentralizadas, compondo uma rede horizontal de mercantilização desses produtos, de forma a permitir o fortalecimento do poder de barganha e a posição comercial dos agricultores, dentro das novas cadeias agroalimentares territoriais.

Para Caporal et al. (2020), as instituições governamentais e não governamentais envolvidas com o desenvolvimento territorial têm um papel estratégico no apoio ao acesso às marcas coletivas pela agricultura familiar, povos e comunidades tradicionais. Nos últimos anos tem se observado maior articulação entre instituições no apoio a criação de marcas coletivas para a comercialização da agricultura familiar, como é o caso da atuação conjunto entre o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), no fomento e identificação de produtos em potencial para registro, o INPI, no apoio no processo de registro e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), nos estudos específicos sobre o setor ou mercado no qual atuam ou se pretende adentrar.

O apoio interinstitucional na construção de uma marca de natureza coletiva é fundamental, pois ela requer formas de organização sólidas, baseada na cooperação e colaboração territorial. A demanda de conhecimentos específicos, por vezes, foge do domínio de agricultores familiares, sobretudo no processo de registro, adesão às normas sanitárias, entre outros. Antes da construção de uma marca coletiva é importante que sejam observados os seguintes fatores: i) ações de fomento para o desenvolvimento e fortalecimento das

organizações locais; ii) organização dos diferentes elos das cadeias produtivas; iii) articulação com os consumidores e estratégias de comunicação e *marketing* dos produtos e; iv) necessidade de atender às exigências da legislação sanitária (CAPORAL et al., 2020). Além disso, é necessário avaliar previamente o ambiente interno da organização proponente para identificar e corrigir possíveis fragilidades. Em seguida, uma análise do ambiente externo precisa ser realizada para identificar as possíveis oportunidades e os desafios de utilização da marca coletiva. Entre os desafios encontram-se o reconhecimento de quem são os principais concorrentes, os mercados que se quer alcançar e suas exigências e quais são os principais gargalos para o transporte das mercadorias. Entre as oportunidades tem-se a redução de custos de insumos, a exemplo da compra coletiva de embalagens, compartilhamento de boas práticas de trabalho e gestão, entre outras (CAPORAL et al., 2020).

Um outro aspecto relevante de uma marca coletiva é sua capacidade de “metamorfosiação” para uma “marca territorial” através da mobilização dos conceitos de *marketing* e *branding* territorial, os quais são frequentemente confundidos. Enquanto o *marketing* territorial está relacionado com a estratégia de construção e promoção de divulgação de uma imagem territorial, o *branding* territorial está ligado à administração das marcas, tendo o intuito de criar valor e até mesmo personalidade ligada aos atributos territoriais. Com isso, a marca, além de seu valor econômico, serve para criar laços emocionais entre ela e o consumidor (BRITO; ZUZA, 2009; VARGAS; FROEMMING, 2015).

É preciso deixar claro, que a marca territorial não é uma modalidade de marca reconhecida pelo arcabouço jurídico brasileiro, ela é uma construção social para aumentar a ancoragem territorial dos produtos e serviços que a utilizam. Essa configuração de marca também é chamada de marca regional e tem se mostrado recorrente nos últimos trinta anos, podendo ser considerada uma tendência global, pois cria-se percepções, sentidos, valores, reputação que evidenciam, ao mesmo tempo, relações de poder por disputas simbólicas de identidade e imagem dos territórios (ALMEIDA, 2018). O *marketing* territorial atua nos aspectos da promoção e diferenciação entre lugares, a fim de fomentar o desenvolvimento, agregando valor aos serviços e à produção que são oferecidos. Tais aspectos são incorporados no sentido, valor, significado da marca, percebidos pelas pessoas e instituições do lugar (SAKR, DALLABRIDA, 2015).

#### 2.4 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO

É possível perceber uma nítida conexão entre a abordagem do SIAL que, por sua vez, está na origem da concepção do enfoque da CBST, e as marcas coletivas. Essas formulações teóricas (SIAL e CBST) e as marcas coletivas estão diretamente associadas à organização social (pesquisadores, agricultores, pequenos empresários e suas diversas formas de organizações), que estabelecem canais de proximidade e cooperação, a fim de se contrapor aos efeitos excludente do sistema capitalista. Seus conceitos invocam, de alguma forma, a ideia de território como unidade central para o desenvolvimento, a partir de um processo de identificação e valorização de recursos e ativos específicos, de forma a respeitar a diversidade cultural, a história, o saber fazer local, entres outros atributos materiais e imateriais do território.

O SIAL teve sua origem nas análises do SPL, a partir da qualificação territorial dos produtos da agroindústria familiar rural, mas sua utilização tende a focar em um único produto ou em uma cadeia produtiva específica. A CBST procura contemplar a criação de uma oferta compósita, diversificada e sinérgica de bens e serviços de qualidade territoriais, a partir da participação coordenada dos distintos atores implicados. Apesar do caso pioneiro estudado da Cesta de Baronnie, o produto líder (azeite de Nyon) ser reconhecido por uma IG, esse selo distintivo não representa uma pré-condição para a construção de uma CBST. Uma IG é de uso exclusivo em um único produto ou serviço, não podendo ser utilizada para todos os “ingredientes” de uma cesta. Já a marca coletiva permite ser utilizada numa estratégia de oferta diversificada de produtos e serviços, embora nada impeça seu uso conjunto com IG.

A marca coletiva ainda representa um potencial a ser utilizado e reconhecida no Brasil, em especial em ações formais de desenvolvimento territorial sustentável que adotem o enfoque da CBST. Entres os sinais distintivos reconhecidos pela legislação brasileira, a marca coletiva é o que mostra ser mais apropriado a atender uma produção diversificada de produtos agroalimentares e artesanato oriundos de formas organizativas da agricultura familiar e de outros atores sociais de médio e pequeno porte. Para tanto, estudos mais detalhados para compreender como se dá a sua construção social, a relação com requisitos legais como o sistema de inspeção sanitária ligada a agroindústria familiar de pequeno porte e os demais mecanismos para fortalecer a sua ancoragem territorial se fazem necessários.

### 3 CONSTRUÇÃO DA MARCA COLETIVA “SABOR SERRANO”: INTERFACES ENTRE AGROINDÚSTRIA FAMILIAR E O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Este capítulo analisa o processo de construção da MCSS pelo CISAMA. Inicia-se com uma breve caracterização histórica e socioeconômica do território da Serra Catarinense, dando uma visão geral do processo de ocupação e seus principais ciclos econômicos, como o tropeirismo, a pecuária extensiva, extração e produção florestal. De forma complementar se contextualiza a implementação a partir, sobretudo, dos anos 1960 da fruticultura de clima temperado, com destaque para a maçã, do reflorestamento com *pinus* e de alguns produtos emblemáticos do território ligada ao processo histórico-cultural e ambiental da região, como o queijo artesanal serrano, o pinhão e o mel de melato, além do crescimento de atividades ligadas ao turismo rural<sup>13</sup>.

Em seguida, discute-se o processo de criação do CISAMA, por se tratar da organização coletiva proprietária da MCSS. Trata-se de um consórcio público intermunicipal do tipo multifinalitário, criado em 2009, para atuar na prestação de serviços públicos de forma compartilhada entre os dezoito municípios da região. Uma de suas áreas de atuação é a prestação de serviço de inspeção sanitária de produtos agropecuários e a valorização das agroindústrias familiares. O CISAMA integra um arranjo institucional coordenado pela AMURES, porém, mesmo com estreita relação com essa associação de municípios, ambas são distintas do ponto de vista jurídico.

A construção da MCSS ocorreu em 2010 pelo CISAMA, inspirada em cinco experiências de marcas existentes nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com destaque para a experiência da marca coletiva Sabor Colonial da Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense (APACO). Seus propósitos iniciais consistiram em identificar e valorizar produtos das AIF regulamentadas pelos serviços de inspeção sanitária, em especial a adesão às normas do Sistema de Inspeção Municipal (SIM), acesso aos mercados formais de comercialização e a construção de uma imagem territorial.

#### 3.1 O TERRITÓRIO DA SERRA CATARINENSE: PRINCIPAIS ASPECTOS HISTÓRICOS E SOCIOECONÔMICOS

---

<sup>13</sup> Parte desse capítulo foi publicado na forma de artigo intitulado “A marca territorial Sabor Serrano: interfaces entre agroindústrias familiares e desenvolvimento territorial” nos anais do 58º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, realizado em 27 a 28 de outubro de 2020.

O histórico da ocupação espacial do território da Serra Catarinense revela que, até as primeiras incursões europeias ocorridas no século XVI, essa região era povoada por indígenas dos quais se destacam os Kaigáng e os Xoclung. Esses povos eram nômades e viviam em constante deslocamentos pela região, caçando e colhendo frutos para a sua manutenção biológica e social, sendo o pinhão a base alimentar, sobretudo, durante o inverno, pois esse fruto era encontrado com abundância em toda região. O projeto colonizador, implementado pela Coroa Portuguesa nos campos do Sul, impactou os meios de vida e a própria subsistência daquelas populações indígenas, fomentando conflitos entre as partes (ENCINA, 2013). Os conflitos étnicos com o colonizador foram moldados com violência de grupos de homens (os “bugreiros”, uma espécie de bandeirantes), que eram contratados para matar índios. Hoje não se encontra nenhuma tribo indígena estabelecida nessa região (ANDRADE; ROSA, 2018).

A partir do século XVII, com início da formação da economia aurífera no Brasil, com a descoberta de ouro em Minas Gerais, desencadeou um grande fluxo de pessoas que vieram de Portugal e do litoral nordestino para trabalhar na exploração. A administração colonial proibiu o desenvolvimento da pecuária e da agricultura na região mineradora. Tal ação tinha por objetivo reduzir ao máximo a quantidade de escravos envolvidos com outras atividades, que não tivessem ligação direta com a mineração. Isso numa época em que não se tinha estradas interligando as regiões, existindo apenas trilhas ou rotas abertas pelos nativos no meio da floresta (ENCINA, 2013).

Na segunda metade do século XVIII, o território da Serra Catarinense, em especial o atual município de Lages e seu entorno, ganhou importância econômica por se tornar a principal rota de transporte de gado e outros animais do Sul do País para as regiões envolvidas na mineração. A primeira rota de comércio estabelecida foi a do “Morro dos Conventos”, que passava pela Serra Catarinense, tornando o transporte mais econômico, uma vez que ela era realizada via terrestre, diferente da rota do entreposto de Laguna, na região litorânea, cujo transporte final era feito por navegação com barcos. Posteriormente foi construída a rota para Lages “Via Vacaria” (Rio Grande do Sul), momento que Lages assumiu importância econômica no cenário regional (BRANDT, 2012).

Essa nova rota tornou-se a principal passagem dos tropeiros que transportavam animais de Viamão (RS) à Sorocaba (SP) e que, depois, seguia para as regiões mineradoras. As paragens de “Lagens” já eram conhecidas desde 1661. Aos poucos, em função da existência de grandes áreas de campos nativos, Lages e arredores se transformaram também em centro de produção pecuária (carne e couro), para abastecer o mercado das minas. Isso contribuiu na ocupação da região, levando em 1766, à fundação da cidade de Lages, pelo bandeirante paulista

Antônio Correia Pinto de Macedo. Batizou-a assim, devido à abundância da pedra laje na região, mas o nome original era Nossa Senhora dos Prazeres dos Campos das Lajens, pertencente à Companhia de São Paulo (OLIVEIRA, 2016).

Segundo Branco (2001), a construção da sociedade lageana nasceu dividida em dois grupos: um pequeno número de famílias ricas, que detinha o poder sobre a terra e um grande número de homens e mulheres pobres, vivendo na condição de escravos, peões e agregados. De um lado, as famílias ricas recebiam a terra por meio da concessão de sesmarias, tornando-se grandes fazendeiros, que concentravam o poder político e econômico a partir do latifúndio. Essa forma de colonização acabou gerando uma característica bem distinta em relação às demais regiões do estado de Santa Catarina, pois somente no território da Serra Catarinense é que se configurou uma estrutura agropecuária assentada nas médias e grandes propriedades (BRANCO, 2001), perdurando por mais de 200 anos desde o final do Século XVII e início de XX (GOULART FILHO, 2002).

De outro lado, os pequenos agricultores familiares reprimidos e, portanto, de menor expressividade econômica coexistiam com as grandes fazendas. A eles era relegada as áreas marginais, com destaque para a “roça cabocla”, que consistia em práticas tradicionais de produção de alimentos em pequenas áreas praticadas pelos chamados caboclos, população miscigenada entre índio, negro e branco. Para os caboclos, o uso e a ocupação das áreas era mediante a configuração do ambiente natural, como por exemplo, os campos, que eram destinados para as frentes de pastos e a floresta, que tinha múltiplos usos, mas o mais comum era o extrativismo, como o da erva-mate e a coleta do pinhão. A criação de animais à solta era uma prática comum, tanto de bovinos quanto de suínos, com os animais de diferentes proprietários compartilhando os mesmos espaços. A produção era parte para autoconsumo, sendo o excedente comercializado com tropeiros, na base da troca (BRANDT; CAMPOS, 2014).

Algumas abordagens de investigação histórica possibilitam problematizar a memória da ocupação do território da Serra Catarinense. Segundo Branco (2001), há uma certa preocupação com a construção de um imaginário em torno da identidade com base no passado de luso-brasileiros ilustres estabelecidos no litoral. O conjunto de textos históricos produzidos não versavam sobre índios, africanos, italianos, alemães, entre outros que também participaram da construção social da região, mesmo que em menor proporção. Os alemães e italianos chegaram na região por meio de fluxos de migração espontânea vindos dos núcleos coloniais estabelecidos no estado catarinense a partir da segunda metade do século XIX.

Durante o período em que a economia catarinense iniciou seu processo de industrialização (1850 a 1914), a economia da região Serrana concentrou-se na exploração da madeira e na extração da erva-mate, uma vez que a produção pecuária era pouca expressiva devido ao sistema de criação extensivo. A partir de 1940, exploração da madeira da araucária (*Araucaria angustifolia*) intensificou-se, tornando a principal fonte de trabalho e renda da região. No auge deste período (1950 -1970), a “Princesa da Serra” como era chamada a cidade de Lages, chegou a responder por mais de 50% do imposto sobre a circulação de mercadoria estadual. Esse período ficou conhecido como “Ciclo da Madeira”, que enfraqueceu com o fim das reservas naturais causada pela superexploração (FLORIANI; FERT NETO, 2011).

Na década de 1970, com o declínio da exploração de madeira, foi observado o aparecimento de um cenário de precariedade social pelo forte êxodo rural e descontinuidade da base florestal da indústria local, devido ao esgotamento das reservas naturais de araucária, dando início a uma forte recessão econômica (OLIVEIRA, 2016). Lages, contudo, até 1986, mantinha-se como a terceira maior economia de Santa Catarina, indicando que o fim da araucária afetou a sociedade de forma distinta, devido à concentração de renda nas mãos dos madeireiros que, por sua vez, eram os mesmos pecuaristas de outrora. A venda da madeira possibilitou acréscimo à renda e ampliação das áreas de campo pelo desmatamento (GOULART FILHO, 2002).

A recessão econômica foi superada com o início de uma nova efervescência da atividade florestal no final do século XX, a partir da conversão e modernização da estrutura anterior para o reflorestamento, com espécies exóticas como de *pinus* (*Pinus elliotti* e *P. taeda*) e o eucalipto (*Eucalyptus* sp). Para Oliveira (2016), o ramo industrial de papel e de celulose constitui um dos segmentos industriais mais competitivos do estado, sendo responsável pela maior parte da renda industrial da região da Serra Catarinense. No entanto, percebe-se uma nítida concentração nos municípios de Lages, Otacílio Costa, Curitibanos e Campos Novos, com reflexos nos municípios vizinhos e de menor porte econômico, em especial, na produção de matéria-prima.

Apesar do dinamismo econômico dos municípios considerados polos regionais, registra-se um baixo aproveitamento da mão-de-obra liberada da agricultura, provocando um processo migratório contínuo para Lages, entre municípios do território da Serra Catarinense, e para o Litoral e Planalto Norte do estado. Isso determina uma característica regional marcante, que consiste na perda significativa da população rural, principalmente nos pequenos municípios, e na baixa taxa de absorção pelos empreendimentos urbanos. Por esse motivo,

vários municípios apresentam, ao mesmo tempo, taxas de crescimento populacional negativa e os maiores índices de pobreza do estado (OLIVEIRA, 2016).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Lages concentra 55% da população do território da Serra Catarinense, sendo que dos dezoito municípios que compõem esse território, nove têm menos de 5 mil habitantes. Dez apresentaram crescimento populacional negativo, a exemplo dos municípios Correia Pinto (-13,91%), Cerro Negro (-12,84%) e São José do Cerrito (-10,78%), os quais registraram as maiores taxas de decréscimo populacional (IBGE, 2020). Conforme acompanhamento da dinâmica populacional da AMURES, é possível observar que tal fenômeno de concentração e decréscimo populacional em certos municípios, vem sendo observado pelo menos desde o censo demográfico de 2000 e persistindo nos dias atuais. Além disso, esse território apresenta a maior incidência de Índices de Desenvolvimento Humano Municipais (IDH-M) considerados os mais baixos entre as seis mesorregiões do estado Santa Catarina. Lages é o município melhor posicionado quanto ao IDH-M, com 0,770 (73º posição estadual), enquanto Cerro Negro registra o menor IDH-M da região, com 0,621, ocupando a penúltima colocação entre os 295 municípios catarinenses (FECAM, 2018).

A partir de 1990, com a reestruturação produtiva e a implementação de novas atividades socioeconômicas de estímulo à agricultura familiar e desenvolvimento rural no estado, a região manteve sua produção baseada na pecuária extensiva de baixa produtividade, apesar da introdução de sistema de confinamento e avanços na bovinocultura de leite com o melhoramento genético do rebanho e da adoção de novas técnicas de manejo (FERREIRA, 2017). Na área agrícola, destaca-se a produção de maçã, pera, alho, feijão, batata, uva, banana, pinhão, entre outras. Atualmente, o município de São Joaquim é o maior produtor de maçã do País. Isso indica o potencial da fruticultura de clima temperado nessa região, com destaque também para os municípios de Bom Jardim da Serra e Urupema. Esse tipo de cultivo foi implementado na região por meio de distintas políticas públicas, a partir dos anos 1960, com destaque para os serviços públicos de pesquisa e extensão rural, bem como de incentivos fiscais (GOULART JUNIOR et al., 2016).

O cooperativismo e associativismo também ganharam força nesse período, com destaque para as seguintes organizações: Cooperativa Agrícola São Joaquim (SANJO), fundada em 1993; Cooperativa Frutas de Ouro, instituída em 1998 e da Cooperativa Regional Serrana (COOPERSERRA), existente desde 1977 no município de São Joaquim (EMERIQUE, 2008). Atualmente, a SANJO, formada por cerca de 80 cooperados, é uma das maiores produtoras de maçã do país, com 50 mil toneladas por ano em uma área plantada por seus associados de 1.240

hectares. A COOPERSERRA é especializada nas variedades de maçã Gala e Fuji e produz anualmente 18 mil toneladas em uma área plantada de 400 hectares por 97 cooperados. Além dessas cooperativas de maior porte tem-se a Cooperativa Agropecuária de Urupema (COOPEMA), fundada em 2013, e as cooperativas ligadas à produção familiar agroecológica e de base solidária, como a Cooperativa Ecológica dos Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana (ECOSERRA), existente desde 1999 em Lages, que reúne 330 famílias associadas e uma diversidade de produtos e parceiros; e a Cooperativa Ecológica de Agricultores de São Joaquim (ECONOVE), desde 2001, com 42 sócios, entre outras.

No associativismo, a Associação Vianeí de Cooperação e Intercâmbio no Trabalho, Educação, Cultura e Saúde (AVICITECS) foi fundada em 1988 pela ONG Centro Vianeí de Educação Popular. Essa ONG foi criada em 1983 por segmentos ligados à Igreja Católica, com atuação nos movimentos e organizações populares e na assessoria aos trabalhadores rurais organizados ou em processo de organização sindical ou a distintas formas de cooperação. Essa associação atua no assessoramento de processos nas áreas do cooperativismo de crédito; formação de jovens nas Casas Familiares Rurais; capacitação técnica e política através de Cursos de Educação Popular; produção agroecológica de alimentos; comercialização direta da produção; agroindustrialização artesanal e certificação de produtos agroecológicos. Também destaca-se a Associação Acolhida na Colônia de Agroturismo Ecológico (Acolhida na Colônia), fundada em 1999, na região, atua de forma mais específica nos municípios São Joaquim e Urubici, com 21 propriedades associadas; Associação dos Produtores de Queijo Artesanal Serrano da Serra Catarinense (APROSERRA), criada em 2013, a partir do processo de obtenção da IG, que contou com apoio e assessoria da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (EPAGRI), tem 68 produtores associados. E, por fim, mais no campo político-administrativo, a AMURES, fundado em 1968, que posteriormente estruturou o CISAMA, organização que será analisada de forma mais detalhada na sequência deste estudo dada sua correlação com a MCSS utilizadas por 70 AIF.

As AIF exercem um importante papel na agregação de valor dos produtos da agricultura familiar, estando entre os novos padrões de desenvolvimento rural emergentes do estado (MIOR, 2003, DURIGON, 2008; FERRARI et al., 2013) e caracterizam-se por uma elevada diversidade de produtos transformados, em paralelo às grandes cadeias agroalimentares globais baseadas nas *commodities* (MIOR, 2019). Em 2016, em todo o estado foram registradas 1.387 AIF, que comercializaram o equivalente a R\$ 250 milhões, gerando 5.126 postos de trabalho, sendo 76% familiares, 50% ocupados por mulheres e outros 656 postos de trabalho

por pessoas que haviam saído do campo e retornaram. Porém, a Serra Catarinense tem a menor expressividade quando comparada com as demais regiões do estado (REITER et al., 2019).

A pouca expressividade da AIF na Serra Catarinense decorre, possivelmente, do seu processo histórico de ocupação e de uma menor incidência de agricultores de descendência de europeus, que têm tradição na fabricação de produtos coloniais, bem como em processos de criação e consolidação de redes de cooperação e arranjos institucionais. Os estudos de Ferrari, (2003), Mior, (2003), Dorigon, (2008), Marcondes et al. (2012) e Kaenopp et al. (2016), ressaltam a importância dos imigrantes europeus no processo de desenvolvimento das AIF nas regiões catarinense, em especial na consolidação dos ditos “produtos coloniais” e na construção de redes de cooperação a partir de pequenas associações e cooperativas constituídas enquanto estratégias para resolver problemas comuns da categoria, a exemplo da formalização desses empreendimentos e o acesso aos mercados formais de comercialização.

Portanto, a história do processo de ocupação e o meio natural influencia a forma de viver da população local. O troperismo, os campos naturais, as grandes fazendas, a extração da madeira da araucária, o reflorestamento com *pinus*, o inverno rigoroso, a paisagem peculiar e alguns produtos como maçã, queijo serrano, pinhão, o mel de melato e o turismo rural representam potencialidades para desencadear um processo de desenvolvimento territorial com ênfase na CBST (CAZELLA et al., 2019; PAULA, 2020). Todos esses produtos e serviços têm sido alvos de processos de valorização, em sua maioria a partir da atuação de associações ou cooperativas, com apoio de instituições públicas e da sociedade civil, como é o caso da organização que levou à criação da MCSS pelo CISAMA. A próxima seção trata da forma de organização territorial a partir da ação do consórcio público intermunicipal, bem como das suas principais diferenças em relação à associação de município.

### 3.2 CONSÓRCIO PÚBLICO E A GESTÃO INTERMUNICIPAL COMPARTILHADA

Antes de iniciar a discussão sobre os consórcios públicos, cabe ressaltar que o CISAMA não é objeto principal deste estudo, razão que não se fará uma abordagem exaustiva do mesmo. Pretende-se tão somente entender a base legal do arranjo institucional que deu origem à gestão compartilhada da MCSS. A figura jurídica dos consórcios públicos intermunicipais, no cenário institucional brasileiro foi referenciada pela primeira vez na Constituição de 1937, em seu Art. 29, o qual autoriza municípios de uma mesma região geográfica a formar agrupamentos dotados de personalidade jurídica limitada a seus fins, visando a instalação, exploração e administração de serviços públicos comuns. No entanto,

somente a partir da década de 1980, esse arranjo prosperou frente à política descentralizadora estimulada na Constituição Federal de 1988 (HENRICHES; MOYANO, 2016). As constituições federais anteriores, ao tratarem da autonomia dos entes federados, dirigiam-se não aos municípios, mas aos estados, aos quais se atribuía a competência de organizar os municípios e até mesmo definir suas atribuições e a estrutura dos poderes municipais. Competia aos estados a criação de municípios e a elaboração da lei orgânica de municípios da sua base territorial (AZEVEDO, 2004).

Não obstante, consórcios públicos foram estabelecidos a partir de 2005, ano em que foi promulgada a Lei 11.107, que instituiu as normas gerais para a sua criação e funcionamento. A referida lei regulamentou o Art. 241 da Constituição Federal<sup>14</sup>, previu a partir da Emenda Constitucional 19/1998, a gestão associada de serviços públicos entre os entes federados. Dois anos após foi editado o Decreto 6.017/2007, que regulamentou particularidades a respeito da Lei 11.107/2005. Assim, o Decreto 6.017/2007 define consórcio público como:

[...] pessoa jurídica formada exclusivamente por Entes da Federação, na forma da Lei nº 11.107, de 2005, para estabelecer relações de cooperação federativa, inclusive a realização de objetivos de interesse comum, constituída como associação pública, com personalidade jurídica de direito público e natureza autárquica, ou como pessoa jurídica de direito privado sem fins econômicos (BRASIL, 2007).

Em síntese, os consórcios públicos consistem na união entre dois ou mais entes da Federação (municípios, Distrito Federal, estados e União), com a finalidade sem fins lucrativos de prestar serviços e desenvolver ações conjuntas, que visem o interesse coletivo e benefícios públicos. Já os consórcios públicos intermunicipais são aqueles arranjos formados entre municípios, embora seja possível a participação dos estados federados e da União<sup>15</sup> (BRASIL, 2017). Esse tipo de consórcio integra a administração indireta de todos os entes da federação consorciados que, por sua vez, estabelecem os objetivos do consórcio e as áreas de atuação. Para o cumprimento dos respectivos objetivos, um consórcio pode recorrer às três prerrogativas abaixo:

---

<sup>14</sup> Este artigo prevê que “a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios disciplinarão por meio de lei os consórcios públicos e os convênios de cooperação entre os Entes Federados, autorizando a gestão associada de serviços públicos, bem como a transferência total ou parcial de encargos, serviços, pessoal e bens essenciais à continuidade dos serviços transferidos” (BRASIL, 1988).

<sup>15</sup> Os consórcios públicos podem ser constituídos em dois níveis: horizontal, quando formado pela mesma esfera de governo (intermunicipal ou interestadual) e vertical, quando constituídos por entes de diferentes esferas de governo. A União pode se consorciar a municípios somente se houver o consorciamento de estados aos quais esses municípios pertencem (BRASIL, 2017).

I – Firmar convênios, contratos, acordos de qualquer natureza, receber auxílios, contribuições e subvenções sociais ou econômicas de outras entidades e órgãos do governo; II – Nos termos do contrato de consórcio de direito público, promover desapropriações e instituir servidões nos termos de declaração de utilidade ou necessidade pública, ou interesse social, realizada pelo Poder Público; e III – Ser contratado pela administração direta ou indireta dos entes da Federação consorciados, dispensada a licitação (BRASIL, 2005).

