



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM AGRONOMIA



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**A Marca Coletiva Sabor Serrano e as agroindústrias familiares da Serra Catarinense:
Do acesso aos mercados formais à construção de uma imagem territorial**

Nicolas Wolff de Farias

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Graduação em Agronomia, do Centro de Ciências Agrárias, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para a obtenção do título de Engenheiro Agrônomo. Orientador: Prof. Ademir Antônio Cazella

Florianópolis

Julho/2022

*“Ó reis do agronegócio,
Produtores de alimento com veneno
Vocês que aumentam todo ano sua posse
E que poluem cada palmo de terreno*

*E que possuem cada qual um latifúndio
E que destratam e destroem o ambiente
De cada mente de vocês olhei no fundo
E vi o quanto cada um, no fundo, mente*

*Vocês desterram povaréus ao léu que erram
E não empregam tanta gente como pregam
Vocês não matam nem a fome que há na terra
Nem alimentam tanta gente como alegam*

É o pequeno produtor que nos provê (...)”

Chico César

RESUMO

As disputas no campo teórico do desenvolvimento, frente ao avanço do agronegócio, dão luz a diversas alternativas territoriais, como é o caso da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST). Pesquisadores vêm desenvolvendo um projeto voltado para os estudos das Agroindústrias Familiares (AIF) e das marcas coletivas de dois territórios catarinenses, buscando adaptar o enfoque metodológico da CBST à realidade brasileira. Este trabalho buscou investigar o papel da Marca Coletiva Sabor Serrano (MCSS) através do cumprimento de seus três propósitos: i) Auxiliar no acesso a serviços de inspeção sanitária; ii) Garantir acesso ao mercado de vendas formais, iii) Construir uma identidade de qualidade territorial em torno da marca e também tipificar as AIF usuárias da MCSS. Buscou-se também tipificar as AIF segundo seu principal produto e apresentar as principais características em comum dentro de cada categoria. Após a estratificação das AIF segundo seu produto e análise dos dados obtidos através dos questionários aplicados às AIF, observou-se que a MCSS vem cumprindo com excelência os dois primeiros propósitos e necessita de melhorias para alcançar uma identidade de qualidade territorial. As AIF foram divididas em 4 categorias, dentre as quais notou-se: melhor estruturação nas AIF de Mel, problemas decorrentes a adequação às normas com as AIF de Queijo artesanal serrano, o protagonismo das mulheres e os desafios quanto "padronização" nas AIF de Panificados, além de ser constatada uma menor estruturação das AIF de Vegetais beneficiados e um relevante impacto positivo das políticas públicas de aquisição de alimentos nestas. Por fim, é evidente o potencial da MCSS em criar uma reputação de qualidade territorial e uma governança entre os atores locais da região, podendo certificar a qualidade de produtos específicos capazes de compor a CBST da Serra Catarinense.

Palavras-chave: Cesta de Bens e Serviços Territoriais; Desenvolvimento Territorial Sustentável; recursos territoriais; renda de qualidade territorial.

ABSTRACT

The disputes in the theoretical field of development, facing the advance of agribusiness, give rise to several territorial alternatives, such as the Basket of Territorial Goods and Services (CBST). Researchers have been developing a project focused on the studies of Family Agroindustries (AIF) and the collective brands of two Santa Catarina's territories, seeking to adapt the CBST's methodological approach to Brazilian reality. This work sought analyze the importance of the Marca Coletiva Sabor Serrano by the observation of the achievement of its three purposes: i) To assist in the access to sanitary inspection services; ii) Guarantee access to the formal sales market, iii) Build a territorial quality identity around the brand and typify the AIF according to their main product and present the main characteristics in common within each category. After the stratification of the AIF according to the products fabricated and analysis of the data obtained through the applied questionnaires, it was observed that the MCSS has been accomplishing the first two purposes with excellence and needs improvements to achieve a territorial quality identity. The AIFs were divided into 4 categories, where was possible to notice: a better structuring in the Honey AIFs, problems arising from the adequacy to the norms with the Serrano artisanal cheese AIFs, the women's protagonism and the challenges regarding "standardization" in the Bakery AIFs, furthermore was noted a weaker structure of the AIF of benefited Vegetables and a relevant positive impact of the public policies for the acquisition of food to them. Finally, the potential of MCSS to create a reputation for territorial quality and governance among local actors in the region is evident, being able to certify the quality of specific products capable of composing the CBST of Serra Catarinense.