O CISAMA é um consórcio público intermunicipal de personalidade jurídica de direito público, por ser constituído por uma associação pública, no caso a Associação de Municípios da Serra Catarinense. Apesar da estreita relação entre a AMURES e CISAMA tratam-se de instituições distintas, mas complementares. Segundo Mascarenhas (2015), os consórcios surgem, geralmente, a partir do interesse das associações municipais de ampliar suas relações contratuais entre os entes cooperados, reforçando os laços de parceria, sem perder a autonomia. Para isso, é necessário que a arena política formada esteja previamente relacionada à produção de políticas públicas, o que exclui os fóruns regionais voltados apenas para a aproximação política entre os gestores municipais.

Segundo Marques (2003), as Associações de Municípios (AM) são entidades jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, com duração indeterminada e estatuto próprio, aprovado em assembleia geral. Vale ressaltar que existe uma discussão no meio jurídico sobre considerar uma AM como de direito privado. Na análise de Azevedo (2004), a AM deveria ser registrada como uma entidade de direito público, pois é constituída por pessoas jurídicas de direito público, mantidas por contribuições pecuniárias de origem pública, voltadas para finalidades públicas e dependente de lei, sem a qual não é possível contribuir para a associação e confirmar a condição de associado.

No Brasil, o movimento de criação de AM data do início da década de 1960, com a iniciativa da Associação dos Municípios do Vale do Rio dos Sinos (AMVRS) no Rio Grande do Sul. O estado de Santa Catarina é também um dos pioneiros com a fundação da Associação dos Municípios do Meio Oeste Catarinense (AMMOC), em 1961. A AMURES, foi criada em 1968, sendo a quinta AM do estado (MARQUES, 2003). Atualmente, em Santa Catarina existem 21 AM e a Federação Catarinense de Municípios (FECAM), que é uma entidade integrativa das AM, tendo por objetivo fortalecer a gestão pública municipal e dar voz aos prefeitos. A FECAM foi criada em 1980, com o propósito principal de fortalecer os municípios por intermédio de associações para fazer frente ao forte centralismo federal imposto pela Ditadura Militar (FECAM, s/d).

A AMURES foi constituída sob a liderança dos prefeitos de Lages e São Joaquim, com apoio da antiga Superintendência de Desenvolvimento da Região Sul e de empresários locais,

dentre os quais membros da família Ramos<sup>16</sup>. O associativismo municipal em Santa Catarina recebeu influência das tradicionais formas de cooperativismo e associativismo existentes na economia rural do Estado, fruto do capital social que contribuem na organização social e a formação de redes de relações, normas de comportamento, valores, confiança, obrigações e canais de informações, que cria e sustenta as associações (MARQUES; DIAS, 2003).

O debate mais atual a respeito das AM está relacionado com o Projeto de Lei do Senado, o PLS N° 486/2017, aprovado pela comissão de assuntos econômicos do Senado Federal em setembro de 2019, com o objetivo de regulamentar as AM. Nesse projeto de lei, essas associações são reconhecidas como organização representativa de interesses comuns dos municípios nas áreas política, técnica, científica, educacional, cultural e social. Esse instrumento jurídico permite às AM representar os municípios perante instâncias públicas judiciais e extrajudiciais, inclusive órgãos de governo, participar da elaboração de projetos de lei, prestar assessoramento a seus filiados, firmar convênios com organismos nacionais e internacionais, indicar membros para órgãos colegiados. Porém, é proibido às AM a realização da gestão associada de serviços públicos, sendo uma prerrogativa dos consórcios públicos, regidos pela Lei 11.107/2005 (SENADO FEDERAL, 2020).

Os consórcios públicos intermunicipais despontam como uma alternativa de fortalecimento e integração dos governos locais a partir da colaboração recíproca para a consecução de fins convergentes, que não se solucionariam pela atuação isolada dos municípios. Esses consórcios trazem consigo inovações na gestão pública, que propiciam a execução de serviços e políticas públicas com maior eficiência, agilidade, transparência, além de racionalizar e otimizar o uso dos recursos públicos (HENRICHES; MOYANO, 2016; CALDAS, 2007), podendo se constituir como um ator coletivo importante dentro do arranjo interinstitucional das políticas de desenvolvimento territorial (ZANELLA FILHO, 2011).

Quanto à finalidade, o consórcio público pode ser específico também denominado temático<sup>17</sup>, quando atua em uma área específica, ou multifinalitário, nesse caso com várias áreas de intervenção. O modelo organizacional deve considerar se a finalidade do consórcio é atividade fim ou atividade meio, para que haja sinergia administrativa em busca da eficiência e resultados (HENRICHES; MOYANO, 2016). O primeiro consórcio criado pela AMURES em

---

<sup>16</sup> Família tradicional de origem açoriana estabelecida em Lages com forte influência política e no meio empresarial. Constitui-se uma das principais oligarquias que acompanharam todos os movimentos políticos mais importantes do século XX sem ceder à primazia da política estadual. O caso exemplar foi Celso Ramos, fazendeiro de Lages, governador do estado de Santa Catarina no período de 1961-1966 e senador de 1967-1975.

<sup>17</sup> Essa modalidade foca uma área específica de atuação, o que inviabiliza agregar outras áreas de intervenção. Na área da saúde é comum a existência dessa modalidade de consórcio.

1997 foi do tipo específico, o Consórcio Intermunicipal de Saúde, com o propósito de realizar ações e compras conjuntas buscando reduzir custos de serviços especializados que, o Sistema Único de Saúde não disponibiliza na região. Já o CISAMA, criado em 2009, é do tipo multifinalitário<sup>18</sup>, com atuação inicialmente prevista em quatro áreas: saneamento básico, meio ambiente (com foco no abastecimento público de água, coleta de resíduos sólidos, esgotamento sanitário e drenagem urbana), sanidade dos produtos de origem agropecuários (com foco no Serviço de Inspeção Municipal) e segurança alimentar. Posteriormente, sua atuação foi ampliada para as áreas de direitos humanos e assistência social, iluminação pública, saúde fiscal, educação municipal e infraestrutura.

Conforme relatado em entrevista, um dos fatos que agilizou a criação do CISAMA foi a integração das áreas de saneamento e meio ambiente. A ação de alguns prefeitos da região em Brasília, em busca de recursos para saneamento básico na Fundação Nacional de Saúde, resultou na percepção da impossibilidade de repasse de recursos para os municípios com menos 50 mil habitantes, conforme restrições estabelecidas pela Lei 11.445/2007. Uma das formas para receber esses recursos seria através da constituição de um consórcio público. Assim, o consórcio que era para ser de uma única finalidade foi convertido para quatro áreas de atuação. Então, em 29 de agosto de 2009, o CISAMA foi constituído, conforme podemos observar na redação preliminar do Estatuto Social publicado em 2010.

Art. 1 °. – O Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar - CISAMA, é pessoa jurídica de direito público interno, do tipo associação pública, dotada de independência decisória e autonomia administrativa, orçamentária e financeira.

(...) Art. 7 ° - O CISAMA atuará em regime de estreita cooperação entre os consorciados e com outras entidades públicas, privadas e da sociedade civil, nacionais e/ou estrangeiras, formalizadas através do instrumento Contrato de Programa (CISAMA, 2010).

As primeiras alterações no Estatuto Social do CISAMA foram feitas em 2012, para ampliar as áreas de atuação. Além da inserção de novas áreas conforme já foi explicitado, também foi alterado a denominação do Consórcio, que restringia a atuação nas quatro áreas iniciais. Como podemos constatar nas deliberações aprovadas na ata da assembleia geral extraordinária ocorrido no dia 19 de novembro de 2012.

---

<sup>18</sup> Os consórcios que foram formados nos moldes da Lei 11.107/2005 tendem a ser multifinalitários, por permitir agrupar várias demandas com atividades-meio em uma mesma pessoa jurídica, otimizando as estruturas de pessoal, equipamentos, materiais e instalações para gerir os programas que serão implementados no decorrer do processo evolutivo do consórcio.

Art. 1º. – O Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar – CISAMA, doravante denominado Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense - CISAMA é pessoa jurídica de direito público interno, do tipo associação pública, dotado de independência decisória e autonomia administrativa, orçamentária e financeira.

§ 1º - Ficam preservadas as situações jurídicas consolidadas sob atuação do Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar de forma que o Consórcio Intermunicipal Serra Catarinense – CISAMA o sucederá em direitos e obrigações, em conformidade com este contrato de consórcio público, aprovado na assembleia geral extraordinária realizada no dia 19/11/2012 e ratificado por lei por todos os entes consorciados.

§ 2º - O ente da Federação não designado no Protocolo de Intenções somente poderá integrar o CISAMA mediante a alteração do Contrato, aprovada pela Assembleia Geral e ratificada, mediante lei, por cada um dos entes já consorciados (CISAMA, 2012).

Na época, alguns prefeitos manifestaram uma certa preocupação quanto à incorporação de muitas áreas de atuação pelo Consórcio: “é preciso ter um certo limite na ampliação de um consórcio multifinalitário para que possa ter viabilidade na prestação dos serviços e suas obrigações legais, pois os consórcios precisam de uma estrutura perante os órgãos de controle, como: contabilidade, assessoria jurídica, administração, entre outros” (SECRETÁRIO EXECUTIVO DO CISAMA). Necessita, portanto, de estudo mais apurado sobre essas modalidades de consórcios e seus limites e potencialidades.

O Estatuto Social do CISAMA traz os seguintes princípios orientadores: atuação integral, unicidade, descentralização, participação ampla, controle social, intersetorialidade, interdisciplinaridade e pluralidade. A sua diretriz é baseada na sustentabilidade nas dimensões ambientais, sociocultural e econômico. Para atender tais dimensões, o CISAMA se compromete na conservação e preservação dos ecossistemas, a inclusão social, garantia de direitos humanos, valorização da identidade popular e da cultura, articulação de recursos locais para gerar oportunidades de trabalho e renda, fortalecendo as cadeias produtivas.

Esses compromissos serão considerados na discussão sobre os fatores e as motivações que levaram à construção da MCSS, bem como a sua operacionalização e gestão pelo Consórcio. Na próxima seção, retomaremos a discussão do Estatuto Social do CISAMA, de forma mais específica na análise de construção da marca coletiva Sabor Serrano.

### 3.3 AS AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES FACE À LEGISLAÇÃO: O CASO DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO

A regulamentação das agroindústrias familiares de forma a garantir a qualidade territorial e sanitária de seus produtos, associada ao uso de marcas e sinais coletivos, tem sido objeto de análise de diversos estudos (MIOR, 2010; VENTURIN; MEIRELES, 2014; MIOR et al., 2019; REITER et al., 2019; PREZZOTO, 2020). Esses trabalhos discutem a emergência de redes de cooperação e suas estratégias para a resolução dos mais variados problemas enfrentados pelas agroindústrias. Entre outras estratégias adotadas pelos empreendimentos agroindústrias de base familiar, destaca-se a utilização de sinais e marcas coletivas para conferir uma certa distintividade territorial dos produtos nos mercados associados a serviços de inspeção sanitária. Na maioria das vezes, trata-se da constituição de redes de cooperação territorial de pequenos agricultores familiares em parceria com instituições governamentais e não governamentais, que isolados dificilmente conseguiriam atender os requisitos legais do processo de regulamentação de seus estabelecimentos, abrindo espaço para integrar mercados formais de comercialização.

Em estudos na região do Oeste catarinense, Dorigon (2008) e Ferrari et al. (2013) apontam que a maioria das agroindústrias familiares iniciaram suas atividades de maneira informal e, geralmente, na cozinha de suas casas. Somente após ter seu mercado construído na informalidade e com uma demanda suficiente é que buscam procedimentos para a sua formalização. A constituição de uma AIF representa um processo de reconfiguração de recursos promovidos pela agricultura familiar em conjunto com suas organizações associativas e com o apoio do poder público. Os produtos processados anteriormente eram destinados, em boa parte, para o autoconsumo familiar rural (valor de uso), principalmente para o consumo na entressafra. Com o passar do tempo passaram a ser um produto comercial (valor de troca), enquanto mais uma fonte de renda adicional da unidade agrícola de produção familiar. Destaca-se a importância do protagonismo das mulheres no processo de desenvolvimento e consolidação desta atividade econômica no meio rural.

Entre as políticas que contribuíram para o desenvolvimento das AIF no Estado de Santa Catarina, destaca-se a integração dos projetos Pronaf Agroindústria<sup>19</sup> do MAPA e do Programa Desenvolver (CNPq/FUNCITEC) implementados em 1998 nas regiões Sul e Oeste catarinense, sendo o ponto de partida para afirmação da organização dos agricultores interessados em ampliar a escala, atender aos requisitos da legislação sanitária e fiscal, reduzir custos de *marketing*, selos, marcas e rótulos. Essas ações oportunizaram parceria

---

<sup>19</sup> Linha de Crédito de Investimento para Agregação de Renda que objetivava prover recursos para investimento em atividades que agregassem renda à produção e aos serviços desenvolvidos pelos beneficiários do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar.

interinstitucional e organização dos agricultores em redes, bem como processos de aprendizagem coletiva que serviram de base para o fortalecimento das agroindústrias. Também merece registro o projeto “Agregação de Valor” como aporte da extensão rural catarinense, instituído em 1997 e ainda vigente, com a denominação “Gestão de negócios e mercado” desde 2008.

De forma complementar, entre 2002 e 2009, o projeto “Microbacias 2” coordenado pela EPAGRI teve intensa atuação na organização comunitária dos agricultores, tendo apoiado várias inovações de ordem organizacional. Na sequência, o Programa Santa Catarina Rural, executado de 2010 a 2017, teve por objetivo melhorar a competitividade de empreendimentos rurais de agregação de valor, abrangendo redes de cooperação já existentes bem como iniciativas novas (MIOR et al., 2019). Além disso, grupos de agricultores familiares dispostos a agroindustrializar seus produtos contaram com o apoio de ONG, a exemplo do Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo (CEPAGRO), Centro Vianei de Educação Popular e APACO, bem como do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina (CCA/UFSC), entre outras parcerias envolvendo organizações governamentais e não-governamentais (PREZOTTO, 2005).

A definição de AIF, segundo Mior (2010, p 246), refere-se a “uma organização em que a família rural produz, processa e/ou transforma parte de sua produção agrícola e pecuária, visando, sobretudo, a produção de valor de troca que se realiza na comercialização”. Esse tipo de agroindústria se caracteriza pela utilização de máquinas e equipamentos de menor escala, matéria-prima própria em sua maior parte e, por vezes, complementada pelo fornecimento de vizinhos, bem como processos artesanais próprios com a predominância da mão de obra familiar. Em algumas situações pode-se ter empreendimentos associativos, que reúnem várias famílias.

As normas que reconhecem a especificidade das AIF representam uma conquista histórica das organizações representativas da agricultura familiar, mas na atualidade o desconhecimento de sua aplicabilidade no processo de formalização dos empreendimentos agroindustriais figura como um dos principais obstáculos (PREZOTTO, 2020). Um estudo desenvolvido pela EPAGRI indica que quase a metade das AIF de Santa Catarina apresenta alguma pendência quanto à sua formalização (48%). Dessa parcela, 82,6% necessitam adotar procedimentos relativos às normas sanitárias, em especial entre aquelas que processam produtos de origem animal (REITER et al., 2019). Destaca-se, que o principal problema para a formalização e a questão da inspeção sanitária principalmente para as unidades de pequeno porte de base familiares e artesanal.

O Decreto nº 7.216/2010 determina que o Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária (SUASA) deve atender as especificidades regionais e locais, além das diferentes escalas de produção, com especial atenção para a AIF de pequeno porte. Para tanto, atribui aos municípios a edição de normas específicas que atendam esses produtores. Ou seja, cada município de forma individual ou organizado em consórcios públicos pode estabelecer as suas próprias normas. Tais normas devem facilitar o processo de legalização dessas agroindústrias, sem impor obstáculos ligados à estrutura física dos estabelecimentos, mas resguardando a saúde dos consumidores e o meio ambiente (BRASIL, 2010).

A equivalência das normas dos Serviços de Inspeção Municipal (SIM) ao Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA) do SUASA representa a capacidade de diferentes serviços de inspeção e certificação de atingirem objetivos comuns de proteção sanitária sem que necessariamente utilizem os mesmos procedimentos e ações. Isso permite às agroindústrias familiares o acesso a mercados formais de comercialização em todo território nacional (ROCHA, 2015). Essa possibilidade representa uma importante mudança para os empreendimentos da agricultura familiar, pois, no sistema anterior era praticamente impossível uma pequena agroindústria familiar obter o registro de inspeção estadual e federal, restringindo, com isso, o acesso aos mercados mais distantes (PREZOTTO, 2016).

Com o propósito de ampliar o comércio municipal das agroindústrias regulamentadas pelo SIM, o governo do estado de Santa Catarina através da Assembleia Legislativa instituiu a Lei nº 17.515/2018, autorizando as agroindústrias familiares de pequeno porte com o SIM a comercializar seus produtos nos municípios integrantes da associação de municípios a que pertencem, sem necessitar do registro no Sistema de Inspeção Estadual (SIE). Conforme Decreto nº 10.032/2019 e a Instrução Normativa nº 29/2020 do MAPA, quando o SIM é executado por consórcios públicos de municípios, torna-se possível o livre comércio desses produtos nos territórios dos municípios integrantes do consórcio. Já com a equivalência do SIM ao SISBI-POA, medida instituída por meio da Portaria nº 01, de 13 de janeiro de 2020, os produtos podem ser comercializados em todo território nacional sem necessitar do registro no Sistema de Inspeção Federal (SIF). Porém, na prática, isso dificilmente ocorre em função das diversas exigências para a equivalência, conforme veremos no capítulo 4.

A construção da marca Sabor Serrano se deu de forma conjunta com a constituição do serviço de inspeção sanitária na região. As primeiras discussões acerca da criação desta marca iniciaram-se em 2007, quando o Centro Vianezi de Educação Popular, entidade da sociedade civil, que atua na região desde 1983, elaborou um plano de ação visando a criação de um consórcio para fins de adesão ao SIM e equivalência ao SUASA para o território da Serra

Catarinense. Esse plano previa a criação de uma marca coletiva para identificar os produtos das agroindústrias regulamentadas pelo serviço de inspeção. O referido plano foi submetido à então Secretaria de Desenvolvimento Territorial do extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário e ao também extinto Ministério do Desenvolvimento Social<sup>20</sup>, que na época promovia a constituição na região de um Consórcio de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local. Segundo Mascarenhas (2015), esses ministérios articulavam um conjunto de políticas públicas, as quais visavam estimular arranjos territoriais em regiões de baixo índice de desenvolvimento com objetivo de promover a cooperação entre municípios, em prol da segurança alimentar e do desenvolvimento local.

Essa intenção de constituir um consórcio intermunicipal acabou sendo incorporada na agenda da AMURES, que já geria uma experiência bem-sucedida de um consórcio intermunicipal na área da saúde. Assim, a partir do plano elaborado pelo Centro Vianeí, a AMURES instituiu o CISAMA em 2009. No plano de ação constava que a proposta de criação dessa marca tinha por inspiração cinco experiências exitosas existentes na região sul do país, a saber: marca Terra Viva do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, existente desde 1996; Fundação Municipal 25 de Julho em Joinville, instituída em 1966<sup>21</sup>; marca da Associação de Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral, criada em 1996; marca Sabor Gaúcho, com pedido de registro concedido pelo INPI em 2012, ligada à certificação municipal de AIF no Rio Grande do Sul e, por fim, a marca Sabor Colonial da Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense, reconhecida pelo INPI em 2010, cuja equipe técnica do CISAMA chegou a realizar um intercâmbio para conhecer essa experiência. O relato abaixo de um dos principais atores responsáveis pela criação do CISAMA e da MCSS, ex-assessor técnico do Vianeí, sintetiza a origem dessas duas iniciativas.

Eu venho para a AMURES em 2009, para executar o plano de trabalho elaborado pelo Centro Vianeí de Educação Popular, em 2007, para instituir um consórcio para fins de adesão sanitária da AIF. Esse plano já previa a construção de uma marca tendo como referência, as cinco experiências mais exitosas: o MST com a marca Terra Viva; a APACO com Sabor Colonial, Fundação Municipal 25 de Julho, que tem 51 anos, o programa deles de agroindústria o mais antigo do estado; o Sabor Gaúcho no Rio Grande do Sul e a AGRECO (...), mais sim, o programa de agroindústria do CISAMA não nasceu do zero, não foi inventado a roda, foi baseado nos cinco melhores programas e experiências que estavam em curso no estado relacionada a AIF (Secretário Executivo do CISAMA)

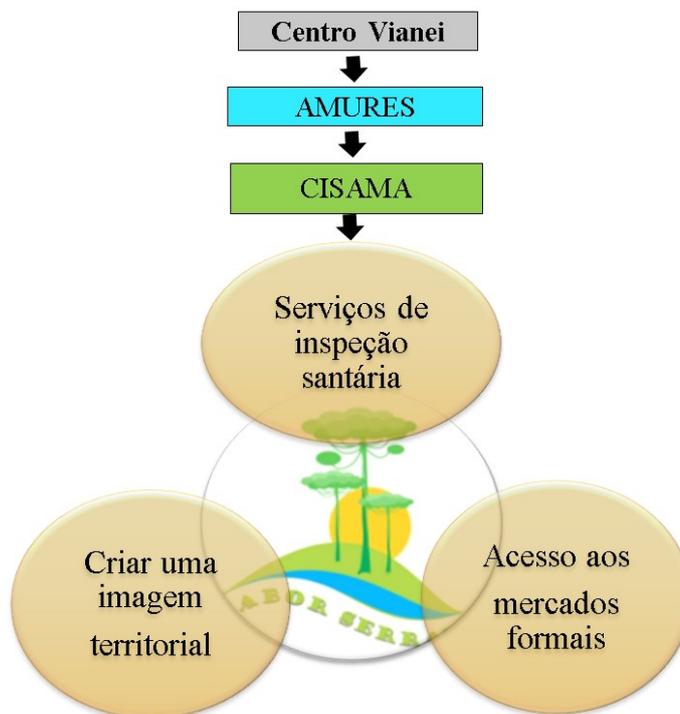
---

<sup>20</sup> Extintos pelo governo interino de Michel Temer, em 2016, após o afastamento da presidente Dilma Rousseff, sob a justificativa de uma possível reforma ou reorganização ministerial.

<sup>21</sup> Sobre essa Fundação não foi verificado no escopo desta pesquisa a existência propriamente de uma marca coletiva, tratando-se de uma experiência pública de apoio às AIF pelo poder público municipal de Joinville.

De forma sintética é apresentado na Figura 04 os principais atores e propósitos iniciais da criação da MCSS.

Figura 04: Principais atores e propósitos da construção da MCSS.



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Um ponto em comum nos relatos da maioria dos entrevistados foi que essas experiências tiveram como principal inspiração o Programa de Verticalização da Pequena Produção Agrícola do Distrito Federal (PROVE/DF)<sup>22</sup>, que subsidiou a criação da Lei Federal nº 1.825/1998, a qual previu incentivos e estabeleceu normas relativas ao tratamento diferenciado e simplificado para a Unidade Familiar de Processamento Agroindustrial. A construção da MCSS está associada ao programa de atenção à sanidade de produtos de origem agropecuários, responsável pela coordenação dos SIM e ao programa de desenvolvimento da agricultura familiar pela agregação de valor – “Desenvolver Serra”<sup>23</sup>, ambos coordenados pelo

<sup>22</sup> O PROVE/DF constituiu-se em uma iniciativa pioneira visto que foi uma das primeiras políticas pública que buscou neutralizar os entraves que impediam e/ou dificultavam os agricultores familiares de processar e comercializar os seus produtos. Entre outros avanços adaptou a legislação sanitária do Distrito Federal, facilitou o acesso ao crédito e buscou qualificar os agricultores para o processamento e comercialização dos seus produtos. Entre 1995 e 1998, o Programa financiou 118 agroindústrias, beneficiando 178 famílias, porém, com a troca do governo do Distrito Federal em 1998, e uma gestão extremamente ligada ao poder público, essa política pública deixou de vigorar (SANTOS, 2006).

<sup>23</sup> Esse segundo programa já existia desde de 2006 no âmbito da AMURES e, posteriormente, passou a ser coordenado pelo CISAMA.

CISAMA, com suporte financeiro da SDT/MDA. O Art. 11 do Estatuto Social do CISAMA, especifica seus principais objetivos nessa área de intervenção:

i) integrar os Serviços de Inspeção dos Municípios entre si e ao Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária – SUASA, visando garantir a sanidade agropecuária, desde o local da produção primária até a colocação do produto final no mercado; ii) orientar e assessorar os produtores rurais, industriais e fornecedores de insumos, distribuidores, cooperativas e associações, industriais e agroindustriais, atacadistas e varejistas e quaisquer outros responsáveis ao longo da cadeia de produção para garantir a sanidade e a qualidade dos produtos de origem animal e vegetal; iii) constituir ou contratar equipes de assistência técnica, responsáveis pela inspeção e pelo programa de apoio e desenvolvimento da agroindústria familiar, integrando as iniciativas em rede de maneira a construir conjuntamente estratégias de viabilização dos empreendimentos com ações de capacitação, assistência técnica, análise econômica e gestão das agroindústrias, assessoria na elaboração de perfis agroindustriais e implantação/adequação de agroindústrias familiares frente à legislação sanitária, ambiental, fiscal, previdenciária e tributária, projetos de custeio e investimento e relação com mercado consumidor.

Apesar da MCSS ter sido criada para atender as agroindústrias regulamentadas pelo serviço de inspeção sanitária oferecido pelo CISAMA, a partir da adesão ao SIM e SISBI-POA, seu uso não se restringe às agroindústrias regulamentadas por esses serviços, já que eles são exclusivos para as agroindústrias que processam produtos de origem animal. Conforme Prezotto (2016), a regulamentação das agroindústrias que processam produtos de origem vegetal é mais simples e menos burocrática, sendo de competência do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, ligada na esfera federal à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, na esfera estadual à Secretaria Estadual da Saúde e na esfera municipal à Secretaria Municipal da Saúde por meio dos serviços de Vigilância Sanitária de cada um dos municípios. O CISAMA trabalha em conjunto com esses órgãos para que as agroindústrias que processam produtos de origem vegetal sejam regulamentadas.

De um total de 70 agroindústrias identificadas como usuárias da marca, 24% correspondem a agroindústrias que processam produtos de origem animal. A maior parte delas, com 76%, transforma, portanto, produtos de origem vegetal. Até o atual momento, somente a Cooperativa de Criadores de Frango Caipira Salto dos Marianos (COOPERSALTO), localizada no município de São José do Cerrito, obteve a equivalência do SIM ao SISBI-POA. Segundo Milano e Cazella (2021), a COOPERSALTO é uma cooperativa que envolve doze famílias e se dedica à produção de frango caipira, cuja qualidade é diferenciada em função do sistema produtivo ser extensivo. A criação dos frangos se dá nas propriedades familiares, porém a gestão e operação do abatedouro são efetuadas de forma cooperada. A referida cooperativa não utiliza a MCSS. Essa organização faz parte de certo número de empreendimentos que são

regulamentos pelo serviço de inspeção do CISAMA, mas não empregam a marca nos seus produtos finais. A utilização da marca é opcional para as agroindústrias regulamentadas, mas para a sua utilização é obrigatório que a agroindústria seja regulamentada pelo sistema de inspeção e vigilância sanitária. A Figura 05, a seguir, apresenta a utilização da MCSS em três diferentes produtos, sendo dois associados ao SIM (queijo serrano e mel) por se tratar de produtos de origem animal e o pinhão, sem o SIM, por ser um produto de origem vegetal.