Keywords: Basket of Territorial Goods and Services; Sustainable Territorial Development ; territorial resources; income with territorial quality

1. INTRODUÇÃO

Com o intuito de adaptar o arcabouço teórico-metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST) à realidade dos territórios rurais catarinenses, integrantes e pesquisadores parceiros do Laboratório de Estudos da Multifuncionalidade Agrícola e do Território (Lemate) realizam no Extremo-Oeste e na Serra Catarinense o projeto “Desenvolvimento Territorial Sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais”¹. A pesquisa busca investigar, a partir de agroindústrias familiares, iniciativas que valorizem recursos territoriais específicos, conceito chave do enfoque da CBST. Entre os estudos empíricos investigados, encontram-se as marcas coletivas utilizadas por proprietários de Agroindústrias Familiares (AIF). No caso da Serra Catarinense, a marca coletiva “Sabor Serrano”, objeto de estudo deste trabalho, é utilizada por aproximadamente setenta agroindústrias (SOUZA, 2021).

Por conta do avanço da modernização conservadora a partir dos anos 1960, começaram a ocorrer grandes mudanças no padrão de produção agrícola do Brasil, culminando mais recentemente na concentração de capital estrangeiro, desregulação financeira e a desterritorialização do meio rural. Nierdele (2022) defende que o liberalismo endossou essa “modernização”, causando uma total descaracterização desses territórios. Parte da paisagem rural foi padronizada com monoculturas de commodities e comunidades rurais foram marginalizadas. Esse cenário resulta, entre outros problemas, no êxodo rural e/ou na inserção de parcela da agricultura familiar na lógica do agronegócio.

Segundo Benko (2001), já nos anos 1980, pesquisadores do desenvolvimento começaram a abordar o enfoque territorial como alternativa à padronização e commoditização dos espaços rurais. Os conflitos entre a ótica global e local dão luz à diversas iniciativas de desenvolvimento territorial, como por exemplo, a ideia dos Sistemas Agroalimentares Localizados (SIALs), que já são praticados em regiões do Sul global como forma de promover o Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS).

Outra abordagem do enfoque territorial do desenvolvimento foi concebida por pesquisadores da *Université Pierre Mendès de Grenoble*, na França. Essa abordagem busca promover o desenvolvimento do território e gerar renda de qualidade territorial a partir da

¹ Este projeto é financiado pela FAPESC (Nº 12/2020- Programa de Pesquisa Universal) e se inscreve na continuidade do projeto "O Enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: modelo de análise do Desenvolvimento Territorial Sustentável" (CNPq 409597/2028-0), por meio do qual essas duas regiões do estado foram contempladas com pesquisa de campo.

valorização de produtos e serviços específicos de forma conjunta com os atores sociais do território. Isso é o que Pecqueur (2005) denominou como o enfoque da CBST.

No Brasil, com a criação da Secretaria de Desenvolvimento Territorial em 2003 e a instituição do Programa Territórios da Cidadania em 2008, o Estado promoveu políticas voltadas a apoiar a concepção e o financiamento público de projetos de desenvolvimento rural de abrangência intermunicipal. Conforme Turnes e Cazella (2021), essas políticas foram criadas com o intuito de atender a agricultura familiar, comunidades indígenas e quilombolas. Em 2016, com o “impedimento” do governo Dilma, houve uma inflexão e essas políticas foram extintas.

No entanto, tal conjuntura não foi motivo para frear o interesse de diversas organizações e atores de promover ações voltadas ao desenvolvimento de territórios rurais. Esse é o caso de iniciativas orientadas para a criação de consórcios públicos intermunicipais e o registro de marcas de distinção de produtos e serviços, como identificações geográficas e marcas coletivas (TURNES, CAZELLA, 2021).