Figura 05: Uso da MCSS em (A) queijo artesanal serrano, (B) mel e (C) pinhão moído congelado.



Fonte: CISAMA (2019) e cedida pela pesquisadora Marja Milano.

Atualmente, a MCSS é utilizada em 702 produtos de um conjunto de 70 agroindústrias. Trata-se de uma diversidade de produtos, a exemplo do queijo artesanal serrano, pizza, frango, banha, lingüicinha frescal de suíno congelada, iogurtes, sorvetes, sucos, rosca de coalhada, pão integral, macarrão caseiro, bolos, vagem orgânica, pinhão, mel, hortifrutigranjeiros, entre outros. Entre esses produtos, verificou-se a referência nos seus rótulos de denominações como

artesanais, coloniais e orgânicos, sendo que a maioria pertencem a categoria dos panificados (48%). Conforme identificado por Cazella et al. (2019) e Paula (2019), o queijo artesanal serrano, o mel de melato da bracatinga (*Mimosa scabrella*) e o pinhão apresentam as características para serem considerados ativos territoriais específicos, com potencial para compor e qualificar uma CBST na região. O próprio sistema organizacional operado pelo CISAMA para gerir a MCSS configura uma novidade social que possibilita conceber o conjunto das AIF associadas à marca como um ativo territorial específico. Trata-se de fazer diferente e melhor da forma como os demais territórios fazem nesse tipo de produção (PECQUEUR, 2005).

Entre as 70 AIF usuárias da marca foram identificadas oito agroindústrias que trabalham com Queijo Artesanal Serrano (QAS), cinco localizadas no município de Lages e as três restantes em Urubici, Capão Alto e São Joaquim. Porém, isso não significa que só exista essas agroindústrias de QAS regulamentadas pelo SIM na região, já que nem todas as agroindústrias regulamentadas por esse serviço fazem uso da marca. Segundo Schlichting et al. (2015), em 2013, em função do processo de obtenção da IG do QAS foi criada a Associação de Produtores de Queijo Artesanal Serrano da Serra Catarinense (APROSERRA), que integra cerca de 70 produtores desse produto. Já o projeto “O Queijo Artesanal Serrano”, implementado desde 2009 pela EPAGRI, revela a adequação de 34 queijarias, visando a adesão ao SIM. Tal projeto serviu de base para a promulgação da Lei 0316.7/2015, que dispõe sobre a produção e comercialização do QAS em Santa Catarina.

O QAS é considerado um dos produtos com maior tipicidade da Serra Catarinense, por possuir sabor, qualidade e textura influenciada pelo ambiente, clima, vegetação, solo e tradição, ligada ao saber-fazer do povo serrano que remonta ao período do tropeirismo do Século XVIII. Ou seja, representa um produto com forte identidade territorial e relevância histórica, social, cultural e econômica da agricultura familiar serrana (YAMAGUCHI et al., 2016). O seu processo de fabricação é totalmente artesanal, produzido em pequenas quantidades, a partir de leite cru, ordenhado de vacas de raças cruzadas de corte, criadas de forma extensiva e alimentadas com pasto nativo (CÓRDOVA et al., 2015; CRUZ; SANTOS, 2016). Com isso, em 2020, o QAS foi contemplado com a IG na modalidade Denominação de Origem (DO).

Segundo Ceolin et al. (2020), o QAS é produzido há mais de 200 anos, de modo tradicional por produtores familiares, sendo um alimento de subsistência, mesclado com outras atividades para compor as receitas dos estabelecimentos rurais. De acordo com Velho et al. (2011), durante o ciclo do tropeirismo, esse produto era carregado no lombo de mulas, juntamente com couro, crina e charque, sendo utilizado como moeda de troca por produtos que não eram produzidos na região. Segundo Durigon (2008) e Wilkinson et al. (2017), ao se

referirem aos produtos coloniais e, em especial, aos queijos coloniais, trata-se de um produto feito principalmente pelas mulheres como uma extensão das atividades da cozinha, inicialmente voltado para o autoconsumo familiar.

Quando o QAS passa a ganhar importância na fonte de renda familiar, sua produção começa a enfrentar muitas dificuldades quanto ao enquadramento às normas de regulamentação sanitárias vigentes no país. Tal situação levou à informalidade da maioria das AIF produtoras do QAS, colocando tanto os produtores quanto os consumidores em situação de insegurança. Para os consumidores, por um lado, não há garantia de estar adquirindo o legítimo QAS, nem garantia sobre a qualidade sanitária do produto. Os produtores, por outro lado, são tratados como transgressores ou criminosos por venderem um produto artesanal, tal como seus antepassados faziam (PREZOTTO, 1999; RIES et al., 2012). Isso desencadeou movimentos de resistência e lutas pelo reconhecimento do saber fazer artesanal, levando à criação de vários dispositivos legais que amparam a produção e comercialização de queijos artesanais de leite cru (MIOR, 2019).

Porém, em estudos recentes na região, Ceolin et al. (2020) consideram ser necessário refletir melhor sobre a seguinte questão: por que, mesmo caracterizado por um saber-fazer já consolidado, possuindo legislação própria aprovada, atualmente o número de produtores de QAS com agroindústrias regularizadas ainda é pouco expressivo? Em estudos em dezesseis municípios integrantes do território do QAS nos Campos de Cima da Serra do Rio Grande do Sul, somente sete municípios apresentaram estruturação mínima frente a Lei nº 14.973/2016, que dispõe sobre a produção e a comercialização do QAS.

Segundo os autores, a legislação exigida ainda não condiz com a forma de produção artesanal desse produto. Entre outros aspectos, o aumento do tempo de maturação mínima de 10 a 15 para 60 dias, exigindo aumento de estrutura para a guarda dos queijos, representa uma das principais barreiras à adesão de um maior número de AIF. Além do mais, o período mais longo também demanda mais capital de giro dos produtores, dada a escala reduzida de produção. Outro aspecto está relacionado com a deficiência de aporte financeiro para a adequação das instalações para atender as exigências técnicas das normas sanitárias. Também existe dificuldade de compreensão do produtor sobre as exigências legais, bem como os entraves culturais, pois ao serem fiscalizados, os produtores sentem-se intimidados (CEOLIN et al., 2020).

Observou-se, por meio da pesquisa, que a maioria das agroindústrias produtoras de QAS e que usa a MCSS se dedica exclusivamente à produção desse tipo de queijo e raramente fabrica outro subproduto do leite, à exceção da coalhada, como é o caso da agroindústria Queijo

Colonial Lemhluhl de Lages. Já a maioria das agroindústrias que trabalha com panificados e doces mantém uma produção diversificada. Também foi percebido, tanto a partir das entrevistas quanto na pesquisa documental e bibliográfica, a ausência de iniciativas que combinem o QAS com os demais produtos da região, numa perspectiva de formação de uma oferta conjunta, diversificada e territorializada.

Assim como o QAS, o mel de melato de bracinga é outro produto singular da Serra Catarinense, pois é produzido nas regiões mais altas de Santa Catarina. Sua produção está associada à árvore de bracinga que, ao ser infestada pelos pequenos insetos conhecidos como cochonilha (*Tachardiella* sp.), produz uma secreção açucarada transformada em mel durante a estação de inverno pela ação de abelhas melíferas (*Apis mellifera*). Esse tipo de mel apresenta características peculiares, com destaque ao fato de ser menos adocicado e mais escuro do que o mel floral, além de possuir maior quantidade de minerais e de vitamina C, que agem como antioxidante e anti-inflamatório (DORTZBACH et al., 2020). Além disso, esse mel é produzido a cada dois anos, período que corresponde ao ciclo de vida da cochonilha (AZEVEDO, 2017).

Nos dados de registros das agroindústrias usuária da MCSS junto ao CISAMA foi identificada apenas uma agroindústria produtora de mel de melato, localizada no município de Lages, e quatro agroindústrias que trabalham com o mel floral (mel comum) nos municípios de Capão Alto e Correia Pinto. A maioria dos apicultores da região ou não está regulamentado pelos serviços de inspeção sanitária do CISAMA ou fazem uso de marcas próprias para não aparecerem no registro de controle de emissão da MCSS. Vale mencionar que o CISAMA adota normas sanitárias específicas para regulamentação de agroindústrias que trabalham com mel e outros produtos derivados de abelhas. Além disso, a exemplo do QAS, parte da produção e comércio do mel de melato, apesar da existência de ações de valorização do produto, ainda é realizada na informalidade.

De acordo com Azevedo (2017), o mel de melato, embora pouco conhecido no Brasil, é um dos méis mais valorizado no mercado europeu. Em 2017, foi reconhecido como um dos quatro melhores méis do mundo no 45º Congresso Internacional de Apicultura, realizado em Istambul, na Turquia. Por tais especificidades, esse mel obteve em 20 de junho de 2021 a IG junto ao INPI, na categoria Denominação de Origem, resultante de uma ação conjunta entre EPAGRI, Federação das Associações de Apicultores de Santa Catarina (FAASC), UFSC e SEBRAE de Santa Catarina.

Outro produto típico da Serra Catarinense que se destaca é o pinhão. Das 58 agroindústrias que processam produtos de origem vegetal, dezesseis (33%) trabalham com

pinhão, com destaque para o município Correia Pinto, com nove agroindústrias, e São Joaquim e Lages com, respectivamente, três e duas agroindústrias. Ao contrário do QAS, o pinhão é processado conjuntamente com outros produtos agroalimentares. Esse é o caso das agroindústrias Pátria Livre, que além do pinhão moído, produz 46 outros tipos de produtos e da Panificados Coloniais, que registram 25 diferentes produtos. A maioria das agroindústrias que processa pinhão comercializa na forma cozido congelado, cozido triturado e moído congelado, embalados em sacos plásticos de 500 g e 1 kg, conforme observado na Figura 4.

O pinhão faz parte da identidade cultural da população serrana, o que levou o poder público de Lages a organizar a Festa Nacional do Pinhão em 1990, sendo um dos mais tradicionais eventos em Santa Catarina. Realizada durante 10 dias entre maio e junho, reúne atrações musicais, além de gastronomia típica da região e apresentações culturais e recebe em média 300 mil pessoas (AMARAL; FICHINO, 2014). Segundo o Coordenador do Centro Vianeí, o pinhão é um dos produtos chaves da região, por estar intimamente relacionado com as estratégias agroalimentares de agricultores familiares e de povos e comunidades tradicionais, uso e conservação dos sistemas florestais, manutenção das paisagens naturais e de bens culturais imateriais associados à agrobiodiversidade. Em estudos recentes, Magnanti (2019), constatou que a Serra Catarinense contribui com 80% da produção estadual de pinhão, com um total de 2.751 ton./ano, gerando uma receita de R\$ 5,13 milhões, a um preço médio de R\$ 2,17/kg. Os municípios de Paineira, São Joaquim e Bom Jardim da Serra são os maiores produtores. Destaca-se que a maior parte dessa produção provém de áreas de regeneração da floresta de araucária.

A floresta de araucária sofreu intensa pressão durante o ciclo de exploração da madeira, o que fez entrar na lista de espécies ameaçadas de extinção (MANTOVANI et al., 2004). Em Santa Catarina, a floresta de araucária cobria 42,5% do estado e hoje resta algo em torno de 1% a 5% da área original, sendo que a maior parte está localizada em áreas de povos e comunidades tradicionais, como áreas indígenas, comunidades quilombolas e, principalmente, de agricultores familiares (SILVA et al., 2015). Sobre esse tema, destaca-se a atuação do Centro Vianeí junto a agricultores associados à Cooperativa Ecológica de Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana (ECOSERRA) com o propósito de promover a conservação das araucárias em sistema agroflorestal e o extrativismo sustentável do pinhão (MAGNANTI, 2019).

O pinhão, o mel de melato e outros produtos identificados como agroecológicos ou orgânicos usuários da MCSS apresentam uma forte associação com a temática do desenvolvimento sustentável, uma vez que suas práticas de manejo e formas organizacionais contribuem direta ou indiretamente para a conservação e recuperação dos ecossistemas naturais.

Segundo Mollard (2001) e Cazella et al. (2020), o enfoque da CBST tem uma correlação direta com a preservação do meio ambiente, pois a preservação da paisagem e da biodiversidade é a base do “cenário” sobre o qual se assentam os recursos e ativos territoriais. Portanto, ações de degradação ambiental são incompatíveis com esse enfoque, a exemplo das práticas agrícolas baseada nas grandes monoculturas. Esse é o caso nesse território das grandes áreas com monocultivos de *pinus*, principal matéria-prima das indústrias de papel-celulose existentes na região (CAZELLA; BÚRIGO, 2009).

Um estudo recente realizado no território da Serra Catarinense a partir do enfoque da CBST indica que esse território possui quase todos os elementos (cenário, produtos e serviços específicos) para deflagrar um processo de desenvolvimento territorial a partir da valorização dos recursos territoriais específicos (CAZELLA et al., 2019). Todavia, persiste uma acentuada desarticulação dos atores territoriais implicados com iniciativas de valorização de produtos e serviços típicos. Até o momento, os atores responsáveis por ativar recursos territoriais específicos, a exemplo das ações de criação das IG do QAS e do mel de melato, se limitaram a valorizar exclusivamente o seu produto (PAULA, 2019). Resta ainda um longo percurso a ser trilhado no sentido de articular as distintas iniciativas no sentido de conformar uma oferta heterogênea e complementar de produtos e serviços territoriais de qualidade.

Nesse sentido, a persistência de um percalço legal correlacionado à MCSS pode, ao invés de representar um problema, ser uma oportunidade. O CISAMA tem a titularidade de uma outra marca coletiva denominada “Saber Serrano”, reconhecida em 2018 pelo INPI, ligada a produtos do artesanato e serviços, mas ainda não utilizada. Já a MCSS, apesar de beneficiar desde 2012 um número expressivo de agroindústrias familiares, seu processo de reconhecimento pelo INPI está inconcluso. Em consulta à base de dados do INPI, observou-se que o primeiro pedido de registro da marca foi solicitado em 2010 pela AMURES, mas o processo foi arquivado. Em 2012, um segundo pedido foi realizado já em nome do CISAMA, sendo indeferido por motivo da marca ser considerada igual ou colidente com outra marca já registrada no banco de dados do INPI<sup>24</sup>. Esse processo de registro ainda se encontra em andamento, mas com possibilidade de ser novamente arquivado. Diante disso, existe uma discussão no âmbito do CISAMA quanto à possibilidade da MCSS ser substituída pela marca coletiva Saber Serrano, passando a atender não só os produtos da AIF, mas também serviços

---

<sup>24</sup> Segundo o parecer de indeferimento do INPI, “a marca reproduz ou imita os seguintes registros de terceiros, sendo, portanto, irregistrável de acordo com o inciso XIX do Art. 124 da LPI: Processo 820588997 (SABOR DA SERRA). Art. 124, reprodução ou imitação, no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante” (INPI, 2020).

considerados de qualidade territorial, com destaque para o turismo rural e artesanatos, com destaque para aqueles correlacionados à gastronomia. Quem sabe, esse imbróglio jurídico represente um impulso na direção dos preceitos da CBST. No entanto, independentemente do desfecho sobre o reconhecimento legal da marca, ela tem cumprido a relevante função de tornar boa parte das AIF da Serra Catarinense regulamentadas no que se refere aos quesitos legais de segurança sanitária e ambientais, propiciando o comércio de distintos produtos das atuais 70 AIF em mercados competitivos, além de aportar segurança sanitária aos consumidores que os adquirem.

### 3.4 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO

A construção da MCSS pelo CISAMA foi inspirada em cinco experiências semelhantes existentes em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, com destaque para a Marca Sabor Colonial, gerida pela APACO. Todas essas experiências, de alguma forma, tiveram por referência o extinto PROVE do Distrito Federal. Na Serra Catarinense, tanto a criação da marca, como do próprio CISAMA, teve apoio do Centro Vianei, organização com destacada ação junto à agricultura familiar serrana. O processo de construção da MCSS está associado a duas áreas de ação do CISAMA. A primeira se refere ao programa de atenção à sanidade de produtos de origem agropecuários, cujo principal objetivo consistiu na adesão das AIF de pequeno porte ao SIM e na sua equivalência ao SISBI-POA do SUASA. A segunda está vinculada ao programa de desenvolvimento da agricultura familiar pela agregação de valor – “Desenvolver Serra”, que construiu a MCSS com o propósito de identificar e diferenciar os produtos da AIF aderidas ao SIM nos mercados formais de comercialização.

A gestão pública da MCSS destinada a atender AIF dos dezoito municípios da região da Serra Catarinense apresenta-se como um importante campo de investigação científica, na perspectiva da formação de redes inter-organizacionais e do papel do Estado e das políticas públicas nas novas formas de ações coletivas direcionadas à promoção do desenvolvimento territorial sustentável e, em particular, da agricultura familiar. O processo de mudança na relação dos produtores com os mercados de consumo passa a exigir produtos com qualidade e identificação de procedência. Ou seja, os consumidores devem ser informados por meio de sinais distintivos de forma a identificar com segurança a fonte e a qualidade dos produtos.

Alguns pontos da MCSS ainda precisam ser elucidados e aprofundados com novos estudos: Quais os principais benefícios oferecidos pela marca aos proprietários de agroindústrias familiares? Quais as normas (formais ou informais) que regulam o uso da Marca?

Quais as principais características operacionais dessas agroindústrias? Quais os principais mercados utilizados? Qual é a origem da matéria-prima principal transformada nas agroindústrias? A Marca estabelece algum vínculo entre produtor e o consumidor? Que tipo de informação a Marca passa para os consumidores dos produtos “marcados”? Quais são as principais normas da Marca que acarretam na exclusão de outras agroindústrias familiares existentes na região? Quais são os fatores limitantes para que AIF ainda não regulamentadas possam se ajustar a essas normas e quais seriam os custos financeiros médios para sua operacionalização?

Em que pese esses questionamentos é possível afirmar que a MCSS representa uma ferramenta de desenvolvimento territorial sustentável, pois representa uma organização coletiva em prol da resolução de problemas comuns associados à formalização de AIF, a exemplo das normas de inspeção sanitária, que asseguram maior qualidade e segurança sanitária aos produtos e, por extensão, aos consumidores. Ao possibilitar o acesso dessas agroindústrias a mercados formais, a essa marca contribui para o desenvolvimento territorial sustentável, em especial na sustentabilidade ambiental através da oferta de produtos que contribuem para a preservação e recuperação dos ecossistemas naturais, além da possibilidade de ser aprimorada com a adoção do enfoque da CBST, de forma a revelar uma imagem territorial atrelada à cultura, saber fazer, paisagem e clima. Em outros termos, a MCSS pode avançar do estágio atual para a valorização de recursos territoriais específicos sejam na forma de produtos das AIF, sejam associados a serviços de qualidade territorial empreendidos por micro e pequenas empresas.

#### **4 O SISTEMA DE GOVERNANÇA DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO: TRAJETÓRIA E DESAFIOS PARA FORTALECER A ANCORAGEM TERRITORIAL**

Neste capítulo pretende-se analisar o sistema de governança da marca coletiva Sabor Serrano a partir das normas do sistema de inspeção sanitária, em especial a adesão ao SIM, compartilhada entre os dezoito municípios consorciados sob a reponsabilidade do CISAMA. Na primeira parte se faz uma breve caracterização da noção de governança concebida como um processo de coordenação de atores sociais e de instituições (públicos, privados e associativos) com a finalidade de atender objetivos comuns discutidos coletivamente, tomando como referência as normas sanitárias do sistema de inspeção e vigilância sanitária usada como principal requisito de concessão da marca pelo CISAMA. Isso permite que as agroindústrias aderidas a esse sistema de normas sanitárias comercializem seus produtos agroalimentares a nível municipal ou no território do consórcio responsável pelos serviços de inspeção. Com a criação do SUASA em 1998, os municípios de forma individual ou consorciados podem receber a equivalência do SIM ao SISBI-POA, possibilitando a comercialização em todo território nacional, sem necessitar da adesão ao Sistema de Inspeção Federal.

Apesar da importância das normas que constituem o sistema de inspeção e vigilância sanitária, necessárias ao processo de formalização dos empreendimentos agroindustriais nas suas diversas etapas de processamentos dos alimentos a serem comercializados, a discussão deste capítulo questiona se a pura aplicação dessas normas de forma setORIZADA e centrada no poder público não representa uma fragilidade do processo de constituição de um sistema de governança que vise a valorização conjunta de bens e serviços de qualidade territorial.

Por fim, apresenta-se a distribuição do número de agroindústrias por municípios na região, além da classificação conforme a origem dos produtos processados (origem animal, vegetal e panificados), concluindo com uma análise dos desafios e oportunidades para o fortalecimento da ancoragem territorial da marca coletiva a partir da adoção do enfoque da CBST e da concepção de uma “marca territorial”. Cabe aqui uma referência às dificuldades analíticas de natureza empírica sobre o tema da governança impostas pela pandemia do Covid-19. A intenção inicial de realizar pesquisa de campo junto às famílias rurais que gerem agroindústrias usuária da marca tornou-se inviável, inclusive via entrevistas remotas. Com isso, a análise sobre o tema ficou muito associada às informações obtidas de gestores do CISAMA, sem ter o contraponto dos beneficiários da marca coletiva, além da análise das legislações relacionadas à vigilância sanitária de produtos agropecuários.

#### 4.1 UMA BREVE NOÇÃO SOBRE GOVERNANÇA E SUA IMPORTÂNCIA NO DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Para iniciar, ressalta-se que é praticamente inexistente na literatura científica brasileira estudos sobre o tema da governança de marcas coletivas. Embora exista estudos que correlacionem a governança e o desenvolvimento territorial, os mais próximos da temática em questão tratam da governança de IG (FANTE; DALLABRIDA, 2016; DALLABRIDA et al., 2016; NIEDERLE et al., 2017; CONEJERO; CÉRSAR, 2017). Esses autores apresentam um debate teórico acerca da noção de governança de IG, que abarca múltiplas áreas do conhecimento, com destaque para a sociologia, ciência política, administração, economia, geografia e direito, entre outras. Assim, a análise pode assumir sentidos distintos, a depender da perspectiva disciplinar adotada e do contexto aplicado, sendo, portanto, um conceito polissêmico.

A palavra governança não é recente e perpassa por diversos períodos da história e “assume significados específicos em determinadas épocas e em alguns países”. A governança remonta à Idade Média, pois já no século XIII o termo era utilizado para designar toda a administração de uma região. O conceito foi referência em regimes especiais de governo em províncias anexadas, tal qual ocorreu na França, ou em contextos particulares da Inglaterra do século XIV, quando a palavra foi inicialmente utilizada em língua inglesa (PIRES et al., 2017, p. 2).

Porém, o termo governança foi introduzido na literatura científica em 1937, pelo economista britânico Ronald Coase, em análise empresarial, sem causar grande repercussão. A partir dos anos 1970, começou a ganhar relevância, por ser utilizado para designar os dispositivos operacionais de coordenação eficaz, aplicação de normas, poder e organizações, mas ainda restrito às discussões do meio empresarial (MILANI; SOLINÍS, 2002). Todavia, sua maior visibilidade se deu com a publicação do relatório do Banco Mundial sobre a África em 1989, ao fazer referência à necessidade de uma boa governança dos países em desenvolvimento, como uma gestão inspirada nas empresas privadas dos países avançados (HERMET et al., 2014). O termo passou a ser utilizado, também, desde meados dos anos 1980, nas análises de políticas públicas, sobretudo nas análises da gestão de organizações públicas (RODRIGUES; MALO, 2006).

A partir dos anos de 1990, a noção de governança começa a ser empregada para designar todos os procedimentos institucionais das relações de poder e das formas de gestão públicas ou privadas, tanto formais como informais. Com isso tem-se um afastamento, portanto,

da distinção público/privado numa perspectiva mais horizontal e menos hierárquica ou vertical (HERMET et al., 2014). Um maior nível de complexidade ocorre a partir dos anos 2000, devido ao caráter interdisciplinar e aos diversos contextos de sua utilização, abrangendo empresas, instituições, organismos governamentais ou não governamentais, com o propósito de articular a coordenação das interações políticas entre membros e setores da sociedade (PIRES et al., 2017).

De modo geral, segundo Romero e Farinós (2011), a noção de governança pode ser organizada em dois polos principais. No primeiro, estão as abordagens que sobrevalorizam o caráter empresarial, como as que versam sobre governança corporativa, guardando forte vínculo com seu sentido clássico. No segundo, reside as concepções que se referem a formas de governança democrática, compartilhada entre os diferentes atores sociais, governamentais e empresariais, resultado de um processo de ressignificação do sentido inicial de governança.

Neste estudo, utiliza-se a noção de governança do segundo polo, pois integra as perspectivas da conciliação, organização e coordenação entre os diferentes atores sociais, a partir de consensos, normas (formais ou não), regras associadas às dinâmicas de desenvolvimento territorial e não somente a maximização do processo de produção, geralmente empregado na lógica empresarial (LELOUP et al., 2005). Segundo Galès (2009) apud Hermet et al. (2014, p. 126), governança é “um processo de coordenação de atores, de grupos sociais e de instituições, com a finalidade de atender objetivos definidos e discutidos coletivamente”. Nesta mesma linha de raciocínio, Dallabrida (2015, p. 4) define governança da seguinte forma:

(...) redes auto-organizadas envolvendo conjuntos complexos de organizações, instituições e atores provenientes dos setores público e privado, como representantes do setor empresarial, dos sindicatos de trabalhadores, da sociedade civil, dos movimentos populares e agentes estatais, agindo num processo interativo, cujas interações estão enraizadas e reguladas por regras do jogo negociadas e acordadas pelos seus participantes (...).

A noção de governança elaborada por Elinor Ostrom<sup>25</sup>, em 1990, em estudos sobre governança dos bens comuns e a evolução das instituições de ação coletiva, está relacionada ao processo pelo qual regras, normas e estratégias que orientam o comportamento dentro de um determinado domínio de interações são formadas, aplicadas, interpretadas e reformuladas. A governança, portanto, diz respeito à auto-organização de comunidades/territórios que, em certa

---

<sup>25</sup> Foi a primeira mulher a ganhar o Prêmio Nobel de Economia, em 2009, em reconhecimento aos seus trabalhos na área de governança econômica, especialmente a governança dos recursos comuns, os quais são a base da sua “Teoria dos Comuns”. Entre suas principais obras destaco: “Governança de Comuns: a evolução das instituições de ação coletiva”, publicada em 1990.

medida, dispensa, mas não exclui as intervenções dos atores do mercado e do Estado (OSTROM, 2003). De forma complementar, “as instituições são compreendidas como as regras em uso e definidas como sendo o conjunto de regras, normas de trabalho que são usadas para determinar quem é elegível para tomar decisões em determinada arena”, quais ações são ou não permitidas, quais regras serão usadas, quais procedimentos serão seguidos e quais compensações devem ser atribuídas aos indivíduos (OSTROM, 2003, p. 51).

O que ocorre nos territórios, na maioria das vezes, é o surgimento de novas formas de governança a partir de desafios que se colocam aos atores e suas instituições na busca por estratégias de solução de problemas comuns, cuja resolução tende a gerar benefício à coletividade. Para tanto, os atores associativos são fundamentais na tarefa de (re)organizar e apoiar as ações de cunho coletivo (CAMPAGNE; PECQUEUR, 2014). Trata-se de dispositivos institucionais, formalizados ou não, que estabelecem relações compartilhadas entre atores públicos, privados e associativos, em torno de um planejamento ou projeto de desenvolvimento de cunho territorial (PECQUEUR; ZIMMERMANN, 2005; CAZELLA et al., 2020).

A governança territorial é, portanto, composta tanto pela estrutura institucional formal (políticas públicas, conselhos gestores...), como por arranjos institucionais informais, como os pactos, coalizões, movimentos sociais..., envolvendo, além de organizações governamentais, a sociedade civil organizada e o setor privado, atuando em diversos níveis de organização no território (SEIXAS et al., 2020). Com isso, pode-se considerar as normas de inspeção sanitárias como fazendo parte da governança formal. A estrutura da governança, segundo Dallabrida (2015) é composta por redes que envolvem um conjunto complexo de organizações, instituições e atores dos setores público, privado e associativo em sintonia com objetivos comuns.

Na perspectiva de Pecqueur (2001), o território pode ser interpretado enquanto uma entidade construída pela dinâmica dos atores sociais que cooperam entre si com o propósito de resolver problemas comuns. Na análise de Pires (2016, p. 4), a governança é fundamental para o desenvolvimento territorial, “podendo inclusive ser tratada como seu recurso específico, pois é por meio dela que se concebe a aproximação e a configuração de redes de cooperação”, por meio de seus compromissos, acordos e convenções, que definem a dinâmica de desenvolvimento que ocorrerá em determinado território. O desafio básico de um sistema de governança de cunho territorial reside em estabelecer uma atuação coordenada e sinérgica entre os atores envolvidos no território para superar as tensões e conflitos e estabelecer estratégias consensuais de valorização dos recursos e ativos territoriais (JANIN et al., 2011). Na seção seguinte será discutido a governança da MCSS a partir das normas de inspeção sanitária de

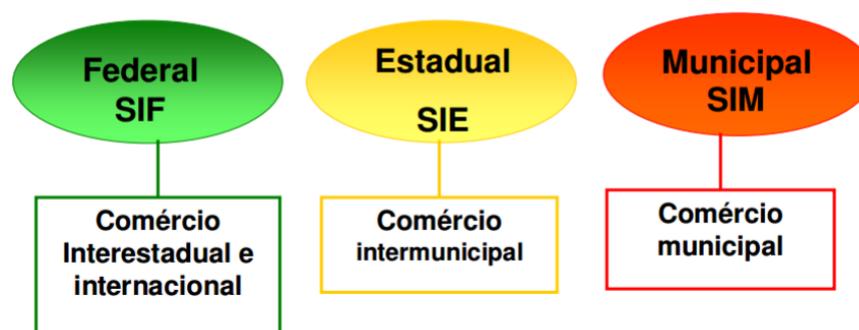
produtos agropecuários, com ênfase para o serviço de inspeção municipal e sua conexão com as agroindústrias familiares.

#### 4.2 AS NORMAS DO SERVIÇO DE INSPEÇÃO MUNICIPAL

Aqui, não se pretende demonstrar as etapas específicas de implementação do serviço de inspeção municipal, muito menos a equivalência ao sistema brasileiro de inspeção de produtos de origem animal, mas compreender minimamente as normas que fundamentam esses serviços por ser o principal requisito para a concessão da marca coletiva Sabor Serrano pelas agroindústrias familiares, e, é compartilhada entre os municípios consorciados na região.

Para iniciar, vale ressaltar que, na produção rural para a preparação, manipulação ou armazenagem doméstica de produtos de origem agropecuária para consumo familiar, dispensa de registro de inspeção e fiscalização sanitária. Porém, na comercialização de produtos ou fornecimentos de matéria-prima, o empreendimento precisa de registro sanitário. No Brasil, o registro nos serviços de inspeção sanitária dos produtos de origem animal apresentam três níveis de atuação, conforme a Lei nº 7.889/1989, que alterou a Lei nº 1.283/1950: Serviço de Inspeção Federal (SIF), vinculado ao MAPA; Serviço de Inspeção Estadual (SIE), vinculado às secretarias estaduais de agricultura e o Serviço de Inspeção Municipal (SIM), vinculado às secretarias municípios de agricultura e regulamentado por legislação municipal via leis, decretos, portarias e instruções normativas (ROCHA, 2015; PREZOTTO, 2016). A Figura 06 demonstra os níveis de competências de inspeção e os respectivos territórios permitidos para a comercialização.

Figura 06: Os três níveis de inspeção sanitária e suas abrangências territoriais.



Fonte: Adaptado de Rocha (2015).

No Estado de Santa Catarina, com o propósito de ampliar o comércio municipal das agroindústrias regulamentada pelo SIM, instituiu-se a Lei nº 17.515/2018, autorizando as agroindústrias familiares de pequeno porte com o SIM a comercializar seus produtos nos municípios integrantes da associação de municípios a que pertencem, sem necessitar do registro de SIE. A Portaria nº 62/2016, Decreto nº 10.032/2019 e a Instrução Normativa nº 29/2020 do MAPA, autoriza o livre comércio desses produtos nos territórios dos municípios integrantes dos consórcios, quando o SIM é executado por consórcios públicos de municípios.

Os principais fundamentos legais do SIM é que todo produto de origem animal ofertado ao consumidor seja previamente inspecionado e, conseqüentemente, fiscalizado os processos de produção e industrialização das carnes e derivados, ovos e derivados, leite e derivados, pescados e derivados e mel e outros produtos apícolas. As bebidas, sucos, fermentados ficam sob a responsabilidade direta do MAPA (COSTA, 2014). Já para os produtos de origem vegetal, o registro é de competência do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária (SNVS), ligada a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), caso o produto seja comercializada em nível nacional ou internacional. Na esfera estadual, fica a cargo da Secretaria Estadual da Saúde, e na esfera municipal, ligada à Secretaria Municipal da Saúde ou serviço de Vigilância Sanitária Municipal (PREZOTTO, 2016). Conforme é exemplificado na Figura 07.

Figura 07: Opção de registros para a regulação sanitária.



Fonte: Prezotto (2016).

No entanto, mesmo que o registro de vigilância sanitária das agroindústrias processadoras de produtos de origem vegetal não seja de competência do CISAMA na Serra Catarinense, vale mencionar que este consórcio atua de forma conjunta com as entidades responsáveis de emitir tal registro, que é o “Alvará Sanitário”. Conforme a médica veterinária, responsável técnica pelo programa de sanidade de produtos agropecuários do CISAMA, em entrevista, explicou: apesar do consórcio não ter a competência legal para emitir registro para

as agroindústrias que processam produtos de origem vegetal, dá-se o apoio para essas agroindústrias que desejam se formalizarem, encaminhamos aos órgãos competentes e disponibilizamos profissionais para auxiliar na elaboração das plantas arquitetônicas das propriedades rurais e na realização de alguns exames laboratoriais necessários no processo de obtenção do registro, além da disponibilidade dos rótulos da marca a partir de um valor bem abaixo do mercado.

No que concerne ao registro no SIM, a depender dos objetivos de cada empreendimento (escala de produção, mercados alvos...), deverá dirigir ao órgão municipal da agricultura do seu município para iniciar o processo. Esse é um processo um pouco mais complexo do que para o registro que processam de produtos vegetais, por demandar alguns documentos a mais, como: plantas (baixa, cortes, fachadas e situação), memorial descritivo das construções e instalações quando já existirem, licença ambiental, além do alvará sanitário e análise da água e da matéria-prima utilizada no processamento (PREZOTTO, 2016). O CISAMA tem um quadro de profissionais técnicos composto por médico veterinário, agrônomo e técnico agrícola que atuam de forma conjunta com as secretarias municipais de agricultura de cada município interessada nos serviços. Vale ressaltar, que o processo de obtenção do SIM é mais simples do que o processo de obtenção do registro do SIE ou SIF, que é mais acessível aos grandes empreendimentos agroindustriais.

Em 1998, com a Lei nº 9.712, que instituiu um novo arranjo do sistema de inspeção denominado Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), com objetivo de reorganizar o sistema de forma unificada, descentralizada e integrada entre a União por meio do MAPA, que é a instância central e superior responsável por coordenar todo o sistema, os estados e o Distrito Federal, que são as instâncias intermediárias, e os municípios e consórcios de municípios, instâncias locais desse sistema. De forma genérica, o SUASA é constituído de quatro subsistemas: Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos e Insumos Agropecuários (SISBI-POA); Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal (SISBI-POV); Sistema Brasileiro de Inspeção de Insumos Agrícolas e o Sistema Brasileiro de Inspeção de Insumos Pecuários (BRASIL, 1998). A Lei nº 9.712 só foi regulamentada em 2006, pelo Decreto nº 5.741/2006 (BRASIL, 2006). Diferentemente do SISBI-POA, o SISBI-POV ainda depende de regulamentação. O sistema de inspeção e a fiscalização de insumos agropecuários e agrícolas são de competência da União, dos Estados e Distrito Federal e não é descentralizada para os municípios.

Para participar do SISBI-POA, os serviços de inspeção dos estados e dos municípios devem solicitar a adesão. A adesão é voluntária, depende da decisão de cada serviço (SIE e

SIM), podendo ser de forma individual e, nos casos de municípios, também por meio de consórcios de municípios. A base para a adesão dos serviços ao SUASA é o reconhecimento da sua equivalência dos serviços já desenvolvidos. Ou melhor, a equivalência do SIM ao SISBI-POA é a demonstração da obtenção dos mesmos resultados ou equivalentes em termos de qualidade higiênico-sanitária e inocuidade dos produtos agroalimentares, mesmo que para isso, utilizem critérios e procedimentos diferentes (PREZOTTO, 2016).

Para Rocha (2015), a equivalência do SIM ao SISBI-POA representa a capacidade de diferentes serviços de inspeção e certificação atingirem objetivos comuns de proteção sanitária sem que necessariamente utilizem os mesmos procedimentos e ações. Isso permite que as agroindústrias acessem os mercados formais de comercialização em todo território nacional. De acordo com Prezotto (2013), isso representa uma importante mudança para os empreendimentos da agricultura familiar, pois no sistema anterior era praticamente impossível uma pequena AIF obter o SIE e o SIF e acessar mercados mais distantes, em função de suas normas unificadas para todo País, que não levavam em conta as especificidades territoriais, além de ser um processo oneroso decorrentes de suas diversas exigências de instalações e exames laboratoriais.

Isso é explicitado pelo Decreto nº 7.216/2010, quando estabelece que as normas para a equivalência do SIM ao SISBI-POA devem atender as especificidades regionais e locais e das diferentes escalas de produção, com especial atenção para as agroindústrias familiares de pequeno porte. Assim, atribuindo aos municípios à edição de normas específicas que as atendam, cada município de forma individual ou organizada em consórcios públicos pode estabelecer as suas próprias normas. Tais normas devem facilitar o processo de legalização dessas agroindústrias, sem impor obstáculos ligados à estrutura física dos estabelecimentos, mas resguardando a saúde dos consumidores e o meio ambiente (BRASIL, 2010).

As características da agroindústria de pequeno porte que processam produtos de origem animal estão descritas no Decreto nº 8.471/2015, como sendo as seguintes: i) pertence de forma individual ou coletiva a agricultores familiares ou equivalentes ou a produtores rurais; ii) destinando-se exclusivamente ao processamento de produtos de origem animal; iii) dispõe de instalações para abate ou industrialização de animais produtores de carne; instalações para processamento de pescados, leite, ovos, produtos das abelhas e derivados e; iv) possuir área útil construída não superior a duzentos e cinquenta metros quadrados (BRASIL, 2015).

Uma das últimas exigências do processo de obtenção do registro de inspeção sanitária é a rotulagem do produto, que deve seguir as orientações estabelecidas pela Resolução da Diretoria Colegiada nº 360, de 2003 da ANVISA. Tal Resolução estabelece que os alimentos

produzidos e comercializados, qualquer que seja sua origem, embalados na ausência do consumidor e prontos para serem oferecidos aos mercados, sejam realizadas com informações seguras e uma boa apresentação do produto. Na rotulagem, além da marca, deve constar informações clara e compreensível sobre a denominação do produto, lista de ingredientes, informação nutricional, peso líquido, identificação da origem e do lote, bem como prazo de validade e instruções sobre o preparo e uso do alimento entre outras.

Para se ter uma ideia dos serviços de inspeção sanitária no País, de acordo com Rocha (2015), no período de 1997 a 2013, houve uma expressiva evolução na quantidade de abates fiscalizados aderidos ao SIM das principais cadeias produtivas de origem animal. Nesse período teve-se um aumento nos abates na ordem de 217% de bovinos, 457% de suínos e 279% de aves. Apesar disso, o número total de inspeções feitas sob a responsabilidade do SIM ainda é inferior frente ao realizado pelos SIE e SIF. Em 2012, foi identificado que somente 32,2% dos municípios do Brasil possuem o SIM. A região Sul destaca-se com 65,7% dos municípios do Rio Grande do Sul, 63,6% de Santa Catarina e 50,7% do Paraná (ROCHA, 2015). Conforme esse mesmo autor, em 2012, pelo menos 275 municípios haviam solicitado a adesão ao SISBI-POA do SUASA, sendo que em 2014, apenas doze municípios e dois Consórcios Intermunicipais tinham a equivalência. O CISAMA conseguiu a equivalência em 2020.

Percebe-se que, apesar dos avanços nos serviços de inspeção sanitária ocorridas nas últimas décadas no País, ainda há muito para ser feito para garantir a efetividade da qualidade dos produtos agroalimentares da agroindústria da agricultura familiar e dos preceitos do desenvolvimento territorial sustentável. Na próxima seção será apresentado um panorama do uso da marca Sabor Serrano na Serra Catarinense, os principais tipos de produtos processados pelas agroindústrias, bem como, os principais desafios para o fortalecimento de uma ancoragem territorial associada à formação de uma oferta conjunta e diversificada segundo preconiza o enfoque da CBST.

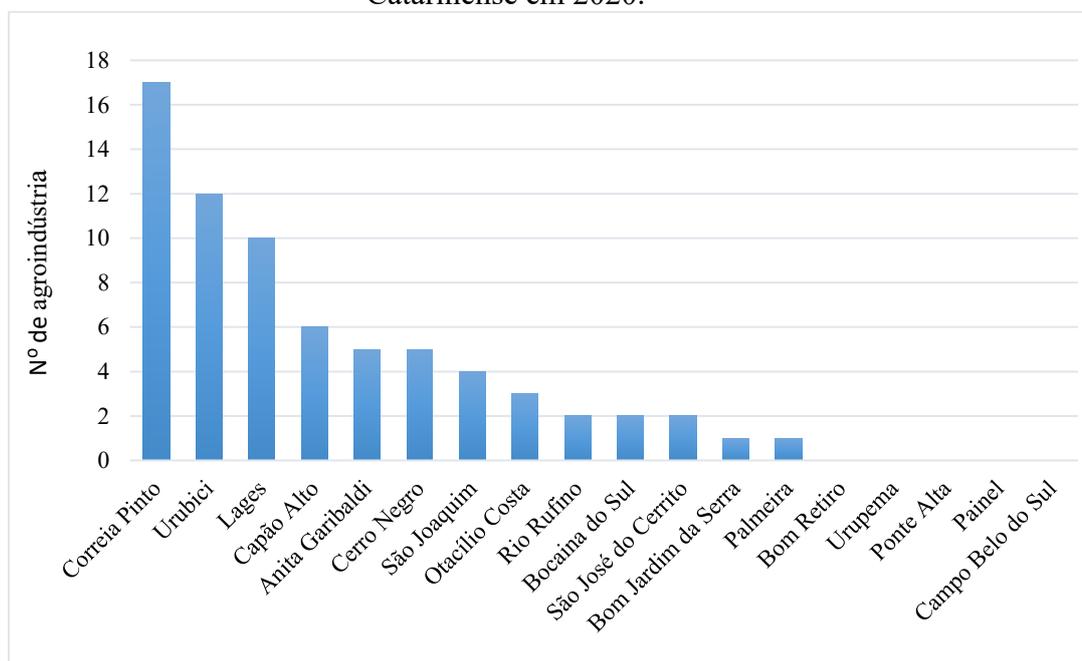
#### 4.3 USO DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO NO TERRITÓRIO DA SERRA CATARINENSE

Conforme já foi mencionado anteriormente, mesmo que o uso da marca tenha sido pensada inicialmente para atender as agroindústrias regulamentadas pelo serviço de inspeção sanitário, a marca não se restringe a atender somente as agroindústrias que processam produtos de origem animal, regulamentadas pelo registro do SIM ou SISBI-POA, sob a responsabilidade do CISAMA. Mas, também, a marca é utilizada pelas agroindústrias que processam produtos

de origem vegetal, na qual o registro compete à secretaria municipal de saúde ou agência de vigilância sanitária de cada município. Com isso, além da atuação conjunta do CISAMA com as secretarias de agricultura de cada município, o Consórcio também atua em parceria com os órgãos responsáveis pela vigilância sanitária municipal.

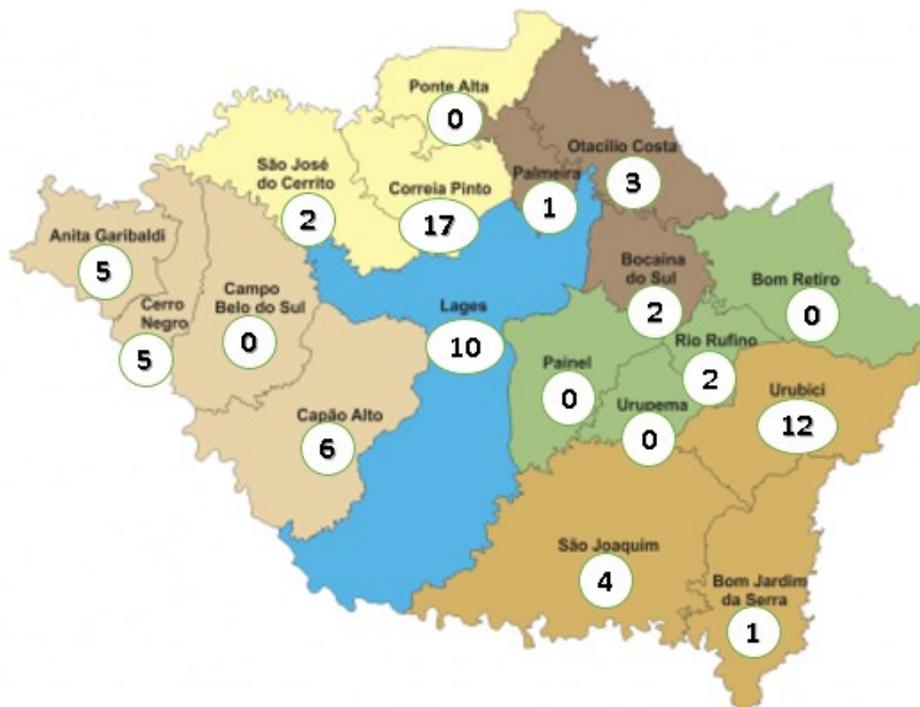
A partir das informações de dados provenientes do banco de registro e controle de impressão e emissão dos rótulos da MCSS referente ao ano de 2020, fornecido pelo CISAMA, foi possível identificar que a marca atende um total de 70 agroindústrias e uma diversidade de 702 produtos. Essas agroindústrias estão distribuídas em treze dos dezoito municípios que compõem o território da Serra Catarinense, com uma maior concentração nos municípios Correia Pinto e Urubici, com respectivamente dezessete e doze agroindústrias, não estando presente nos municípios de Urupema, Ponte Alta, Paineal e Campo Belo do Sul, conforme pode-se observar nas Figuras 08 e 09, que apresenta o número de agroindústria por município na região.

Figura 08: Distribuição das setenta agroindústrias usuárias da MCSS nos municípios da Serra Catarinense em 2020.



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Figura 09: Número de agroindústria por município que utilizam a MCSS na Serra Catarinense em 2020.



Fonte: Adaptado de <https://www.cisama.sc.gov.br/>

Conforme a médica veterinária responsável técnica pelo serviço de inspeção sanitária do CISAMA, a inexistência de agroindústrias usuárias da marca em cinco municípios, muito possivelmente, é em função de alguns municípios da região ainda não estão aderidos aos SIM, ou possuem agroindústrias regulamentadas por esse serviço, mas utilizam marcas próprias. A adesão ao serviço de inspeção sanitária pelos municípios é voluntária e o município precisa possuir minimamente uma equipe de profissionais especializado atuando junta a secretaria municipal de agricultura, para atuar de forma compartilhada com a equipe do CISAMA. Um terceiro ponto é que, os serviços de inspeção entre o Consórcio e os municípios consorciados se dá por meio de contrato de prestação de serviços, que necessita de aprovação de Lei municipal. Porém, cabe mencionar que o número total de agroindústrias regulamentadas pelos serviços de inspeção e vigilância sanitária na região muito provavelmente é bem superior que as 70 agroindústrias que fazem uso da marca. Não foi possível levantar esse quantitativo, bem como sua distribuição nos municípios nesta pesquisa.

Em pesquisa documental, verificou-se que os primeiros contratos de prestação de serviço de inspeção sanitária celebrado entre o CISAMA e os municípios, ocorreram no ano de 2012, firmados entre os municípios Correia Pinto, Urubici, Lages e Anita Garibaldi, municípios estes que apresentaram os melhores desempenhos quanto ao número de agroindústrias

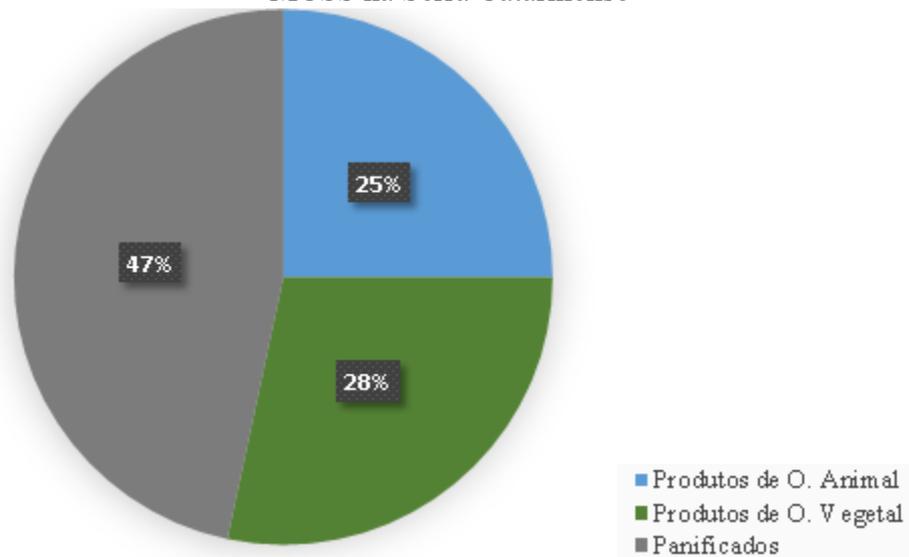
formalizadas regulamentadas usuária da marca. De forma geral, os contratos com esses municípios foram estabelecidos com o Programa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar pela Agregação de Valor – “Desenvolver Serra”, coordenado pelo Consórcio, tendo como principais objetivos: i) propiciar acesso aos serviços de inspeção de produtos de origem animal e vegetal; ii) organizar e gerir os serviços de inspeção de forma mais adequada com a realidade do município; iii) constituir e compartilhar equipe técnica capacitada entre os municípios participantes do contrato do Programa; iv) estruturar o SIM da aquisição e uso comum de equipamentos de escritório, de informática e de comunicação; veículos oficiais entre outros; v) construir as condições técnicas e legais para alcançar equivalência do SIM ao SISBI do SUASA; vi) agregar valor aos produtos produzidos pelo agricultor familiar através de agroindústrias articuladas em rede e; vii) construir uma identidade aos produtos da AIF da região de abrangência do Consórcio.

Em estudos do Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola da EPAGRI, em 2017 (a partir de dados de 2016), foi identificado um total de 62 agroindústrias familiares na Serra Catarinense (REITER et al, 2019). Em 2013 havia sido identificada 72 agroindústrias familiares na região, destas 54,8% que processavam produtos de origem animal sem serviços de inspeção sanitária; 81,8% das que processavam produtos de origem vegetal não apresentavam registro e 63% não utilizavam marcas. Essas agroindústrias comercializavam seus produtos em canais informais, geralmente caracterizados como circuitos curtos de comercialização, a partir de uma relação de confiança e reciprocidade. Em algumas situações foi contatado a venda de produtos processados em agroindústrias informais para empreendimentos regulamentados (FERRARI et al., 2013). Também cabe destacar, que não foi possível verificar se todas as 70 agroindústrias usuárias da Marca são realmente caracterizadas como AIF.

Segundo Prezotto (2020), a formalização da agroindústria compreende uma série de registros relativos à forma jurídica do grupo de agricultores e os de ordem sanitária e ambiental, necessários para acessar os mercados formais de comercialização. De acordo com Reiter et al. (2019), de um universo de 1.387 agroindústrias familiares em Santa Catarina, 48% apresentam algum tipo de pendência quanto à formalização para funcionar sem nenhuma restrição. A regulamentação sanitária é um dos maiores problemas, com 82,6% das razões apresentadas pelas agroindústrias, sendo que 30,2% das agroindústrias que trabalham com produtos de origem animal e 26,9% com produtos de origem vegetal não possuem serviço de inspeção e registro dos produtos.

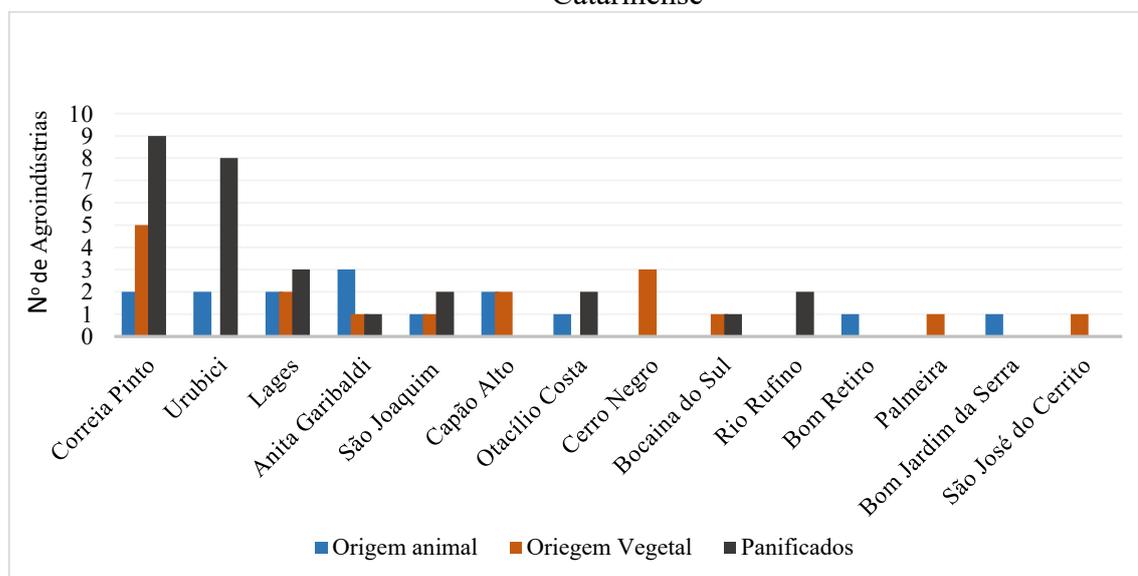
Entre as 70 agroindústrias identificadas que fazem uso da marca coletiva Sabor Serrano, a grande maioria pertence aos produtos de origem vegetal, integrando nessa categoria os panificados. Muito possivelmente pela menor exigência legal no processo de formalização, implicando em menor investimento quando comparado ao processo de formalização dos empreendimentos que processam produtos de origem animal, conforme destacado por Prezotto (2016). Porém, observou-se que algumas agroindústrias processam tanto produto de origem animal com vegetal. Os produtos foram classificados em três principais grupos: origem animal (leite, mel, embutidos), origem vegetal (frutos e hortaliças em geral), panificados (roschas e pães), conforme pode-se observar na Figura 10 e 11, que mostra a distribuição nos municípios. Os panificados têm a maior expressividade de produção (47%), acompanhados pelos produtos de origem vegetal (28%) e de origem animal (25%).

Figura 10: Classificação quanto a origem dos produtos das agroindústrias usuárias da MCSS na Serra Catarinense



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Figura 11: Distribuição dos três grupos de produtos por municípios na Serra Catarinense

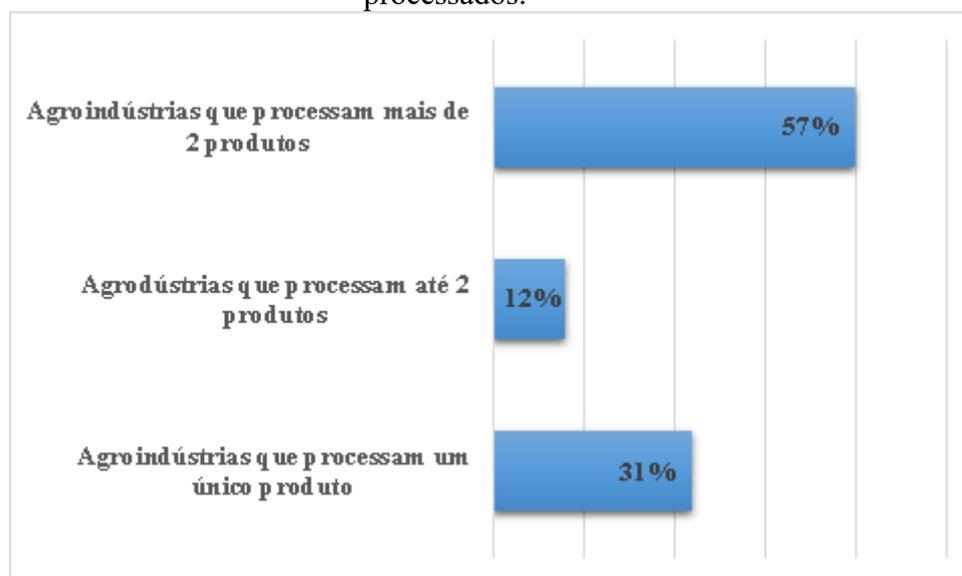


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Mesmo que os panificados pertençam aos produtos de origem vegetal numa classificação mais restrita, ou que peno menos, no seu processo de produção utilize-se a maior parte de ingredientes pertencentes aos produtos de origem vegetal, optou-se por separá-lo em função da sua expressividade entre os produtos trabalhados pela a agroindústria familiar. Reiter et al. (2019), identificou que 39,2% das redes de cooperação da agroindústria familiar trabalhavam com panificados, representando um dos principais segmentos produtivos da agroindústria familiar no estado. Vale destacar que, a impossibilidade de uma pesquisa de campo junto às agroindústrias familiares, não foi possível fazer uma análise mais aprofundada que explique de forma mais detalhada o destaque e ausência do uso da marca de alguns municípios.

A diversidade de produtos é uma das estratégias recorrentes utilizada pela agricultura familiar catarinense, que se estende para as unidades de agregação de valor a partir da agroindustrialização familiar (REITER et al., 2019). Neste sentido, observa-se que a grande maioria das agroindústrias que utiliza a marca processam uma grande diversidade de produtos, a exemplo das agroindústrias que trabalham com queijo artesanal, mel, frescal (carne desidratada com sal submetida a baixas temperatura típica da região), ovos, morango, pinhão, embutidos, sorvetes conforme classificação apresentada na Figura 12. As agroindústrias que trabalham com os produtos de origem vegetal e os panificados são as mais diversificadas, já as que processam produtos de origem animal tende a processar um único produto.

Figura 12: Classificação das agroindústrias segundo o número de produtos processados.



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Entre a diversidade de produtos que faz uso da marca foram identificados diversos produtos tidos como artesanais, orgânicos, coloniais, integral, a exemplo do queijo e geleias artesanais, morango e kiwi orgânico, pizza e pão integrais entre outros. No entanto, não foi possível verificar se tais produtos são reconhecidos pelo sistema de certificação, como por exemplo, a certificação de produtos orgânicos. Venturin e Meirelles (2014) criticam a falta de atuação conjunta entre os órgãos responsáveis de reconhecerem as qualidades e especificidades dos produtos agroalimentares. Além de alertarem sobre as exigências sanitárias estarem levando a produção de alimentos tradicionais, artesanais e de base familiar a um processo que os aproximam da industrialização convencional e da artificialização, aumentando custos e afastando-os de sua origem artesanal, da pequena escala e de características socioculturais inerentes ao modo de produção que historicamente caracterizam esses produtos. Esses autores consideram que, o atual modelo de inspeção e vigilância sanitária, ainda está distante da diversidade e das realidades da produção artesanal familiar.

Além disso, na visão de Costa (2014), a implementação e consolidação dos serviços de inspeção sanitária deveria estar conectado com os anseios e demandas apresentadas pelos municípios, pois o foco inicial desses serviços é o desenvolvimento territorial que favoreça a regulamentação das agroindústrias já existentes e ofereça um serviço de assessoramento aos novos empreendimentos. O fato dos serviços de inspeção sanitária ainda se dar de forma setorializada, sem articulações com outros serviços, faz com que eles não atendam as questões legais vigentes, resultando em programas sobrepostos. Para Venturin e Meirelles (2014), a

pulverização das normas de fiscalização sanitária em diferentes órgãos, associada a um conjunto enorme de portarias, normativas e resoluções, tornaram ainda mais difícil sua compreensão. Isso vem se constituindo como uma das principais barreiras para a formalização dos empreendimentos da agricultura familiar e, conseqüentemente, limitando o acesso a mercados formais de comercialização de produtos com qualidade territorial.

Percebe-se que persistem ainda muitos desafios para que o sistema de inspeção e fiscalização sanitária garanta a qualidade dos produtos agroalimentares, de forma a garantir a saúde dos consumidores e a preservação do meio ambiente, sem descaracterizar as formas tradicionais de produção da agricultura familiar (DORIGON, 2008). Quando esse sistema é articulado com as marcas coletivas, como instrumento de identificação e diferenciação de bens e serviços de qualidade territorial nos mercados, o consumidor pode representar um ator proativo, pois tem mais informações para identificar e escolher tais produtos ao invés daqueles que não apresentam vínculos com seus territórios. Para isso, se faz necessária a adoção um sistema eficiente de comunicação e *Marketing* territorial, é justamente sobre tais aspectos que, na próxima seção, de forma preliminar, será discutido os principais desafios e oportunidades do fortalecimento da ancoragem territorial da marca.

#### 4.4 DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO FORTALECIMENTO DA ANCORAGEM TERRITORIAL DA MARCA COLETIVA SABOR SERRANO

A maior parte dos estudos no Brasil sobre a temática dos signos distintivos e seu potencial de conferir a vinculação de produtos e serviços com as especificidades territoriais como o saber-fazer local, a cultura, a história, o clima, o meio natural, tende a ser atribuído à IG. Nos estudos sobre as Marcas Coletivas, tais aspectos ou não são vinculados ou são explorados em menor intensidade. No entanto, nada impede que tais atributos territoriais sejam incorporados ao sentido de uma marca coletiva visando o fortalecimento de sua ancoragem territorial.

O fortalecimento da ancoragem territorial de uma marca coletiva pode ser dar por meio de um processo de metamorfosiação para uma “marca territorial”. A noção de marca territorial é fruto de um processo de reflexão surgida a partir da década de 1990, quando o conceito clássico de marca passou a ser problematizada e complexificada (MARQUES; SOBREIRA, 2016). Esse tipo de marca, inexistente na legislação brasileira, vem sendo descrita como uma proposta de “contrato” entre uma organização e o consumidor (KAPFERER, 1992; 2003), com o propósito de criar “vínculos” ou uma espécie de “promessa” entre o produtor e o

consumidor (SCHULTZ; BARNES, 2001), vinculada à identidade, singularidade, tradição, paisagem naturais e construídas de um território (DALLABRIDA et al., 2016; PAIS, 2017; COVAS et al., 2019).

Na construção de uma marca territorial mobiliza-se os conceitos de *Marketing Territorial* e *Branding* (processo de construção de uma marca) são frequentemente, confundidos, porém é necessário entender as suas diferenças. Enquanto *marketing* tem relação mais com ferramentas utilizadas na promoção, o *Branding* está ligado à administração das marcas, tendo o intuito de criar valor e até mesmo personalidade. Com isso, a marca, além de seu valor econômico, serve para criar laços emocionais entre a marca e o consumidor (BRITO; ZUZA, 2009). A partir dessas reflexões, surge a ideia de *Branding* de Lugares (*Place Branding*), ou, como aqui se prefere utilizar, *Branding* de Território, ou seja, a criação, o fortalecimento e a divulgação da identidade ou imagem de determinado território, advinda de características únicas e diferenciais que o tornam singular perante outros (ALMEIDA, 2018).

Tal processo ocorre com auxílio de profissionais ligado ao *marketing* e à comunicação, a marca territorial deixa de ser um simples símbolo e passa a ganhar uma personalidade, uma identidade, um discurso que pretende ser um elemento aglutinador de muitas dimensões, tanto materiais como intangíveis (KAPFERER, 2003). Com isso, não se trata mais de um simples instrumento distintivo de produtos e serviços entre produtores, mas um componente do ambiente de organizações públicas e privadas como estratégia de promover os territórios, nas suas dimensões rural e urbana (MARQUES; SOBREIRA, 2016).

Michelet e Giraut (2014) apontam que uma marca territorial permite romper com a lógica setorial, por vezes, centrada em único produto ou serviço, a exemplo das IG, e ser associada a uma diversidade de produtos e serviços de qualidade territorial. A lógica de uma marca territorial, no entanto, tem por desafio a difícil tarefa de combinar no seu sistema de governança, distintos atores e setores econômicos de um dado território. Em outras palavras, uma marca de natureza territorial tem por vocação beneficiar atores sociais dos três setores da economia (primário, secundário e terciário), mediante a observância de normas que assegurem que os produtos e serviços beneficiados com a marca tenham em seu sistema produtivo ou operacional algumas especificidades territoriais.

O território da Serra Catarinense, em estudos recentes utilizando o enfoque da CBST, mostrou que possui quase todos os elementos (cenário, produtos e serviços específicos) para deflagrar um processo de desenvolvimento territorial a partir da valorização dos recursos territoriais específicos (CAZELLA et al., 2019). Todavia, persiste uma acentuada desarticulação dos atores territoriais imbricados com cada uma das iniciativas para que esses

ativos territoriais específicos sejam interligados. Até o momento, os atores responsáveis pelos ativos territoriais atuaram circunscritos aos seus pares da cadeia produtiva, buscando valorizar exclusivamente o seu produto (PAULA, 2019).

Tais constatações já tinham sido apontados nos estudos de Cazella e Búrigo (2008), ao analisarem a dinâmica de implementação da política de desenvolvimento territorial do extinto MDA na região. Esses autores verificaram uma dificuldade de articulação nos segmentos ligados à agricultura familiar com representantes de instituições da esfera empresarial, associações de municípios e secretarias estaduais de desenvolvimento regional. Ou seja, o domínio de um viés setorial, fragmentado e que, muito provavelmente, decorre do processo histórico de ocupação da região, que sempre delegou um lugar periférico nas ações de desenvolvimento às unidades agrícolas familiares. Portanto, tais características dificultam a criação de um ambiente institucional propício à cooperação intersetorial e à construção de vínculos territoriais.

É preciso deixar claro, que a marca territorial não é uma modalidade de marca reconhecida pelo arcabouço jurídico brasileiro. Essa perspectiva representa uma construção social para aumentar a ancoragem territorial de uma marca coletiva. Essa configuração de marca territorial tem se mostrado recorrente nos últimos trinta anos, podendo ser considerada uma tendência global, pois cria-se percepções, sentidos, valores, reputação, que ao mesmo tempo, evidenciam relações de poder transpassadas por disputas simbólicas de identidade e imagem dos territórios (ALMEIDA, 2018). O *marketing* territorial atua nos aspectos da promoção e diferenciação entre lugares, a fim de fomentar o desenvolvimento, agregando valor aos serviços e à produção que são oferecidos. Tais aspectos são incorporados no sentido, valor, significado da marca, percebidos pelas pessoas e instituições do lugar (SAKR; DALLABRIDA, 2015).

Não foi identificado a existência de ações de *marketing* e de comunicação sobre a MCSS de forma programática, nem canais de participação e discussão entre os representantes das agroindústrias familiares na gestão da marca. Conforme Mascarenhas (2015), em estudos no Meio Oeste Contestado Catarinense, os principais desafios da sustentabilidade de um consórcio público consistem em encontrar formas de garantir a efetiva participação da sociedade civil, não se restringindo somente à esfera dos atores da administração pública. Para a autora, isso exige dos atores locais, certa capacidade de combinar inovação institucional com inovação política num campo de cooperação, mas também de competição, conflitos e sobreposição de arranjos.

A construção de uma identidade territorial dos produtos da AIF articulada em rede entre os municípios consorciados, no entanto, integra as propostas iniciais do CISAMA,

conforme foi identificado na primeira versão do Estatuto Social do Consórcio e nos primeiros contratos assinados com os municípios. Com o tempo, essa ideia foi deixada de lado e os trabalhos foram concentrados somente nos serviços de inspeção sanitária. A construção da identidade territorial de forma conjunto dos produtos agroalimentares da região convergem com os propósitos de criação de marca territorial e da CBST. A exemplo do caso da marca territorial Valais, nos Alpes Suíços, ligada a um conjunto de bens e serviços de qualidade, como o turismo, a produção agrícola, conservação ambiental e a produção industrial, conforme abordado por Michelet e Giraut (2014).

Logo, o fortalecimento da ancoragem territorial é algo a ser construído por meio da execução de um plano de *marketing* territorial consensual entres os atores locais. Esse procedimento possibilita que os consumidores diferenciem os produtos e serviços de natureza territorial daqueles desprovidos desse referencial. Quando essa marca é associada aos produtos e serviços que compõem uma CBST, esse processo pode ser potencializado e complexificado, pois, de acordo com Pecqueur (2001) e Cazella et al. (2020), ao serem comercializados, carregam consigo uma valoração intangível que não se limita à qualidade e particularidades dos seus ingredientes ou matérias-primas. Trata-se de um ingrediente adicional tributário do efeito territorial. É como se o próprio território estivesse sendo comercializado juntamente com produtos e serviços territoriais de qualidade.

A marca territorial incorpora a especificidade de um dado lugar, como as relacionadas ao contexto histórico-cultural e ambientais, de forma a influenciar a natureza dos recursos produzidos. Isso significa reconhecer que o contexto da produção exerce um papel determinante nos processos produtivos (produtos ou serviços) e nos aspectos da construção e reconstrução sociocultural em sua relação com o ecossistema natural. A produção estaria assim enraizada no espaço físico e nas práticas historicamente constituídas (PECQUEUR, 2001). Um diferencial do enfoque da CBST é sua metodologia participativa de identificação, valorização e avaliação dos recursos e ativos de qualidade territoriais, que não se restringe a um único produto ou serviço de interesse econômico, mas na combinação, diversificação e no sinergismo entre bens e serviços territoriais, resultando na melhoria das condições socioeconômicas da coletividade e do meio ambiente no qual esse processo é desenvolvido.

O enfoque da CBST tem uma correlação direta com a preservação do meio ambiente, pois a preservação da paisagem e da biodiversidade está na base do “cenário” da Cesta sobre o qual se assentam os recursos territoriais (MOLLARD, 2001; CAZELLA et al., 2020). Portanto, estratégias de desenvolvimento que contribuem para a degradação ambiental e exclusão social são incompatíveis com os preceitos deste enfoque. Enfim, a marca coletiva Sabor Serrano

precisa passar por um processo de metamorfosiação para a lógica de uma marca territorial para melhor atender os preceitos do enfoque da CBST.

#### 4.5 SÍNTESE E CONSIDERAÇÕES FINAIS DO CAPÍTULO

As normas dos serviços de inspeção e vigilância sanitárias partilhadas entre o poder público municipal exercem um importante papel na governança da MCSS. Já que a adesão às normas sanitárias é o principal requisito para utilização da marca Sabor Serrano pelas agroindústrias familiares, sobre a coordenação do CISAMA. O Consórcio, por meio do programa de atenção à sanidade de produtos de origem agropecuários em parcerias com as secretarias de agricultura de cada município regulamentam as agroindústrias que processam produtos de origem animal, na sua grande maioria com o serviço de inspeção municipal. Para a regulamentação das agroindústrias que trabalham com produtos de origem vegetal, o CISAMA atua em conjunto com as agências de vigilância sanitária municipal, ligada as secretarias municipais de saúde.

Mesmo que a marca tenha sido criada em 2010, ela só começou a ser utilizada em 2012, quando se estruturou o serviço de inspeção municipal. Desde seu início, esse serviço tem beneficiado uma gama de agroindústrias familiares com o acesso a regulamentação sanitária e, conseqüentemente, a possibilidade de acessarem aos mercados formais de comercialização, com isso, essa ação tem contribuindo diretamente no desenvolvimento territorial da região. Atualmente, existe um conjunto de 70 agroindústrias e uma diversidade de 702 produtos, na sua grande maioria pertencente à classe dos panificados, distribuindo em treze dos dezoito municípios, com certa predominância nos municípios Correia Pinto, Urubici e Lages. É necessário, no entanto, a realização de estudos futuros mais específicos para compreender os motivos pelos quais esses três municípios se destacam, como também, o porquê da ausência de registro nos municípios Bom Retiro, Urupema, Ponte Alta, Paineel e Campo Belo do Sul.

Numa perspectiva do enfoque da CBST, apesar da importância dos serviços de inspeção e vigilâncias para garantir segurança sanitária dos alimentos, a pura aplicação das normas sanitárias sem a efetiva participação dos atores privados e associativos, não é suficiente para constituir uma oferta conjunta e sinérgica de valor territorial. Para tanto, torna-se necessário à adoção de estratégia de fortalecimento da ancoragem territorial da marca a partir de um processo de metamorfosiação da marca coletiva para uma marca territorial. No entanto, vale destacar, que esse processo necessita de estudos mais detalhados por se tratar de uma temática ainda bastante incipiente e inovador no Brasil.

## 5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS DA DISSERTAÇÃO

Retoma-se aqui, às indagações iniciais deste estudo sobre as interfaces entre a CBST com a MCSS na Serra Catarinense. Após percorridos os passos metodológicos à luz do referencial teórico adotado é possível afirmar que a marca desempenha um importante papel no desenvolvimento territorial dessa região, principalmente no segmento agroindustrial de base familiar. Essa afirmação ganha maior importância ao consideramos, que tal ação, foi e é desenvolvida em uma região que, historicamente, não apresenta muita tradição na transformação da produção agroalimentar da agricultura familiar. Além disso, trata-se de uma das regiões com o menor índice de desenvolvimento socioeconômico do estado.

A MCSS é fruto de uma organização intermunicipal voltada, de forma prioritária, à resolução de problemas comuns relacionados à regulamentação sanitária, viabilizar a comercialização formal nos mercados e construir uma identidade territorial para os produtos das agroindustriais familiares dos municípios integrantes ao CISAMA. Assim, a construção da referida Marca ocorreu associada à implantação dos serviços de inspeção sanitária pelo Consórcio, articulado entre o programa de atenção à sanidade de produtos de origem agropecuários e do programa desenvolver “Serra Catarinense”, ambos sobre a coordenação do CISAMA.

Tanto a criação da MCSS como do próprio CISAMA, tiveram suas origens a partir da proposta elaborada previamente pelo Centro Vianei, em 2007, para submeter a um edital do antigo Ministério de Desenvolvimento Agrário, com o propósito de criar um consórcio de inspeção sanitária na região. Tal proposta previa a criação de uma marca coletiva para identificar e diferenciar as agroindústrias regulamentadas por esse serviço, inspirada em experiências exitosas existentes na região Sul, a exemplo da marca coletiva Sabor Colonial, com titularidade da APACO. Posteriormente, essa proposta foi negociada para ser executado pela AMURES, dada a sua possibilidade legal e política de constituir um consórcio público intermunicipal na Serra Catarinense. Assim, em 2009, a AMURES criou o CISAMA, e em 2010, o CISAMA criou a MCSS. Porém, os serviços de inspeção sanitária e a utilização da Marca só se iniciaram em 2012.

As normas do serviço de inspeção e vigilância sanitária compartilhadas entres os municípios exercem uma importante função no sistema de governança da marca, pois se constituem no principal critério de concessão da Marca para a agroindústria familiar. O registro das agroindústrias que processam produtos de origem animal é realizado pelo CISAMA, por meio da adesão ao SIM e possível equivalência ao SISBI-POA, de forma compartilhada com

as secretarias de agricultura de cada município. Para o registro das agroindústrias que processam produtos de origem vegetal, o CISAMA atua em conjunto com as agências de vigilância sanitária municipal, ligado às Secretarias Municipais da Saúde de cada município, que são os órgãos com competência legal para emitir tal registro.

Das 70 agroindústrias registradas pelos serviços de inspeção e vigilância sanitária usuária da MCSS, presente em treze dos dezoito municípios da região e com uma certa concentração nos municípios Correia Pinto, Urubici e Lages. Entre a diversidade de produtos, muitos destes incorporam o componente da especificidade e qualidade territorial, a exemplo do queijo artesanal serrano, pinhão, mel de melato de bracinga, produtos coloniais, artesanais, integrais e orgânicos. No entanto, as normas sanitárias ainda são aplicadas de forma setorializadas e dissociadas de um processo mais amplo que busque a criação de uma reputação conjunta de produtos e serviços de qualidade territorial, conforme preconiza o enfoque da CBST.

A reputação, a identidade, o sentido, o valor de uma marca é um processo a ser construído socialmente por meio da sua gestão através da adoção de estratégias eficientes de comunicação e *marketing* territorial. No caso da MCSS, esse processo não foi desenvolvido, mesmo que, em sua proposta inicial, previa a construção de uma identidade territorial dos produtos das agroindústrias familiares regulamentadas pelo sistema de inspeção e vigilâncias sanitária. Logo, um dos principais desafios da MCSS para integrar uma dinâmica de desenvolvimento a partir do enfoque da CBST, é o fortalecimento de sua ancoragem territorial de forma simultânea com a construção de um sistema de governança territorial capaz de sincronizar minimamente, as ações de valorização que estão sendo executada de forma isolada por diferentes atores na região.

Esta pesquisa contribuiu no sentido de fazer um primeiro estudo sobre a MCSS, descrevendo como se deu o processo de criação marca, e como está sua atuação na região; bem como, suas principais limitações e potencialidades em um cenário de implementação de uma CBST. A marca coletiva apresenta duas características principais que as aproximam do enfoque da CBST. A primeira é sua função de indicar e diferenciar a origem coletiva dos produtos e/ou serviços nos mercados; e a segunda é a possibilidade de ser utilizada em todos os produtos e serviços integrantes de uma CBST, sendo uma das principais limitações da IG, que só pode ser utilizada em um único produto ou serviço. Mas, nada impede o uso combinado desses sinais distintivos para fortalecer a qualidade territorial de uma CBST.

Quanto às limitações desta pesquisa destaca-se a impossibilidade da realização de pesquisa de campo de forma presencial em função da pandemia do Covid-19, comprometendo a coleta de algumas informações mais específicas junto aos proprietários das agroindústrias

familiares que utilizam a MCSS. Tampouco foi possível a realização de um estágio no Consórcio, que seria fundamental para a aproximação do pesquisador com os sujeitos pesquisados, para realizar entrevistas acessar documentos que guardam as memórias da criação da Marca, bem como uma vivência no setor administrativo responsável pelos serviços de inspeção sanitária e de impressão e emissão de rotulagem da Marca. Com isso, o estudo se concentrou na pesquisa documental, análise de dados secundários e entrevistas remotas.

Ressalta-se, portanto, a importância da realização de futuros estudos que contemplem as seguintes questões: quais são as características socioeconômicas das agroindústrias que fazem uso da Marca, e por que a utilizam? Quais as principais críticas e sugestões para a melhoria da gestão da Marca? Por que certas agroindústrias optam por não utilizar a Marca, ou depois de um tempo de utilização, criam suas próprias marcas e deixam de utilizar a marca coletiva? Quais os canais de comercialização dos produtos que utilizam a Marca? Por que os municípios Correia Pinto, Urubici e Lages se destacam no uso da MCSS e não há o registro nos municípios de Bom Retiro, Urupema, Ponte Alta e Campo Belo do Sul? Qual a origem das matérias-primas processadas (do território ou de fora) e quem são eventuais fornecedores das mesmas? Quais as percepções dos consumidores e atores locais (significados, valor, identidade, reputação) atribuída a Marca? Como se operacionaliza um plano de comunicação e *marketing* territorial voltado a converter uma marca coletiva em uma marca territorial associada à construção de uma CBST?

Além disso, salienta-se a necessidade de soluções que favoreçam a inclusão de regiões marginalizadas ou periféricas e possibilitem a construção de novas concepções de desenvolvimento. Nessa perspectiva, as iniciativas que preconizam a consolidação das identidades territoriais, a cooperação, a preservação ambiental e a (re)valorização de bens e serviços podem ser adotadas e ressignificadas para a realidade Amazônica, região de origem do autor desta dissertação. Uma pista de resposta a esse questionamento que, entre as diversas possibilidades de estudos futuros sobre a temática, vem da experiência da marca coletiva “Gosto da Amazônia”<sup>26</sup> e da IG utilizadas por comunidades ribeirinhas e indígenas para identificar e diferenciar nos mercados produtos oriundos do pirarucu (*Arapaima gigas*) selvagem manejado em lagos no estado do Amazonas.

---

<sup>26</sup> Criada em 2019, com objetivo de expandir a comercialização do pirarucu de manejo fora da Amazônia, principalmente com a abertura e consolidação de mercados nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília. E desenvolver os principais valores defendidos e praticados pelas instituições envolvidas neste processo: a preservação da natureza, comércio justo e transparente e desenvolvimento econômico local e social sustentável.

Por fim, a marca coletiva apresenta um grande potencial de articulação com o enfoque da CBST, representando um dos signos distintivos de uso coletivo fundamental no processo de adaptação desse enfoque para a realidade brasileira. A marca coletiva não exclui a utilização da IG na valorização de um produto específico em um processo de valorização combinada de bens e serviços. Tampouco impede que outros mecanismos de reconhecimento da qualidade territorial dos produtos agroalimentares sejam mobilizados, como o sistema de certificação orgânica e agroecológica, os sistemas produtivos baseados nos conhecimentos tradicionais e nos movimentos sociais (indígenas, ribeirinhos, quilombolas, coloniais, MST...). Além da geração de uma renda de qualidade territorial que melhore as condições de vida das agricultoras e dos agricultores, a marca coletiva pode contribuir de forma efetiva para diminuir a pobreza no campo, a desigualdade social, a degradação ambiental e o fortalecimento da autoestima dos povos rurais que, em última instância, contribua na construção de um mundo mais sustentável e fraterno.

## REFERÊNCIAS

- ABROMOVAY, R. Para uma teoria dos estudos territoriais. In: VIEIRA, et al. (Orga.). **Desenvolvimento territorial sustentável**. Florianópolis: APED: Seco, p.27-48, 2010.
- ALMEIDA, G. G. F. **Marca territorial como produto cultural no âmbito do desenvolvimento regional: o caso de Porto Alegre, RS, Brasil**. 2018. 277 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2018.
- AMARAL, M. M.; FICHINO, B. S. **Construção participativa de diretrizes para o manejo sustentável do pinhão (*Araucaria angustifolia*) a partir de uma visão da conservação da floresta com araucária e do uso do pinhão**. Conselho Nacional da Reserva da Biosfera da Mata Atlântica, caderno 43, p. 60, 2014.
- AMBROSINI, L. B.; FILIPPI, E. E.; MIGUEL, L. A. SIAL: análise da produção agroalimentar a partir de um aporte territorialista e multidisciplinar. **Revista IDEAS: Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, v. 2, nº 01, p. 6-31, jan./jul. 2008.
- AMURES. Amures e seus consórcios aniversariam. Disponível em: <<https://www.amures.org.br/noticias/index/ver/codNoticia/571555/codMapaItem/41771>>. Acesso em: 18 nov. 2019.
- ANDRADE, S.; ROSA, N.A. Remanescentes indígenas no planalto serrano. **Revista História e Diversidade**, Cáceres-MT, v. 10, nº 01, p. 24-40, 2018. Disponível em:<<https://periodicos.unemat.br/index.php/historiaediversidade/article/download/3227/2562>>. Acesso em: 16 fev. 2021.
- ANGULO, A. C. U. **As marcas de certificação**. 2006. 275 f. Tese (Doutoramento em Direito, Área de Relações Internacionais) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- ÁVILA, C. Os sinais distintivos como diferencial de um segmento mercadológico. **PIDCC**, Aracaju, Ano III, Edição nº 07, p.150 -177, 2014. Disponível em: <<http://pidcc.com.br/artigos/072014/06082014.pdf>>. Acesso em: 05 fev. 2021.
- AZEVEDO, M. S. **Mel de melato de bracatinga (*Mimosa scabrella* Bentham) do Planalto Serrano de Santa Catarina: discriminação e potencialidade funcional**. 2017. 201 f. Tese (Doutorado em Ciência dos Alimentos) - Programa de Pós-Graduação em Ciência dos Alimentos, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017.
- AZEVEDO, D. A. **A natureza jurídica das associações de municípios e dos consórcios intermunicipais**. Rio de Janeiro, 238: 375-384, Out./Dez. 2004. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/44088>>. Acesso em: 05 fev. 2021.
- BARBOSA, P. M. S.; PEREIRA, M. M. R.; REGALADO, P. F. Da teoria à prática: o caso da marca coletiva “Amorango” como estratégia de valorização da produção de morangos na

região de Nova Friburgo, RJ In: VIEIRA, A. C. P. E BRUCH, K. L. (Orgs.). **Indicação Geográfica, Signos Coletivos e Desenvolvimento**. São Paulo: Editora IBPI, p. 225-241. 2015.

BARBOSA, P. M. S; DUPIM, L. C.; PERALTA, P. P. Marcas e Indicações Geográficas: conflitos de registrabilidade nos 20 anos da LPI. In: LOCATELLI, L. (Org). **Indicações Geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Editora Lumen Júris, p. 157-188. 2016.

BARBAT; T.; CHAVARRO, J. **Libro comentado sobre decisones entre marcas x indicação geográficas**. Associação Interamericana de la Propriedade Intelectual (ISIPI), p. 230. 2019.

BLANCO, M., RIVEROS, H. **Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales**. 2004. Congreso Agroindustria Rural y Territorio ARTE. Disponível em:  
<[http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/rutasali\\_turrialba.pdf](http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/rutasali_turrialba.pdf)>. Acesso em: 19 mar. 2020.

BRANCO, J. S C. **Alemães em Lages: uma trajetória de conflitos e alianças guardadas pela memória**. 2001. 177 f. Dissertação (Mestrado em História Cultural) - - Programa de Pós-Graduação em História, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

BRANDT, M. **Uma história ambiental dos campos do planalto de Santa Catarina**. 2012. 332 f. Tese (Doutorado em História Cultural) - Programa de Pós-Graduação em História, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

BRANDT, M.; CAMPOS, N. J. Costumes e usos da terra pela população cabocla do Planalto de Santa Catarina. **Mercator**, Fortaleza, v. 13, nº 02, p. 193-208, mai./ago. 2014.

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: 01out. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.712**, de 20 de novembro de 1998. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19712.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19712.htm)>. Acesso em: 04 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 6.017** de 17 de janeiro de 2007. Disponível em:  
<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6017.htm#](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6017.htm#)>. Acesso em: 04 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 7.216**, de 17 de junho de 2010. Disponível em:  
< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7216.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7216.htm)>. Acesso em: 04 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 8.471**, de 22 de junho de 2015. Disponível em:  
< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-18/2015/decreto/D8471](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-18/2015/decreto/D8471)>. Acesso em: 04 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 5.741** de 30 de março de 2006. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/vigilancia-agropecuaria/ivegetal/bebidas-arquivos/>>. Acesso em: 04 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 8.471**, de 22 de junho de 2015. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/decreto/D8471.htm#>](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/D8471.htm#>). Acesso em: 04 abr. 2021.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 9.918**, de 18 de julho de 2019. Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-n-9918-de-18-de-julho-de-2019-198615217>>. Acesso em: 04 abr. 2021.

\_\_\_\_\_. **Cartilha de Consórcios Públicos de Saneamento Básico**: explicitando os caminhos, as experiências e as vantagens da cooperação interfederativa no saneamento. Ministério da Saúde, Fundação Nacional de Saúde. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, p.61, 2017.

BRITO, R. A.; ZUZA, M. S.P. Branding. **CEPPG**, nº 21, p. 92-113. 2009. Disponível em: <[http://www.portalcatalao.com/painel\\_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/22f68c021f29acf2655f80bb403f11b0.pdf](http://www.portalcatalao.com/painel_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/22f68c021f29acf2655f80bb403f11b0.pdf)>. Acesso em: 05 abr. 2020.

CALDAS, E. L. **Formação de agendas governamentais locais**: o caso dos consórcios intermunicipais. 2007. 227 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

CAMPAGNE, P; PECQUEUR, B. **Le développement territorial**: Une response emergente à la mondialisation. Charles Léopold Mayer: Paris, p. 135, 2014. Disponível em: <[https://docs.eclm.fr/pdf\\_livre/368LeDeveloppementTerritorial.pdf](https://docs.eclm.fr/pdf_livre/368LeDeveloppementTerritorial.pdf)>. Acesso em: 15 jun. 2019.

CAPORAL, L. R.; SANTOS, W. G.; SOUZA, C.; MACHADO, G. V. **Guia prático**: Marcas coletivas para a comercialização de produtos da agricultura familiar. MAPA, p.47. 2020. Disponível em: <<https://ipam.org.br/bibliotecas/guia-pratico-marcas-coletivas-para-a-comercializacao-de-produtos-da-agricultura-familiar/>>. Acesso em: 11 fev. 2021.

CARRIÈRE, J. P.; CAZELLA, A. A. Abordagem introdutória ao conceito de desenvolvimento territorial. **Eisforia**, v. 4, nº 04, p. 23-47, 2006.

CARVALHO, M. M. Marcas coletivas – breves considerações. In: ASCENSÃO, J.O. (Org.). **Direito Industrial**. Coimbra: Almedina, v. 5, p. 215-249, 2004.

CAURLET, C. Os sistemas produtivos localizados: da definição ao modelo. **Eisforia**, Florianópolis, SC, v. 4, nº especial, p. 225-247, 2006.

CAZELLA, A. A.; MEDEIROS, M.; DESCONSI, C.; PAULA, L. N. G.; SCHNEIDER, S. O enfoque da “cesta de bens e serviços territoriais”: seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 16, nº 03, p. 193-206, 2020.

\_\_\_\_\_, A. A.; PAULA, L. N. G.; MEDEIROS, M.; TURNES, V. A. A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. **Redes**, v. 24, nº 03, p. 49-74, 2019.

\_\_\_\_\_, A. A.; BONNAL, F.; MALUF, R. S. Olhares disciplinares sobre território e desenvolvimento territorial. In: CAZELLA, A. A.; BONNAL, F.; MALUF, R. S. (Orgs.). **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 25 – 46, 2009.

\_\_\_\_\_, A.A.; BÚRIGO, F. L. Desenvolvimento territorial no planalto catarinense: o difícil caminho da intersetorialidade. **Extensão Rural**, DEAER/CPGExR – CCR – UFSM, Ano XV, Jan./Jun. 2008.

CEOLIN, L. V.; SILVA, L. A.; AMBROSINI, L. B. Queijo artesanal serrano nos Campos de Cima da Serra (RS): análise da dimensão institucional de um Sistema Agroalimentar Localizado. **Extensão Rural**, DEAER – CCR – UFSM, Santa Maria, v.27, nº 01, jan./mar. 2020.

CIRAD-SAR. Département des Systèmes Agroalimentaires et Ruraux. Systemes agroalimentaires localizes: organizations, innovations et developpement local. **Proposition D'Animation Scientifique**, nº 134, nov. 1996.

COLLETIS, G.; PECQUEUR, B. Révélation de ressources spécifiques et coordination située. **Economie & Institutions**, nº 6-7, p. 51-74, 2005.

CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS (CUP). Disponível em: < <https://www.gov.br/inpi/pt-br/backup/legislacao-1/cup.pdf>>. Acesso em: 04 fev. 2021.

CONSÓRCIO INTERMUNCIPAL DA SERRA CATARINENSE (CISAMA). **Estatuto Social do Cisama**. 2010. Disponível em: <<https://cisama.sc.gov.br/assets/uploads/cb981-1o-estatuto-cisama-26-11-2010.pdf>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

CONEJERO, M. A.; CÉSAR, A. S. A governança de Arranjos Produtivos Locais (APLS) para a gestão estratégica de Indicações Geográficas (IGS). **Ambiente & Sociedade**, v. 20, nº 01, p. 279-300, jan./mar. 2017.

COSTA, T. Serviço de Inspeção Municipal como ferramenta de desenvolvimento local e regional. Revista **AviSite**, nº 87, ano VIII, 2014. Disponível em: < <http://www.iagro.ms.gov.br/wp-content/uploads/2015/04/Artigo>>. Acesso em: 21 abr. 2021.

CÓRDOVA, U.A.; SCHLICKMANN, A.F.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, nº 01, p.150-157, jan./mar. 2015.

COVAS, A. M. A; COVAS, M. M. C; DALLABRIDA, V. R. Os signos distintivos territoriais e a smartificação do território: uma abordagem exploratória. **Revista Bibliográfica de Geografia y Ciencias Sociales Universitat de Barcelona**, v. 24. nº 1.268, abr. 2019.

CRUZ, F. T.; SANTOS, J. S. Alimentos tradicionais, modos de vida e desenvolvimento rural: um estudo a partir do Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra, Rio Grande do Sul. In: WAQUIL, P.D. et al. **Pecuária Familiar no Rio Grande do Sul: história, diversidade social e dinâmicas de desenvolvimento**. Porto Alegre: UFRGS, p. 215-276, 2016.

DALLABRIDA, V. R. Governança territorial: do debate teórico à avaliação da sua prática. **Análise Social**, v. 215, nº 02, p. 304-328, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/aso/n215/n215a04.pdf>>. Acesso em: 03 fev. 2021.

\_\_\_\_\_, V. R.; MARCHESAN, J.; ROSSETTO, A. M.; FILIPPIM, E. S. Governança nos territórios ou governança territorial: distância entre concepções teóricas e a prática. **Revista Grifos**, nº 40, v 25, p. 43-66, 2016. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/grifos/article/view/3356>>. Consultado em: 03 de fevereiro de 2021.

\_\_\_\_\_, V. R. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no Estado de Santa Catarina**. In: DALLABRIDA, V. R. (org.) - São Paulo: LiberArs, p. 296, 2015.

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina: em construção**. 2008. 454 f. Tese (Doutorado em Ciências de Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DORTZBACH, D.; MACHADO, L. N.; LOSS, A.; VIEIRA, E. Influência do meio geográfico nas características do mel de melato da bracatinga. **Research, Society and Development**, v. 9, nº 09, 2020. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/90983>>. Acesso em: 12 out. 2019.

EMERIQUE, L. P. **O desenvolvimento do setor maciêiro no sul do Brasil**. 2008. 147 p. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, área de concentração Desenvolvimento Regional e Urbano, do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

ENCINA, M. S. G. **A história dos povos Xokleng como referencial para uma educação às diversidades étnicas**. XI Congresso Nacional de Educação – EDUCERE, 2013. Disponível em: <[https://educere.bruc.com.br/CD2013/pdf/6812\\_4059.pdf](https://educere.bruc.com.br/CD2013/pdf/6812_4059.pdf)>. Acesso em: 16 fev. 2021.

FANTE, C. C. L.; DALLABRIDA, V. R. Governança territorial em experiências de indicação geográfica: análises e prospecções. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 6, nº 02, ed. esp., p. 228-246, jul. 2016. Disponível em: <<http://www.periodicos.unc.br/index.php/drd/article/view/1201>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

FARIA, R. S. V. **Marca Coletiva como ferramenta de diferenciação de Arranjos Produtivos Locais – APLs: O caso do Pólo de Moda Íntima de Nova Friburgo e Região – Brasil**. 2011. 198 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2011.

FAVARETO, A. S. Territórios rurais em um mundo urbanizado e globalizado: paradoxos e transição para a sustentabilidade. In: GUIBERT, M.; SABOURIN, E. **Ressources, inégalités**

**et développement des territoires ruraux en Amérique latine, dans la Caraïbe et en Europe:** Paris, Institut des Amériques/Agence française de développement/Fondation EU-LAC, p. 17-32, 2020.

FECAM - Federação Catarinense de Municípios. Índice de Desenvolvimento Sustentável dos Municípios Catarinenses. 2018. Disponível em: <<https://indicadores.fecam.org.br/indice/estadual/ano/2019>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

FERRARI, D. L.; MIOR, L.; MARCONDES, T.; MONDARDO, M. **Agroindústrias familiares e construção social de mercados:** situação atual e perspectivas a partir do estado de Santa Catarina, Brasil. In: Congresso Internacional de Sistemas Agroalimentares Localizados, 6., 2013, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: SIAL, 2013.

FERRARI, D. L. **Agricultura familiar, trabalho e desenvolvimento no Oeste de Santa Catarina.** 2003. 200 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2003.

FLORIANI, G. S.; FERT NETO, J. A trajetória do uso do solo por florestas na região dos campos de Lages. **Revista de Ciências Agroveterinárias**, Lages, v.10, nº 02, p. 93-102, 2011. Disponível em:< <https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/viewFile/61/32> >. Acesso em: 19 fev. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas.** 4. ed. São Paulo: Atlas, p. 176, 2002.

GOULART JUNIOR, R.; MONDARDO, M.; REITER, J.M.W.; MARCONDES, T.; ALVES, J.R.; PADRÃO, G.A. **Relatório de projeto:** Fruticultura Catarinense – Valor da produção comercial na safra 2014/15 (Boletim Didático n.135, ISSN 1414-5219). Florianópolis: Epagri, p. 36, 2016.

HENRICHES, J. A.; MOYANO, L. R. **Consórcios Públicos Intermunicipais:** uma alternativa à gestão pública. Brasília: Confederação Nacional de Municípios – CNM, p. 108, 2016. Disponível em:< [https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca\\_antiga/Cons%C3%B3rcios%20p%C3%BAblicos](https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca_antiga/Cons%C3%B3rcios%20p%C3%BAblicos)>. Acesso em: 10 jun. 2020.

HERMET, G.; BADIE, B.; BIRNBAUM, P.; BRAUD, P. **Dicionário de Ciência Política e das Instituições políticas.** Lisboa: Escolar Editora, p. 313, 2014.

HIRCZAK, M. et al. From the Basket of Goods to a More General Model of Territorialized Complex Goods: Concepts, Analysis Grid and Questions. **Canadian Journal of Regional Science**, v. 31, nº 02, p. 241-260, 2008.

HORA, G. B. **“Os Dois Lados da Mesma Moeda”:** inclusão e exclusão territorial de vitivinicultores no contexto da Indicação Geográfica Vales da Uva Goethe/SC. 2019. 304 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

IBGE. **Panorama:** população estimada 2020. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/lages/panorama>>. Acesso em: 13 mar. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Manual de marcas:** diretoria de marcas, desenho industriais e indicação geográfica. 3ª Edição, 2019. Disponível em: < <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/#Manual-de-Marcas>>. Acesso em: 22 out. 2019.

\_\_\_\_\_. **Instrução Normativa nº 19/2013**, de 18/03/2013. Disponível em: < [http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/instrucao\\_normativa\\_19-2013\\_-\\_regulamento\\_de\\_utilizacao.pdf](http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/instrucao_normativa_19-2013_-_regulamento_de_utilizacao.pdf)>. Acesso em: 02 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Consulta à base de dados do INPI**. Disponível em: < <https://gru.inpi.gov.br/pePI/servlet/MarcasServletController>>. Acesso em: 17 abr. 2020.

\_\_\_\_\_. **Boletim mensal de propriedade industrial:** estatísticas preliminares. Assessoria de Assuntos Econômicos (AECON), Vol. 1, n.1, Rio de Janeiro: INPI, p. 21, 2019. Disponível em: < [https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/arquivos/publicacoes/boletim\\_set\\_2019.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas/arquivos/publicacoes/boletim_set_2019.pdf)>. Acesso em: 10 fev. 2020.

JANIN, C.; GRASSET, E.; LAPOSTOLLE, D.; TURQUIN, E. **L'ingénierie, signe d'intelligence territoriale?** Paris: Economica/Anthropos, p. 152, 2011.

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

KAPFERER, J.N. **Strategic Brand Management:** new approaches to creating and evaluating brand equity. New York: Free Press, p. 230,1992.

KAPFERER, J.N. **As Marcas, Capital da Empresa:** criar e desenvolver marcas fortes. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, p. 360, 2003.

LACOUR, C. Espace et développement: des enjeux théoriques nouveaux face aux contradictions des sociétés contemporaines. In: **Revue d'Economie Régionale et Urbaine**. Bordeaux, ASRDLF, n. 05, p. 837-847, 1985.

LANDEL, P.-A.; KOOP, K.; PECQUEUR, B. 50 ans de transferts de politiques de développement françaises au Maghreb: Pourquoi croire au modèle du développement territorial ? Une approche critique. **EchoGéo**, n. 13, 2010. Disponível em: < [https://www.researchgate.net/publication/282190653\\_50\\_ans\\_de\\_transferts\\_de\\_politiques\\_de\\_developpement\\_francaises\\_au\\_Maghreb](https://www.researchgate.net/publication/282190653_50_ans_de_transferts_de_politiques_de_developpement_francaises_au_Maghreb)>. Acesso em: 10 fev. 2020.

LELOUP, F.; MOYART, L.; PECQUEUR, B. La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale? **Géographie, Économie, Société**, v. 7, nº 4, p. 321-331, 2005.

LOCKS, A. G. Uma análise antropológica da formação social e do desenvolvimento socioeconômico de Lages e da Serra Catarinense. In: YAMAGUCHI, C. K et al. (Org.). **Visão contemporânea e sustentável da Serra Catarinense**. Lages: Ed. Uniplac, p. 19-42, 2016.

MAGNANTI, N. J. **Extratativismo do pinhão na promoção da biodiversidade e do desenvolvimento econômico da agricultura familiar no Planalto Serrano Catarinense**.

2019. 252 f. Tese (Doutorado em Agroecossistemas) - Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

MANTOVANI, A.; MANTOVANI, L.; MORELLATO, P. C.; REIS, M. S. Fenologia reprodutiva e produção de sementes em *Araucaria angustifolia* (Bert.) O. Ktze. **Revista Brasileira de Botânica**, v.27 n° 04. São Paulo, 2004.

MASCARENHAS, G. A. **Consórcio Público e Arranjos Institucionais de Desenvolvimento Territorial no Meio Oeste Contestado**: cooperação ou competição? 2015. 150 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

MARQUES, V. M. **As associações de municípios e a regionalização do Estado de Santa Catarina**. 2003. 2004 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

MARQUES, V. M.; DIAS, L. C. Associações de municípios em Santa Catarina: da gênese à consolidação. **Geosul**, Florianópolis, v. 18, n° 36, p 29-53, jul./dez. 2003.

MARQUES, G.; SOBREIRA, R. Construção e Comunicação de uma marca territorial: o caso do município de Viana do Castelo. **Rev.Cad.Comun. Santa Maria**, v.20, n.3, p.33 de 57, set/dez.2016.

MICHELET, J. F.; GIRAUT, F. Construction d'une qualité régionale. **Journal of Alpine Research**, 2014. Disponível em: < <http://journals.openedition.org/rga/2154> >. Acesso em: 22 jul. 2020.

MILANI, A.; SOLINÍS, G. Repensar a democracia na governança mundial: algumas pistas para o futuro. In: MILANI et al. (org.). **Democracia e Governança Mundial**: que Regulações para o Século XXI? Porto Alegre: Editora UFRGS/UNESCO, p. 266-291, 2002.

MINAYO, M. C. S. Análise qualitativa: teoria, passos e fidedignidade. **Ciência e saúde coletiva**, vol.17, n° 3, p.621-626, 2012. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/csc/v17n3/v17n3a07.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MIOR, L. C. **Agricultores familiares, agroindústrias e território**: a dinâmica das redes de desenvolvimento rural no Oeste Catarinense. 2003. 3016 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas, Sociedade e Meio Ambiente) - Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humana, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

\_\_\_\_\_. C.; FERRARI, D. L.; REITER, J. M.; MONDARDO, M.; GUGEL, J.; MARCELO SÁ; FELICIANO, A. M.; MARCONDES, T. Redes de cooperação na agricultura familiar de Santa Catarina: acesso aos novos mercados e políticas públicas. **Anais do VIII Encontro da Rede de Estudos Rurais**. Florianópolis, 2019.

\_\_\_\_\_. Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial. In: VIEIRA, P. F.; CAZELA, A. A.; CERDAN, C.; CARRIÈRE, J. (Orga.). **Desenvolvimento territorial sustentável**. Florianópolis: APED: Seco, p.235-257, 2010.

\_\_\_\_\_.; FERRARI, D. L.; MARCONDES, T.; MONDARDO, M. Redes e agroindústrias: as inovações organizacionais dos agricultores familiares e os novos mercados em Santa Catarina. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 51, Belém, PA, 2013. **Anais...** Belém, 2013. Disponível em: < <http://icongresso.itarget.com.br/useradm/anais/?clt=ser.3>>. Acesso em: 12 jul. 2020.

MOLLARD, A.; PECQUEUR, B. De l'hypothèse au modèle du panier de biens et de services histoire succincte d'une recherche. **Economie rurale**, v. 300, p. 110-114, 2007. Disponível em: < <https://economierurale.revues.org/2270> >. Acesso em: 22 out. 2019.

MOLLARD, A. Qualité et développement territorial: une grille d'analyse théorique à partir de la rente. **Économie Rurale**, v. 263, n° 261, p.16-34, 2001.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. 3 ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, p.118, 2001.

MUÑOZ-NÁJAR, L. A. G. **Propriedade Intelectual**: El uso de la marca como herramienta de mercado. Publicação produzida pelo Projeto USAID/PERU/MYPE COMPETITIVA. Peru: USAID, p. 69, 2009.

NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C.; WILKINSON, J. Governança e Institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 55, n° 01, p. 085-102, Jan./Mar. 2017.

OSTROM, E. **Governing the Commons**: the evolution of institutions for collective action. UK, Cambridge University Press, 2003.

OLIVEIRA, M. A. Mundo rural (economia, trabalho e migrações) na Serra Catarinense/Brasil: elementos para discussão da centralidade do trabalho agrícola no meio rural no contexto de sua reestruturação produtiva na atualidade. **Jornal de políticas educacionais**, v.10, n° 20, p. 106-117, julho-dezembro de 2016.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI). **A criação de uma marca**: uma introdução às marcas de fábrica ou de comércio para as pequenas e médias empresas. Série sobre a propriedade intelectual para o comércio e a indústria. 2003. Disponível em: <[https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/01\\_cartilhamarcas\\_21\\_01\\_2014\\_0.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/composicao/arquivos/01_cartilhamarcas_21_01_2014_0.pdf)>. Acesso em: 09 maio 2020.

PAIS, I. P.A. **Marca Territorial**: a visão dos residentes sobre a sua cidade (Cidade da Guarda). 2017. 103 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Comercial) - Faculdade de Economia do Porto, Porto, 2017.

PAULA, L. G. N. **Cesta de Bens e Serviços Territoriais**: uma possível estratégia de desenvolvimento territorial para a Serra Catarinense? 2019. 117 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

PECQUEUR, B. A guinada territorial da economia global. **Política e Sociedade**, Florianópolis, UFSC/Programa de Pós-graduação em Sociologia política, nº 14, p. 79-105, abril de 2009.

\_\_\_\_\_. O desenvolvimento territorial: uma nova abordagem para os processos de desenvolvimento para as economias do Sul. **Raízes**, Campina Grande/PB, UFPB, Programa de Pós-graduação em Ciências sociais, v. 24, nº 2, p. 10-22, jan./dez. de 2005.

\_\_\_\_\_. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Economie Rurale**, n. 261, p. 37-49, 2001.

\_\_\_\_\_. **Dynamiques territoriales et mutations économiques**. Paris: l'Harmattan, p. 256, 1996.

\_\_\_\_\_; ZIMMERMANN, J. B. Fundamentos de uma economia da proximidade. In DINIZ; LEMOS (orgs.). **Economia e Território**. Ed. UFMG, Belo Horizonte, p. 77-102, 2005.

PERAFÁN, M. E. V.; SCHNEIDER, S. Que desenvolvimento dos territórios rurais em América Latina e no Caribe? In: GUIBERT, M.; SABOURIN, E. (Org.). **Ressources, inégalités et développement des territoires ruraux en Amérique latine, dans la Caraïbe et en Europe**. Paris, Institut des Amériques/Agence française de développement/Fondation EU-LAC, p. 33-46, 2020.

PEREIRA, A. M. **Importância sócioeconômica das pequenas propriedades rurais com cultivo de maçã para o desenvolvimento regional sustentável de Urupema-SC**. 2017. 19 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Desenvolvimento Regional Sustentável) - Universidade do Planalto Catarinense, Lages, 2017.

PREZOTTO, L. L. **Agroindústria Rural de Pequeno Porte e seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária**. 1999. 143 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas), Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

\_\_\_\_\_. **Procedimentos para a regularização de empreendimentos comunitários, familiares e artesanais**. Brasília-DF: Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), p. 47, 2020.

\_\_\_\_\_. **A sustentabilidade da agricultura familiar: implicações e perspectivas da legislação sanitária para a pequena agroindústria**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, p. 167, 2005.

\_\_\_\_\_. **Agroindústria da agricultura familiar: regularização e acesso ao mercado**. Brasília, DF: CONTAG, p. 60, 2016.

PILLAR, V. P.; MÜLLER, S. C.; ZÉLIA MARIA DE SOUZA CASTILHOS; Z. M.; JACQUES, A. V. **Campos Sulinos: Conservação e uso sustentável da biodiversidade**. Bioma Sustentável. Brasília/DF: MMA, p. 403, 2009. Disponível em:<

<http://ecoqua.ecologia.ufrgs.br/arquivos/Livros/CamposSulinos.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2021.

PIRES, E. L.S. A governança territorial no estado de São Paulo: modalidades, formas de coordenação e princípios reguladores. *Estudos Geográficos*, Rio Claro, p. 143-164, jul./dez. 2016.

\_\_\_\_\_; FUINI, L. L; FIGUEIREDO FILHO, W. B; MENDES, E. L. A governança territorial revisitada: dispositivos institucionais, noções intermediárias e níveis de regulação. *GEOgraphia*, vol 19, n. 41, 2017.

REGALADO, P. F., TIMBÓ, C. S., ROIZMAN, M. B., BARBOSA, P. M. S, FARIA, R. S. V. Marcas coletivas: onde estamos e para onde queremos ir? In: V Encontro Acadêmico de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, 2012, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro, 2012.

REITER, J. M. W.; MONDARDO, M.; FERRARI, D. L.; MIOR, L. C.; MARCONDES, T. **Os empreendimentos de agregação de valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina**. Florianópolis, SC: Epagri, p. 72, 2019.

REQUIER-DESJARDINS, D.; SALCIDO, G. T. Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) y circuitos cortos en América latina. In: GUIBERT, M.; SABOURIN, E. (Org.). **Ressources, inégalités et développement des territoires ruraux en Amérique latine, dans la Caraïbe et en Europe**. Paris, Institut des Amériques/Agence française de développement/Fondation EU-LAC, p. 119-132, 2020.

\_\_\_\_\_. Sistemas agroalimentares localizados e qualificação: uma relação complexa. In: VIEIRA, P. F.; CAZELLA, A. A.; CERDAN, C.; CARRIÈRE, J. (Org.). **Desenvolvimento territorial sustentável no Brasil: subsídios para uma política de fomento**. Florianópolis: APD seco, p. 259-278, 2010.

\_\_\_\_\_; BOUCHER, F.; CERDAN, C. Globalização, vantagens competitivas e sistemas agroindustriais localizados em zonas rurais de países latino-americanos. *Eisforia*, Florianópolis, SC, v. 4, nº especial, p. 225-247, 2006.

ROCHA, O. M. **A importância do Serviço de Inspeção Municipal (SIM) na gestão pública e para o desenvolvimento agroindustrial**. Confederação Nacional de Municípios. Brasília: CNM, p. 44, 2015. Disponível em:<  
[https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca\\_antiga/Servi%C3%A7o%20de%20Inspe%C3%A7%C3%A3o%20Municipal%20-%20SIM%20\(2015\).pdf](https://www.cnm.org.br/cms/biblioteca_antiga/Servi%C3%A7o%20de%20Inspe%C3%A7%C3%A3o%20Municipal%20-%20SIM%20(2015).pdf)>. Acesso em: 18 ago. 2020.

RODRIGUES, A. L.; MALO, M. C. **Estruturas de Governança e Empreendedorismo Coletivo: o Caso dos Doutores da Alegria**. *RAC*, v. 10, nº 3, Jul./Set. 2006. Disponível em:<  
[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=>](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=>). Acesso em: 23 abr. 2021.

ROMERO, J., FARINÓS, J. Redescubriendo la gobernanza más allá del buen gobierno. Democracia como base, desarrollo territorial como resultado. *Boletín de la A. G. E.*, 56, p. 295-319, 2011.

SAKR, M. R.; DALLABRIDA, V. R. O marketing territorial como estratégia de construção e divulgação da imagem dos territórios: a indicação geográfica como referência. In: VII Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional, Rio Grande do Sul, Brasil, de 9 a 11 de setembro de 2015. **Anais...** Santa Cruz do Sul, 2015. Disponível em: <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidr/article/view/13372>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

SANTOS, J. S. **Agroindústria familiar rural no Alto Uruguai do Rio Grande do Sul: uma análise do processo de comercialização**. 2006. 131 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

SCHLICHTING, A. P.; COUTO, C. A.; FERREIRA, E. R.; SOUZA, L. T.; JESUS, N. N.; PEREIRA NETO, S.; CÓRDOVA, U. A. **O queijo artesanal serrano como fator de desenvolvimento nos Campos de Altitude do Sul do Brasil**. Epagri, 2015. Disponível em: <[http://fidamercosur.org/claeh/images/2015/2\\_Concurso\\_BPAP/Asociativismo/QueijoArtesanalSerrano.pdf](http://fidamercosur.org/claeh/images/2015/2_Concurso_BPAP/Asociativismo/QueijoArtesanalSerrano.pdf)>. Acesso em: 07 abr. 2021.

SCHNEIDER, S.; FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, nº1, p. 56-71, 2015.

SCHNEIDER, S. **Mercados e agricultura familiar**. 2016. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/309202008\\_Mercados\\_e\\_Agricultura\\_Familiar](https://www.researchgate.net/publication/309202008_Mercados_e_Agricultura_Familiar)>. Acesso em: 28 mar. 2021.

SCHULTZ, D. E.; BARNES, B. E. **Campanhas estratégicas de comunicação de marca**. Rio de Janeiro: Qualitymark, p. 396, 2001.

SEIXAS, C. S.; PRADO, D. S.; JOLY, C. A.; MAY, P. H.; NEVES, E. M.; TEIXEIRA, L. R. Governança ambiental no Brasil: rumo aos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS)? **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**. São Paulo: v. 25, nº 81, p.1-21, 2020.

SILVA, R. O; STEENBOCK, W. MAGNANT, J. N. REIS, E. **Fazeres e saberes no manejo da araucária no planalto da Serra Catarinense**. Mayer Ltda. Lages, 2015. Disponível em: <[https://lacaf.paginas.ufsc.br/files/2015/07/Cartilha-Pinh%C3%A3o-Final-22\\_071.pdf](https://lacaf.paginas.ufsc.br/files/2015/07/Cartilha-Pinh%C3%A3o-Final-22_071.pdf)>. Acesso em: 10 mar. 2021.

SOUSA, C. M. G. **Gestão de Marcas País: O caso de Portugal**. 2007. 154 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto, 2007.

SOUZA, K.; GOES, J. H.; LOCATELLI, L. Marcas coletivas e indicações geográficas: similaridades e potenciais impactos no desenvolvimento. In: VIEIRA, A. C. P.; ZILLI, J. C.; BRUCH, K. L. (Org.). **Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação: ambiente institucional e organizações**. Criciúma: EDIUNESC, 2017. p. 339-359. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/handle/1/5956>>. Acesso em: 03 mar. 2021.

TECCHIO, A.; CAPELLESSO, A. J.; DORIGON, C.; CAZELLA, A. A. Desenvolvimento Territorial no Extremo Oeste de Santa Catarina: a Abordagem da Cesta de Bens e Serviços Territoriais. **RPPR**, Rio de Janeiro, v. 8, nº 1, p. 1- 20, 2021. Disponível em:

<<http://www.revistappr.com.br/artigos/publicados/DESENVOLVIMENTO-TERRITORIAL-NO-EXTREMO-OESTE-DE-SANTA-CATARINA-a-abordagem-da-Cesta-de-Bens-e-Servicos-Territoriais.pdf>>. Acesso em: 14 maio 2021.

VARGA, G. M; FROEMMING, L. M. Marketing e branding territorial: fortalecimento da marca “Rota do Yucumã”. **Revista Gesto**, v.3, nº 2, Jul./Dez. 2015. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/315437161\\_MARKETING\\_E\\_BRANDING\\_TERRITORIAL\\_FORTALECIMENTO\\_DA\\_MARCA\\_ROTA\\_DO\\_YUCUMA](https://www.researchgate.net/publication/315437161_MARKETING_E_BRANDING_TERRITORIAL_FORTALECIMENTO_DA_MARCA_ROTA_DO_YUCUMA)>. Acesso em: 17 out. 2020.

VELHO, J. B. et al. **Queijo artesanal serrano**: “uma receita passada de geração para geração”. Porto Alegre: EMATER/RS- Ascar, 2011. Disponível em: <[http://dspace.emater.tche.br/xmlui/bitstream/handle/20.500.12287/49683/emater\\_rs\\_49683-001.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.emater.tche.br/xmlui/bitstream/handle/20.500.12287/49683/emater_rs_49683-001.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 27 out. 2020.

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. 168 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

VENTURIN, L.; MEIRELES, A. L. B. **Agrosociobiodiversidade**: agorindústria familiar de base agroecológica. 2014. Acessado em: <[http://www.centroecologico.org.br/cartilhas/Agrosociobio\\_final\\_web.pdf](http://www.centroecologico.org.br/cartilhas/Agrosociobio_final_web.pdf)>. Acesso em: 19 set. 2020.

VIAGEM; S. A. Marcas coletivas, marcas de certificação ou de garantia, denominações de origem e indicações geográficas. **PIDCC**, Aracaju/Se, ano VIII, v.13, n. 01, p.01-52, Fev/2019. Disponível em: <<http://pidcc.com.br/br/component/content/article/2-uncategorised/>>. Acesso em: 01 fev. 2020.

WANDERLEY, M.N.B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: TEDESCO, J.C. **Agricultura familiar; realidades e perspectivas**. Passo Fundo, EdUPF, p.23-56, 1999.

WINKELMANN, M. A. Marca De Certificação E Marca Coletiva: Estudo De Caso Da Marca Coletiva Vinhos Do Brasil. **Revista de Propriedade Intelectual - Direito Constitucional e Contemporâneo**, v. 7, nº 1, p. 227–248, 2014.

YAMAGUCHI, C.K.; TURRA, N.C.; STRASSER, A.T.B. **Visão contemporânea e sustentável da Serra Catarinense**. 2. ed. Lages – SC: Uniplac, p. 247, 2016.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre, Bookman Companhia Editora, p. 271, 2015.

ZANELLA FILHO, R. A. **Consórcios Intermunicipais e Desenvolvimento Regional**: o caso do CIPAE G8 do Vale do Taquari/RS. 2011. 135 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, 2011.

**ANEXO 1-** Roteiro de entrevista semiestruturada com atores que participaram da criação da “Marca Coletiva Sabor Serrano” na Serra Catarinense

**1 Identificação do entrevistado**

1.1 Nome:

1.2 Endereço:

1.3 Município:

1.4 Fone:

1.5 Data:

1.6 Formação/escolaridade:

1.7 Profissão:

1.8 Instituição:

1.9 Entrevista número:

**2 Resgate histórico de criação da Marca Sabor Serrano:**

2.1 O que levou a criação da marca?

2.2 Como se deu o processo de criação da marca?

- quando ela foi criada?

- quais instituições participaram?

- como agroindústrias participaram?

- qual era a região de abrangência na qual a marca foi implementada?

2.3 Ela foi inspirada em outra experiência?

2.4 Qual (s) a maior dificuldade enfrentada no processo de criação da marca?

**3 Quando a questão legal da Marca Sabor Serrano:**

3.1 A marca está ou não registrada no INPI?

Sim  Não  Em processo

3.2 A marca precisa atender alguns aspectos legais? Se sim, quais?

3.3 Existe normas/regras para usar a marca, como por exemplo, adotar um caderno de normas?

3.4 Se sim, como e por quem as normas foram criadas?

3.5 Existem ações para evitar a exclusão e a concentração de agroindústrias quanto ao uso da marca?

**4. Que outros serviços estão associados à marca?**

inspeção sanitária  marketing  ATER  Crédito rural  outros \_\_\_\_\_

**5 Dados de utilização da marca:**

5.1 Qual o número atual (março de 2020) de agroindústrias que fazem uso da marca?

5.2 Com o decorrer dos anos de uso da marca:

- o número de agroindústrias:  cresceram  decresceram  estável  não sabe

Independente da resposta, explicar o motivo.

- No território, como está organizado o uso da marca?  por município  por agroindústria  por produto  não sabe

Independente da resposta, explicar o motivo.

5.3 Quanto ao porte das agroindústrias:  pequenas  média  grandes  mista

5.4 Quanto aos tipos de agroindústrias:  familiar  não familiar  mista

5.5 Quais são os produtos comercializados com a Marca Sabor Serrano?

5.6 O uso da Marca Sabor Serrano gera quais vantagens/benefícios?

5.3 Tem custo no uso da marca?

não  sim, quanto R\$ \_\_\_\_\_

Em caso de sim, esse valor é igual para todas agroindústrias? Como é estabelecido o custo?

5.4 Em que tipo de mercados os produtos são comercializados?

cooperativa  feiras  intermediários  direto ao consumidor  varejo /supermercados

5.4 Qual é a localização desses mercados?

na região Oeste  fora da Região  misto

5.5 Existe estudo sobre a percepção do consumidor em relação à Marca?

## 6. Melhorias da Marca Sabor Serrano

6.1 O que precisa ser melhorado no uso/gestão/legislação da Marca?

### Anotar após a realização de cada entrevista:

1 Onde foi realizada a entrevista:

1.1  Na casa do(a) entrevistado(a)

1.2  Na área de trabalho

1.3  Outro. Especificar:

1.4  Tempo aproximado de duração da entrevista:

2. Quem esteve presente durante a

entrevista? 2.1  Cônjuge

2.2  Filho (a)(s)

2.3  Pais

2.4  Amigo(a)s

2.5  Outros(as) parentes

2.6  Outro. Especificar:

**ANEXO 2** – Parte do primeiro Estatuto Social do CISAMA publicado no Diário Oficial do Município/SC de 09/12/2010.

09/12/2010 (Quinta-feira)		DOM/SC - Edição Nº 632		Página 127	
<b>DESPESA</b>					
Código	Projeto Atividade	Dotação / Elemento	Descrição	Valor Orçado	
01	2.001	3.3.50.00.00.00.00.00.0090.00	Transf. a Inst. Privadas sem Fins Lucrativos	232.000,00	
02	2.002	3.3.71.00.00.00.00.00.0000.00	Transf. a Municípios	140.000,00	
03	2.003	3.3.90.00.00.00.00.00.0000.00	Custeio Manutenção das atividades do Funsera	2.000,00	
<b>TOTAL GERAL DA DESPESA</b>				<b>342.000,00</b>	
<p><b>Estatuto Social CISAMA</b>  <b>ESTATUTO SOCIAL</b>  <b>TÍTULO I</b>  <b>DA CARACTERIZAÇÃO DO CONSÓRCIO</b></p> <p><b>CAPÍTULO I</b>  <b>DA DENOMINAÇÃO E CONSTITUIÇÃO</b></p> <p><b>Art. 1º</b> – O Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar - CISAMA, é pessoa jurídica de direito público interno, do tipo associação pública, dotada de independência decisória e autonomia administrativa, orçamentária e financeira.</p> <p><b>Art. 2º</b> – O CISAMA é constituído dos Municípios seguintes: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Otacílio Costa, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urupema e Urubici</p> <p>§ 1º - Somente será considerado consorciado o Município subscritor do Protocolo de intenções que o ratificar, através de lei.</p> <p>§ 2º - A ratificação realizada após 2 (dois) anos da subscrição do Protocolo de Intenções dependerá da homologação da assembleia geral do Consórcio.</p> <p>§ 3º - Somente poderá ratificar o Protocolo de Intenções o Município que antes o tenha subscrito.</p> <p>§ 4º A ratificação poderá ser realizada com reserva, implicando consorciamento parcial do ente, após aprovação de cada uma das reservas pelos demais subscritores do protocolo de intenções ou, caso já constituído o consórcio público, pela Assembleia Geral.</p> <p>§ 5º - Ente da Federação não designado no Protocolo de Intenções somente poderá integrar o CISAMA mediante a alteração do Contrato, aprovada pela Assembleia Geral e ratificada, mediante lei, por cada um dos entes já consorciados.</p>					
<p><b>Art. 6º</b> - O CISAMA vigorará por prazo indeterminado.</p> <p><b>CAPÍTULO IV</b>  <b>DA FINALIDADE, DOS PRINCÍPIOS E DOS OBJETIVOS</b></p> <p><b>Art. 7º</b> - O CISAMA atuará em regime de estreita cooperação entre os consorciados e com outras entidades públicas, privadas e da sociedade civil, nacionais e/ou estrangeiras, formalizadas através do instrumento Contrato de Programa.</p> <p><b>Art. 8º</b> - Constitui objeto do CISAMA:</p> <p><b>I</b> – garantir a proteção da saúde dos animais e sanidade dos vegetais, identidade, qualidade e segurança higiênico-sanitária e tecnológica dos produtos agropecuários finais destinados aos consumidores;</p> <p><b>II</b> - prestar serviços públicos de saneamento básico – nos termos de contrato - e execução de obras e o fornecimento de bens à administração direta ou indireta dos Municípios consorciados e destes para com o Consórcio, inclusive a operação de análises para o controle da qualidade da água e monitoramento de esgoto, assistência técnica e assessoria administrativa, contábil e jurídica;</p> <p><b>III</b> – garantir o desenvolvimento sustentável através da conservação e preservação ambiental e do desenvolvimento sustentável rural e urbano no âmbito dos Municípios consorciados;</p> <p><b>IV</b> - garantir a segurança alimentar e nutricional da população, desde a produção, o processamento e a industrialização, a comercialização, a distribuição, o acesso e o consumo de alimento seguro, a utilização biológica dos alimentos – incluindo-se a água e as sementes – e sua relação com o desenvolvimento humano.</p> <p><b>Art. 9º</b> – As regras que informam o CISAMA e seus processos de atuação visam assegurar o atendimento dos princípios a serem observados em matéria de meio ambiente, segurança alimentar, desenvolvimento econômico sustentável, sanidade agropecuária, especialmente os relacionados com os aspectos sociais e culturais e ambientalmente corretos, e as responsabilidades dos produtores, dos fabricantes, das autoridades competentes e da população em geral com requisitos estruturais e operacionais da sanidade agropecuária e ambiental.</p> <p><b>Art. 10º</b> – São objetivos do CISAMA:</p> <p><b>I</b> – fomentar o desenvolvimento econômico-sustentável da região de abrangência, através de ações integradas intermunicipais;</p> <p><b>II</b> – incentivar a conservação e preservação ambiental, no sentido de elaboração de políticas públicas ambientais, criação dos Conselhos Municipais de Meio Ambiente, capacitação de agentes ambientais, sintonia com diretrizes ambientais a nível Estadual e Federal;</p> <p><b>III</b> – constituir ou capacitar equipes técnicas multidisciplinares para fiscalizar, monitorar, regular e inspecionar atividades que causem impactos ambientais dentro da região de abrangência, através da celebração de convênios ambientais com órgãos municipais, estaduais e federais de meio ambiente;</p> <p><b>IV</b> – elaborar estudos, projetos, pesquisas, planos de desenvolvimento e outras ações e atividades de planejamento que possam contribuir para melhoria das condições sociais, culturais, ambientais e sanitárias da região de abrangência do Consórcio;</p> <p><b>V</b> – dar suporte, orientação técnica e jurídica para a prestação adequados dos Serviços de Saneamento Básico na forma preconizada pela Lei 11.445, de 5 de janeiro de 2007;</p> <p><b>VI</b> - integrar os Serviços de Inspeção dos Municípios entre si e ao Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária – SUASA,</p>					
<p><b>CAPÍTULO II</b>  <b>DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS</b></p> <p><b>Art. 3º</b> - O CISAMA é integrado pelos Municípios acima identificados, cuja representação política e jurídica se dará através do Prefeito Municipal, bem como pelos entes públicos e demais Municípios que vierem a aderir, na forma prevista no art. 5º da Lei nº 11.107/2005.</p> <p><b>CAPÍTULO III</b>  <b>DA ATUAÇÃO E DURAÇÃO</b></p> <p><b>Art. 4º</b> - O CISAMA tem sede à Rua Otacílio Vieira da Costa, nº 112, Centro, CEP 88501-050, no município de Lages – SC, e fora na Comarca do mesmo Município.</p> <p><b>Art. 5º</b> - A área de jurisdição do CISAMA abrange o território dos Municípios associados.</p>					

09/12/2010 (Quinta-feira)	DOM/SC - Edição Nº 632	Página 128
<p>vísando garantir a sanidad e agropecuária, desde o local da produção primária até a colocação do produto final no mercado;</p> <p>VIII – constituir ou contratar equipes de assistência técnica, responsáveis pela inspeção e pelos Programas de Apoio e Desenvolvimento da Agroindústria Familiar, integrando as iniciativas em Rede de maneira a construir conjuntamente estratégias de viabilização dos empreendimentos com ações de capacitação, assistência técnica, análise econômica e gestão das agroindústrias, assessoria na elaboração de perfis agroindustriais e implantação/adequação de agroindústrias familiares frente à legislação sanitária, ambiental, fiscal, previdenciária e tributária, projetos de custeio e investimento e relação com mercado consumidor;</p> <p>IX – constituir conjuntamente os requisitos para obtenção da equivalência dos Serviços de Inspeção dos Municípios para adesão ao Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal e Vegetal (IN 19/2006), quais sejam: i) infraestrutura administrativa; ii) inocuidade dos produtos; iii) qualidade dos produtos; iv) prevenção e combate à fraude econômica; e v) controle ambiental;</p> <p>X – constituir ou contratar equipes para:</p> <p>a) inspeção de produtos de origem animal e vegetal habilitados a emitir a certificação sanitária de origem, fitossanitária de origem, de identidade e de qualidade e outros procedimentos em acordo com a legislação pertinente, aos estabelecimentos assistidos pelo consórcio;</p> <p>b) inspeção e fiscalização ambiental, mediante assinatura de convênios com os órgãos ambientais municipais, estaduais e federais, para atuarem na emissão de controle e licenciamento ambiental local;</p> <p>XI – dar suporte e assessoria às entidades públicas envolvidas, e suas equipes profissionais internas, nos assuntos relacionados aos objetivos do Consórcio;</p> <p>XII – capacitação técnica do pessoal encarregado da prestação dos serviços de saneamento nos Municípios consorciados;</p> <p>XIII – prestação de serviços públicos de saneamento básico – nos termos deste contrato – execução de obras e serviços, inclusive a operação de estruturas, análises para o controle da qualidade da água e monitoramento de esgoto, assistência técnica e assessoria administrativa, contábil e jurídica, tais como:</p> <p>a) solução dos problemas de saneamento ambiental;</p> <p>b) elaboração de projetos e promoção de estudos de concepção;</p> <p>c) projeção, supervisão e execução de obras;</p> <p>d) implantação de processos contábeis, administrativos, gerenciais</p>	<p>XVI – realização de licitações compartilhadas das quais, em cada uma delas, decorram dois ou mais contratos, celebrados pelos consorciados ou entes de sua administração indireta;</p> <p>XVII – aquisição e/ou administração de bens para o uso compartilhado dos municípios consorciados;</p> <p>XVIII – implantação de laboratório regional para controle e qualidade da água e monitoramento do esgotamento sanitário.</p> <p>XIX – planejar coordenar, orientar, controlar e executar as políticas de pesquisas agropecuárias e difusão de tecnologia agropecuária, florestal, pesqueira e de assistência técnica e extensão a produtores rurais nos seus municípios de abrangência.</p> <p>§ 1º Para o cumprimento de seus objetivos, o CISAMA poderá:</p> <p>I – adquirir e/ou receber em doação ou cessão de uso, bens que entender necessários ao desenvolvimento de suas atividades, os quais integrarão ou não seu patrimônio;</p> <p>II – firmar convênios, contratos, acordos de qualquer natureza, receber auxílios, doações, contribuições e subvenções sociais ou econômicas de outras entidades e órgãos governamentais e não governamentais;</p> <p>III – ser contratado pela administração direta ou indireta dos entes consorciados, dispensada a licitação;</p> <p>IV – filiar-se, receber filiados ou integrar o quadro de participantes de organizações ou entidades congêneres contribuindo para o desenvolvimento sustentável dos recursos naturais, principalmente no que se refere aos Recursos Hídricos;</p> <p>V – requisitar técnicos de entes públicos consorciados para integrem o quadro de profissionais do CISAMA, através de cessão de pessoal.</p> <p>VI – instituir, através de resolução aprovada pelos consorciados, Fundos Intermunicipais, para recebimento e aplicação de recursos financeiros oriundos de outros entes Federados, bem como recursos providos do setor privado, de compensações financeiras e de doações de outras fontes.</p> <p>VII – Efetivar empréstimos ou financiamentos para aquisições, incorporações ou execuções de ações previstas em seus objetivos, desde que aprovados em assembléia geral.</p> <p>§ 2º O CISAMA poderá emitir documentos de fiscalização, inspeção e cobrança e ainda exercer atividades de arrecadação de tarifas e outros preços públicos pela prestação de serviços aos entes consorciados ou conveniados, aos estabelecimentos assistidos e outros que demandem seus serviços, bem como promover a administração destes fundos e a aplicação conforme o plano de ação deliberado pela assembléia.</p> <p><b>CAPÍTULO V</b> <b>DOS DIREITOS E DEVERES DOS CONSORCIADOS</b></p> <p>Art. 11º - Constituem direitos dos consorciados:</p>	
<p>e operacionais;</p> <p>e) administração, operação, manutenção, recuperação e expansão dos sistemas de água e esgoto;</p> <p>f) treinamento e aperfeiçoamento de pessoal;</p> <p>g) orientação na formulação da política tarifária dos serviços de água e esgoto;</p> <p>h) intercâmbio com entidades afins, promoção e/ou participação em cursos, seminários e eventos correlatos;</p> <p>i) implementação de programas de saneamento rural e urbano, construção de melhorias sanitárias e proposição de soluções conjuntas água-esgoto-módulo sanitário;</p> <p>j) desenvolvimento de planos, programas e projetos conjuntos destinados à conservação e melhoria das condições ambientais;</p> <p>l) assistência jurídica judicial e/ou extrajudicial, na área de atuação do CISAMA, inclusive com a realização de cursos, palestras, simpósios e congêneres;</p> <p>XIV – melhoria do saneamento ambiental;</p> <p>XV – prestação de serviços e na execução de obras;</p>	<p>I – participar das Assembléias Gerais e discutir assuntos submetidos à apreciação dos consorciados;</p> <p>II – votar e ser votado para os cargos do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal;</p> <p>III – propor medidas que visem atender aos objetivos e interesses dos Municípios e ao aprimoramento do CISAMA;</p> <p>IV – compor o Conselho de Administração e o Conselho Fiscal do CISAMA nas condições estabelecidas pelo Protocolo de Intenções.</p> <p>Art. 12º - Constituem deveres dos consorciados:</p> <p>I – cumprir e fazer cumprir o presente Estatuto e o Contrato de Consórcio, em especial quanto à inserção no orçamento anual e a entrega de recursos financeiros previstas em contrato de rateio;</p> <p>II – acatar as determinações da Assembléia Geral, cumprindo com as deliberações e obrigações do CISAMA, em especial as obrigações constantes no contrato de programa e contrato de rateio;</p> <p>III – cooperar para o desenvolvimento das atividades do CISAMA,</p>	

09/12/2010 (Quinta-feira)	DOM/SC - Edição Nº 632	Página 135
<p>orçamentária ou em créditos adicionais, as dotações suficientes para suportar as despesas assumidas por meio de contrato de rateio.</p> <p>Art. 64ª - Será igualmente excluído o consorciado inadimplente com as obrigações assumidas em contrato de rateio.</p> <p>Parágrafo Único. A exclusão prevista neste artigo não exime o consorciado do pagamento de débitos decorrentes do tempo em que permaneceu inadimplente.</p> <p>Art. 65ª - Os associados que se retirarem espontaneamente e os excluídos do quadro social somente participarão da reversão dos bens e recursos do CISAMA quando da sua extinção.</p> <p><b>CAPÍTULO XVI DA ALTERAÇÃO E EXTINÇÃO</b></p> <p>Art. 66ª - A alteração ou a extinção do Contrato de Consórcio Público dependerão de instrumento aprovado pela Assembléia Geral Extraordinária, ratificada mediante lei por todos os entes consorciados.</p> <p>§ 1º Os bens, direitos, encargos e obrigações do Consórcio reverterão aos consorciados proporcionalmente aos investimentos feitos ao CISAMA.</p> <p>§ 2º Até que haja decisão que indique os responsáveis por cada obrigação, os entes consorciados responderão solidariamente pelas obrigações remanescentes, garantido o direito de regresso em face dos entes beneficiados ou dos que deram causa à obrigação.</p> <p>§ 3º Com a extinção, o pessoal cedido ao consórcio público retornará aos seus órgãos de origem.</p> <p>§ 4º A retirada ou a extinção do consórcio não prejudicará as obrigações já constituídas, inclusive os contratos de programa, cuja extinção dependerá do prévio pagamento das indenizações eventualmente devidas.</p> <p>§ 5º A Alteração ou extinção do Presente Estatuto poderá ser realizada, desde que aprovado pela assembléia geral e publicada no Diário Oficial dos Municípios.</p>	<p>V - respeito aos princípios da administração pública, de modo que todos os atos executados pelo CISAMA sejam coerentes com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;</p> <p>Art. 70ª - Quando adimplente com suas obrigações, qualquer ente consorciado é parte legítima para exigir o pleno cumprimento dos artigos previstos neste Contrato.</p> <p>Art. 71ª - Os membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal não serão remunerados, considerando-se de alta relevância os serviços por eles prestados.</p> <p>Art. 72ª - Os municípios consorciados ao CISAMA respondem solidariamente pelo Consórcio.</p> <p>Parágrafo único. Os membros do Conselho de Administração não responderão pessoalmente pelas obrigações contraídas com a ciência e em nome do Consórcio, mas assumirão as responsabilidades pelos atos praticados de forma contrária à Lei ou às disposições contidas neste Estatuto e no Protocolo.</p> <p>Art. 73ª - O CISAMA será organizado por Contrato de Consórcio Público, decorrente da homologação, por lei, deste Protocolo de Intenções.</p> <p>Parágrafo único. O CISAMA regulamentará em Estatuto, Regimento Interno, aprovado em Assembléia Geral, as demais situações não previstas no Contrato de Consórcio Público.</p> <p>Art. 74ª - O CISAMA poderá delegar à Associação dos Municípios da Região Serrana - AMURES a execução de atividades administrativas previstas neste Protocolo de Intenções até a estruturação completa do Consórcio.</p> <p>Art. 75ª - Os casos omissos ao presente Estatuto e Protocolo de Intenções serão resolvidos pela Assembléia Geral e pelas legislações aplicáveis a espécie.</p> <p>Art. 76ª - As normas do presente Estatuto entrarão em vigor a partir da data da sua publicação na imprensa oficial.</p> <p>Lages, 26 de Novembro de 2010.</p>	
<p><b>CAPÍTULO XVII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS</b></p> <p>Art. 67ª - O Acordo de Programa assinado pelos associados e a Ata da Assembléia Geral Constituinte constituem documentos anexos ao presente Protocolo de Intenções.</p> <p>Art. 68ª - O exercício fiscal coincidirá com o ano civil, para efeitos de Execução do Orçamento e Prestação de Contas.</p> <p>§ 1º Até 31 de janeiro de cada ano, deverão ser apresentados pelo Diretor Executivo ao Presidente do Conselho de Administração, e este à deliberação da Assembléia Geral, o Plano de Trabalho e o Orçamento das Receitas e Despesas para o exercício seguinte, o Relatório de Atividades, a Prestação de Contas, o Balanço do Exercício anterior com o Parecer do Conselho Fiscal.</p> <p>§ 2º Os membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal da gestão anterior, ficam obrigados a apresentar os relatórios e documentos citados e participar da Assembléia Geral mencionada no parágrafo anterior.</p> <p>Art. 69ª - A interpretação do disposto neste Estatuto e no Protocolo de Intenções deverá ser compatível com o exposto em seu Preâmbulo bem como aos seguintes princípios:</p> <p>I - respeito à autonomia dos entes federativos consorciados, pelo que o ingresso ou retirada do CISAMA depende apenas da vontade de cada ente consorciado, sendo vedada a oferta de incentivos para o ingresso;</p> <p>II - solidariedade, em razão da qual os entes consorciados se comprometem a não praticar qualquer ato, comissivo ou omissivo, que venha a prejudicar a boa implementação de qualquer dos objetivos do CISAMA;</p> <p>III - transparência, facultado ao Poder Executivo ou Legislativo do ente consorciado ter acesso a qualquer reunião ou documento do CISAMA;</p> <p>IV - eficiência, exigindo que todas as decisões do CISAMA tenham explícita e prévia fundamentação técnica que demonstrem sua viabilidade e economicidade.</p>	<p>Prefeito Municipal de Lages Alto</p> <p>Roberto Marin Prefeito Municipal de Anita Garibaldi de Bocaina do Sul</p> <p>Rivaldo Antônio Macari Prefeito Municipal de Bom Jardim da Serra de Bom Retiro</p> <p>Firmino Aderbal Chaves Branco José Delfes Furtado Prefeito Municipal de Campo Belo do Sul de Cerro Negro</p> <p>Vânio Forster Denilson Luiz Padilha Prefeito Municipal de Correia Pinto de Otacílio Costa</p> <p>José Belizário Borges Andrade Francisco de Souza Prefeito Municipal de Painel de Palmeira</p> <p>Luiz Paulo Farias Bona Sartor Prefeito Municipal de Ponte Alta de Rio Rufino</p> <p>José Nerito de Souza</p>	<p>Prefeito Municipal de Capão Alto</p> <p>Prefeita Municipal</p> <p>José Antônio de</p> <p>Prefeito Municipal</p> <p>Ja- nerson</p> <p>Prefeito</p> <p>De- nilson</p> <p>Prefeito Mu- nicipal</p> <p>Osni</p> <p>Pre- feito</p> <p>Ademar de</p> <p>Pre- feito</p>

**ANEXO 3** – Exemplo de minuta de contrato administrativo entre CISAMA e prefeitura para prestação de serviços de inspeção sanitária.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

---

**MINUTA CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº 0750.1 / 2012.**

**CONTRATO DE PROGRAMA QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE CORREIA PINTO E O CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE SANEAMENTO BÁSICO, MEIO AMBIENTE, ATENÇÃO À SANIDADE DOS PRODUTOS DE ORIGEM AGROPECUÁRIA E SEGURANÇA ALIMENTAR DA SERRA CATARINENSE - CISAMA.**

**O MUNICÍPIO DE CORREIA PINTO**, pessoa jurídica de direito público, inscrita no CNPJ sob o nº 75.438.655/0001-45, com sede na Av. Duque de Caxias,,1569-centro, representada pelo prefeito Excelentíssimo Senhor Vânio Forster, doravante denominado **CONSORCIADO/CONTRATANTE** e o **CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE SANEAMENTO BÁSICO, MEIO AMBIENTE, ATENÇÃO À SANIDADE DOS PRODUTOS DE ORIGEM AGROPECUÁRIA E SEGURANÇA ALIMENTAR DA SERRA CATARINENSE - CISAMA**, pessoa jurídica de direito público, inscrito no CNPJ sob o n. 11.173.405/0001-48, representado pelo seu Presidente, Sr. Renato Nunes de Oliveira, doravante denominado **CONSÓRCIO/CONTRATADO**, celebram o presente Contrato de Programa, que se regerá pelas cláusulas e condições que seguem:

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Cláusula Primeira.** Aplica-se ao presente contrato as disposições da Lei Federal nº 11.107/05, do Decreto Federal nº 6.017/07, do Estatuto do CISAMA e da Lei Municipal N º 1.633/2010 ( 30/11/2010).

**Parágrafo único.** Os casos omissos serão resolvidos à luz da referida legislação, recorrendo-se à analogia, aos costumes e aos princípios gerais do direito administrativo.

**Cláusula Segunda.** É dispensada a realização de licitação pública para a celebração deste contrato de programa, com fundamento no artigo 24, inciso XXVI, da Lei Federal nº 8.666/93.





**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

**DO OBJETO**

**Cláusula terceira.** O contrato de Programa "Desenvolver Serra Catarinense" tem por objeto a prestação de serviço público em regime de gestão associada com o objetivo de:

I - propiciar o acesso ao serviço de inspeção de produtos de origem animal e vegetal no município de CORREIA PINTO;

II - organizar e gerir o serviço da forma mais conveniente e adequada à realidade do Município;

III - unificar em termos de resultados da qualidade sanitária dos produtos, todos os serviços de inspeção sanitária dos Municípios integrantes do CISAMA;

IV - construir as condições técnicas e legais à adesão coletiva ao Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária - SUASA;

V - alcançar a equivalência do SIM aos preceitos do Decreto nº 5741/2006 que instituiu o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária – SUASA;

VI - agregar valor aos produtos produzidos pela agricultura familiar através de agroindústrias, articuladas em rede;

VII - construir uma identidade aos produtos da agroindústria familiar da região de abrangência do Consórcio;

VIII - constituir e compartilhar equipe técnica capacitada entre os Municípios participantes do Contrato de Programa, possibilitando a prestação de serviços de inspeção e fiscalização sanitária, inclusive de assistência técnica, a execução de obras e o fornecimento de bens à administração direta ou indireta dos entes consorciados;

IX - dar suporte técnico complementar à consecução dos objetivos do Programa através do CISAMA, com redução de custos ao Município;

X - estruturar o Serviço de Inspeção Municipal através da aquisição e uso comum de equipamentos de escritório, de informática e de comunicação, veículos oficiais e outros bens necessários para o alcance dos objetivos do Programa;

XI - compartilhar procedimentos licitatórios e de admissão de pessoal;

XII - integrar os serviços de inspeção através de um sistema operacional de dados compartilhados;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

XIII - produzir informações, estudos técnicos, pesquisas e análise de qualidade dos produtos da agroindústria familiar;

XIV - promover o uso racional dos recursos naturais e a proteção do meio-ambiente;

XV - apoiar e fomentar o intercâmbio de experiências e de informações entre os entes consorciados;

XVI - definir o exercício de competências pertencentes aos profissionais que atuam no Programa, nos termos de autorização ou delegação, previstos em lei, instruções normativas, decretos e outros regulamentos.

**DAS METAS PARA CUMPRIMENTO DO OBJETO**

**OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES DAS PARTES**

**Cláusula quarta.** São obrigações e responsabilidades do CONSORCIADO/CONTRATANTE:

I - cumprir a lei municipal que dispõe sobre a constituição do Serviço de Inspeção Municipal – SIM;

II - cumprir na sua jurisdição os preceitos estipulados no art. 23 do Decreto 5741/2006 e normativas do CISAMA, para a plena atenção à sanidade agropecuária, com a participação da sociedade organizada;

III - constituir e manter equipe técnica com definição do responsável pelo serviço de inspeção municipal através de Portaria de nomeação ou designação;

IV - receber do contratado os bens e equipamentos referidos no inciso II da cláusula quinta, ficando responsável pela guarda, danos diretos ou indiretos e manutenção. No caso do bem previsto na alínea "a", do inciso II, da cláusula quinta, seguro total, emplacamento e seguro obrigatório, a partir do mês de agosto de 2013, e multas e franquias dos seguros a partir da data do recebimento do bem;

V - usar os bens e equipamentos exclusivamente para o serviço de inspeção municipal e vigilância sanitária, sendo que referidos bens e equipamentos serão disponibilizados tão somente pelo tempo de duração do presente contrato de Programa;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1588 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

VI - prever na Lei Orçamentária Anual – LOA os recursos necessários ao funcionamento do Serviço de Inspeção Municipal e do presente contrato de Programa;

VII - repassar os recursos respectivos ao contratado por meio de contrato de rateio estabelecido anualmente;

VIII - submeter, anualmente ou sempre que solicitado, plano de ação e relatório composto de critérios, indicadores, fórmulas e parâmetros definidores da qualidade dos serviços ao Conselho Municipal de Segurança Alimentar - COMSEA;

IX - publicar o extrato do contrato e de seus aditivos, nos termos do artigo 61 da Lei Federal nº 8.666/93;

X - controlar e acompanhar toda a execução do contrato.

**Cláusula quinta. São obrigações e responsabilidades do CONSÓRCIO/CONTRATADO:**

I - executar os serviços nas condições estipulados no presente contrato de Programa:

- a) Fortalecer o CISAMA e o SIM em todos os municípios consorciados através da celebração de convênios de cooperação e de projetos de investimento e custeio dos serviços;
- b) constituição de equipe técnica multidisciplinar para dar suporte ao programa e ao serviço de inspeção municipal;
- c) elaborar projetos técnicos de estabelecimentos participantes do Programa dentro de preceitos mínimos de construção, equipamentos e práticas de fabricação;
- d) emitir análise, parecer e aprovação dos estabelecimentos relacionados no SIM e no Serviço de Inspeção Brasileiro - SISBI;
- e) contratar em benefício do Programa serviços laboratoriais, de pesquisa e de capacitação dos técnicos;
- f) articular e desenvolver atividades de capacitação em processamento e manipulação de alimentos, boas práticas agropecuárias e de fabricação, organização e gestão de agroindústrias familiares, visando a viabilidade dos estabelecimentos relacionados e a elaboração de produtos de qualidade;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

- g) construir novas relações de mercado e fortalecer o mercado institucional, articulando a oferta com a demanda em espaços e canais alternativos de comercialização com a construção de uma marca de identidade territorial;
  - h) organizar e apoiar a comercialização em bases cooperativas, projetos estruturais, de logística e de serviços, articulando as iniciativas em rede para acesso aos mercados;
  - i) integrar os Serviços de Inspeção Municipal através de um sistema de informações – SIG/SIM e banco de dados relacional;
  - j) apoiar através de projetos agroindustriais os produtos com potencial de identidade geográfica;
  - k) elaborar instruções normativas para padronização do serviço de inspeção e fiscalização sanitária;
  - l) desenvolver ações de educação sanitária buscando o comprometimento dos integrantes da cadeia produtiva agropecuária e da sociedade em geral.
- II - transferir a contratante os seguintes bens e equipamentos:
- a) 01 veículo gol, placas MJW4125
  - b) 01 lap top Acer, patrimônio 000010
  - c) 01 projetor de multimídia Epson, patrimônio 000046
  - d) 01 smartphone LG, patrimônio 000064
  - e) 01 impressora laser HP, patrimônio 000028
  - f) 02 mesas de escritório, patrimônio 000089 e 000090
  - g) 02 cadeiras de escritório, patrimônio 000125 e 000126
- III - elaborar e encaminhar a contratante, relatórios anuais quanto aos serviços contratados, fazendo nele constar um resumo geral das atividades e valores;
- IV - disponibilizar à contratante suas informações contábeis e demonstrações financeiras, exigidas segunda a legislação pertinente, relativos as desenvolvimento e ao cumprimento das metas;
- V - publicar na rede mundial de computadores os dados constantes nos incisos III e IV desta cláusula;
- VI - permitir o livre acesso dos representantes da contratante aos equipamentos, instalações, serviços e projetos contratados;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

VII - fornecer informações e certidões solicitadas por cidadãos, organizações da sociedade civil da contratante.

**DOS RECURSOS**

**Cláusula sexta.** A despesa com a execução deste contrato correrá de acordo com o contrato de rateio firmado anualmente, devendo ser previstos os novos créditos orçamentários capazes de dar guarida às despesas decorrentes de eventuais prorrogações deste contrato, mediante termo aditivo.

**DA RESCISÃO**

**Cláusula sétima.** O presente contrato de Programa poderá ser rescindido por:

- a) descumprimento de qualquer das metas para consecução do objeto;
- b) superveniência de norma legal ou fato administrativo que o torne formal ou materialmente, inexecutável;
- c) ato unilateral com comprovada motivação jurídica e/ou legal, mediante aviso prévio da parte que dele se desinteressar, com antecedência mínima de 30 dias, respeitando as metas em curso constante em contrato de rateio.

**DAS PENALIDADES**

**Cláusula oitava.** Em caso de descumprimento das obrigações ajustadas pelo contratante, o presente contrato será rescindido e implicará na desvinculação do SUASA, na devolução dos bens e equipamentos ora transferidos, na exclusão de participação em acordos de cooperação, projetos e ações desenvolvidas pelo CISAMA neste Programa.

**Cláusula nona.** Em caso de descumprimento das obrigações ajustadas pelo contratado, o presente contrato será rescindido implicando na suspensão do repasse de recursos previsto no contrato de rateio.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE CORREIA PINTO**  
**Estado de Santa Catarina**

Av. Duque de Caxias, 1569 – 88.535-000 – (49) 3243 1150 - Correia Pinto – SC

**Parágrafo único.** as penalidades serão aplicadas pela Assembleia Geral do CISAMA.

**DA VIGÊNCIA E ADITAMENTO**

**Cláusula décima.** O presente contrato terá vigência a partir da data da sua assinatura, enquanto o Município for consorciado, mantenedor do contrato de rateio e das responsabilidades estabelecidos por este instrumento, podendo ser alterado por meio de assinatura de termo aditivo, sendo vedada a modificação do seu objeto.

**DO FORO**

**Cláusula décima primeira.** Fica eleito o foro da Comarca de Lages, Estado de Santa Catarina para dirimir as questões decorrentes do presente Contrato.

**DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Cláusula décima segunda.** Por estarem assim contratadas as partes, firmam o presente Contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma.

10 de agosto de 2012

  
 Consórcio/contratado  
**RENATO NUNES DE OLIVEIRA**  
 Presidente CISAMA

  
 Consorciado/contratante  
**CORREIA PINTO**  
 Válio Forster

**ANEXO 4 – Estabelecimentos agroindustrial vinculados ao programa “sabor serrano” do CISAMA em 2020**

ESTABELECIMENTO		ENDEREÇO	CIDADE	PRODUÇÃO	REGISTRO (quando POA)
1	D&M Morangos	Localidade Lagoa da Estiva	Anita Garibaldi	Origem Vegetal	
2	Padaria Suppi	Rua Benjamin Suppi, 980 – Centro	Anita Garibaldi	Panificados	
3	Ovos Kerg	Estrada Municipal – Localidade Flor Azul	Anita Garibaldi	Origem Animal	003
4	Embutidos Menegazzo	Localidade Lagoa da Estiva	Anita Garibaldi	Origem Animal	001
5	Appio	Lajeado dos Antunes	Anita Garibaldi	Origem Animal	002
6	Elizete Ribeiro da Rosa	Localidade de Pessegueiros	Bocaina do Sul	Panificados	
7	Sítio dois Coqueiros		Bocaina do Sul	Origem Vegetal	
8	Empório das Carnes	Rua Ivo Silveira, 65 – Centro	Bom Jardim da Serra	Origem Animal	001
9	Queijaria Air Zanelato		Bom Retiro	Origem Animal	Aguardando Registro
10	Ivo José Ramos	Fazenda dos Moraes	Capão Alto	Origem Vegetal	
11	Queijaria Iguaria Serrana	Localidade Vigia	Capão Alto	Origem Animal	001
12	Bruna Costa Neto	Localidade Cerro Alto	Capão Alto	Origem Vegetal	
13	Apromel	Rodovia SC 390 Km 3	Capão Alto	Origem Animal	002
14	Clodoir Varela	Comunidade do Tanque	Cerro Negro	Origem Vegetal	
15	Ivan Carlos da Silva	Comunidade do Tanque	Cerro Negro	Origem vegetal	
16	José Valdeci	Comunidade do Tanque	Cerro Negro	Origem Vegetal	
17	Ailson Breguinha	Localidade Avencal	Correia Pinto	Origem Vegetal	
18	Horticultura Flares	Localidade de Invernadinha	Correia Pinto	Origem Vegetal	

19	Panificados Gezieli	Localidade de Farinha Seca	Correia Pinto	Panificados	
20	Panificados Isonete	Localidade Avençal	Correia Pinto	Panificados	
21	Panificados Rodrigues	Localidade Campina dos Ribeiros	Correia Pinto	Panificados	
22	Produtos Pátria Livre	Assentamento Pátria Livre	Correia Pinto	Panificados	
23	Produtos Coloniais Tia Nóca	Localidade de Correia Pinto Velho	Correia Pinto	Panificados	
24	Produtos Coloniais Vó Zeli	Localidade Avençal	Correia Pinto	Panificados	
25	Produtos Coloniais Vovó Buni	Localidade de Águas Sulfurosas	Correia Pinto	Panificados	
26	Raul Bitencourt	Localidade Avençal	Correia Pinto	Origem Vegetal	
27	Recanto Dois Irmãos	Localidade de Invernadinha	Correia Pinto	Origem vegetal	
28	Sítio Três Irmãos	Localidade de Invernadinha	Correia Pinto	Origem Vegetal	
29	Agroindústria São Sebastião	Estrada Geral – Localidade de Santo Antônio	Correia Pinto	Origem Animal	001
30	Lingmone Agroindústria e Com. Defumados	Fazenda Tributo	Correia Pinto	Origem Animal	002
31	Pães e Cucas Silvia	Rua Francisco Lourenço Coelho, 252	Correia Pinto	Panificados	
32	Apiários Lirion	Estrada Geral Fazenda Tributo	Correia Pinto	Origem Animal	003
33	Sandra Panificados	Localidade de Correia Pinto Velho	Correia Pinto	Panificados	
34	Fazenda Rancho Amigo	Localidade Coxilha Rica	Lages	Origem Animal	076
35	Bolachas Eliane	Localidade Pedras Brancas	Lages	Panificados	
36	Cogumelos Serrano	Estrada Geral, Lambedor1 – Localidade Índios	Lages	Origem Vegetal	
37	Novack Pinhão	Avenida Maria Luiza, 31 – Maria Luiza	Lages	Origem Vegetal	
38	Alimentos da Serra	Estrada Geral, s/n - Alto Pessegueiros	Lages	Panificados	

39	Apiário Paraíso das Abelhas	Estrada Geral Mirantes	Lages	Origem Animal	052
40	Doces Artesanais da Marina	Rodovia BR 282, Km 231	Lages	Panificados	
41	Adriana Barbosa da Silva		Otacílio Costa	Panificados	
42	Granja Biana Ovos Caipiras	Localidade Casa Vermelha	Otacílio Costa	Origem Animal	001
43	Fernanda Barbosa da Silva		Otacílio Costa	Panificados	
44	Sítio dos Sonhos	Localidade Cerro Alto	Palmeira	Origem Vegetal	
45	Pão da Fran	Rua Antônio Beretta, 75	Rio Rufino	Panificados	
46	Rta Doces e Salgados	Localidade Jacutinga	Rio Rufino	Panificados	
47	Panificações da Aninha	Boava	São Joaquim	Panificados	
48	Panificações da Maise	Localidade Luizinho	São Joaquim	Panificados	
49	Queijaria Serrana	Estrada Geral, s/n - Localidade Luizinho	São Joaquim	Origem Animal	006
50	Célio Ozair de Figueredo	Rua Joaquim Figueredo	São Joaquim	Origem Vegetal	
51	Pinhão Garcia	Localidade de Vargem Bonita	São José do Cerrito	Origem Animal	
52	Casa da Rosca	Estrada Geral do Baino	Urubici	Panificados	
53	GV Massas Caseiras Pães Caseiros Margarete	Estrada Geral - Santo Antônio	Urubici	Panificados	
54	Pães e Delicias Curingas	Rua Fredolino Westphal, 186	Urubici	Panificados	
55	Queijos Tio Niva	Estrada Geral - Santo Antônio	Urubici	Origem Animal	027
56	Sabor da Roça	Rod SC - 370 Km 92 - São Pedro	Urubici	Panificados	
57	Casa da Coalhada	Estrada Geral, s/n - Rio Capoeira	Urubici	Panificados	

58	José Tadeu Arante	Rod SC - 110 Km 22 - Águas Brancas	Urubici	Panificados	
69	Kitutes D'Mira	Avenida Rodolfo Andermann, 1303	Urubici	Panificados	
70	Leila Zilli Doceria	Rua João Locks, 111	Urubici	Panificados	
71	Sorveteria do Levi	Rodovia SC – 470	Urubici	Sorvetes	
72	Carnes & Carnes	Praça Caetano Vieira de Souza, 435	Urubici	Origem Animal	

Obs.: Foi excluído da tabela original os contados das agroindústrias. Essa foi a segunda de um total de três tabelas disponibilizadas pelo CISAMA, todas com números de agroindústrias diferentes, porém sempre com um quantitativo entorno de 70 agroindústrias.

**ANEXO 5** - Portaria nº 01, de 13 de janeiro de 2020 do MAPA reconhecendo a equivalência do do SIM do CISAMA ao SISBI-POA do SUASA.



MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO

PORTARIA Nº 01, DE 13 DE JANEIRO DE 2020

O SECRETÁRIO DE DEFESA AGROPECUÁRIA, DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, no uso da atribuição que lhe confere o art. 21 do Anexo I do Decreto nº 9.667, de 02 de janeiro de 2019, alterado pelo Decreto nº 9.689, de 23 de janeiro de 2019, tendo em vista o disposto no decreto nº 5.741, de 30 de março de 2016, na Instrução Normativa nº 36, de 20 de junho de 2011, e o que consta no processo nº 21050.000783/2017-62, resolve:

Art. 1º Reconhecer a equivalência do Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense - SC, para adesão ao Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal - SISBI-POA do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária - SUASA.

Art. 2º Determinar a inserção, no cadastro geral do SISBI-POA, do nome do Consórcio Intermunicipal da Serra Catarinense (CISAMA/SC), e dos estabelecimentos e produtos indicados para integrar o SISBI-POA.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

JOSÉ GUILHERME TOLLSTADIUS LEAL



Documento assinado eletronicamente por JOSE GUILHERME TOLLSTADIUS LEAL, Secretário(a) de Defesa Agropecuária, em 15/01/2020, às 08:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sistemas.agricultura.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sistemas.agricultura.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador 9566115 e o código CRC 36F1CE8A.

## ANEXO 6 – Consulta à base de dados do INPI sobre a MCSS

BRASIL		Acesso à informação		Participe	Serviços	Legislação	Canais
Instituto Nacional da <b>Propriedade Industrial</b> Ministério da Economia							
Consulta à Base de Dados do INPI							
[ Início   Ajuda? ]							
» Consultar por: Pesquisa Básica   Marca   Titular   Cód. Figura ]							
<b>RESULTADO DA PESQUISA</b> (14/10/2021 às 17:38:17)							
Marca: "Sabor Serrano"							
Foram encontrados 3 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.							
Número	Prioridade		Marca		Situação	Titular	Classe
903051761	19/10/2010		SABOR SERRANO		Pedido de registro de marca indeferido (sem interposição de recurso)	AMURES - ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SERRANA	NCL(9) 29
903071533	26/10/2010		SABOR SERRANO		Arquivado	AMURES - ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SERRANA	NCL(9) 29
905161580	16/08/2012		SABOR SERRANO		Aguardando apresentação e exame de recurso contra o indeferimento	CISAMA - CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL DE SANEAMENTO BÁSICO, MEIO AMBIENTE, ATENÇÃO À SANIDADE DOS PRODUTOS DE ORIGEM AGROPECUÁRIOS E SEGURANÇA ALIMENTAR DA SERRA CATARINENSE	NCL(10) 29

Páginas de Resultados:

1