De acordo com Cazella et al. (2019), o estado de Santa Catarina caracteriza-se, no meio rural, pelo predomínio de pequenas propriedades, geridas por agricultores familiares, a maioria descendentes de imigrantes europeus. Além disso, persiste no meio rural catarinense comunidades rurais constituídas por povos originários de diferentes etnias. A Serra Catarinense, por outro lado, é a região do estado com maior concentração de grandes unidades produtivas (OLIVEIRA, 2016). Nessa região, também se observa uma maior incidência de agricultores familiares de origem cabocla, resultado da miscigenação étnica. (BRANDT & CAMPOS, 2014).

Na região do Planalto Serrano, principalmente o município de Lages, sua construção agrária predominou a grande propriedade de terra concedida aos grandes fazendeiros através da concessão de sesmarias (BRANCO, 2001). Contudo, existe hoje um aumento importante no número de estabelecimentos entre 0 a 10 ha (IBGE, 2017). Na região da Serra Catarinense em sua totalidade, os índices socioeconômicos estão abaixo de todas as outras regiões do estado (IBGE, 2010).

Nesse sentido, o presente artigo tem o objetivo de analisar o papel da Marca Coletiva Sabor Serrano (MCSS) por meio de uma análise qualitativa de seus três propósitos iniciais. Para tanto, foi utilizado um questionário, o qual foi aplicado junto aos gestores e gestoras da amostra de 18 AIF da região. Os dados levantados e o diário de campo com informações complementares, fruto de conversas com os responsáveis desses

empreendimentos, permitiram compreender a relação entre os objetivos da MCSS e os interesses e expectativas dos gestores das AIF.

Este trabalho está estruturado em quatro seções: uma primeira de revisão bibliográfica, dando embasamento teórico sobre os assuntos a serem discutidos; uma segunda que detalha os passos metodológicos e elucida as principais questões referentes à pesquisa; a terceira discute os principais resultados para, então, na última sessão, apresentar as considerações finais, com indicações de temas a serem aprofundados por novos estudos.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 TERRITÓRIO, GOVERNANÇA E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL SUSTENTÁVEL: A CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS

Segundo Pecqueur (2005), o território pode ser entendido de duas formas complementares. O *território dado* consiste no espaço objeto de observação sem remeter a seu caráter histórico de construção e às dinâmicas internas de seus atores, a exemplo, os territórios institucionais como bairros, municípios, microrregiões e estados. O *território construído* representa o resultado da dinâmica e construção dialética entre atores locais, considerando-se a história, a cultura, a paisagem, os conflitos e os jogos de disputa entre os distintos atores territoriais. É sobre a segunda ótica que o conceito de DTS se sustenta, por meio do poder de arranjo das lideranças em superar dificuldades através da inovação e ativação de recursos territoriais (PECQUEUR, 2005). Um território dado pode ser "palco" de diferentes territórios construídos, cujas interfaces e articulações interinstitucionais variam segundo cada situação em particular.

Esse arranjo dos atores territoriais, denominado de governança territorial, é um processo dinâmico de resolução de problemas de ordem produtiva ou política, quase sempre de forma inédita. É o elo que liga os atores locais e permite a criação de uma qualidade territorial. Trata-se de revelar recursos territoriais específicos e realizar sua metamorfose em ativos territoriais. Atores públicos e privados, com frequência representados por organizações coletivas, compõem essa governança, o que implica na existência de um compromisso moral e institucional conjunto (PECQUEUR, 2001). Cada território deve investigar o melhor modelo para operacionalizar seu sistema de governança, cabendo aos atores sociais estabelecer fronteiras socioeconômicas e ao Estado contribuir na adoção de medidas que levem a uma melhor distribuição de renda, mediação dos conflitos e coordenação descentralizada.

A governança territorial deve implementar uma dinâmica de DTS, que consiste em iniciativas que superem a exclusividade do crescimento econômico e incluam as dimensões socioambientais (VIEIRA et al., 2010). Com intuito de buscar alternativas de DTS, pesquisadores franceses da então *Université Pierre Mendès de Grenoble*, atual *Université Grenoble-Alpes*, conceberam o enfoque metodológico da Cesta de Bens e Serviços Territoriais (CBST), que intenciona promover o DTS por meio da valorização das especificidades de cada território.

2.2 CESTA DE BENS E SERVIÇOS TERRITORIAIS (CBST)

O enfoque metodológico da CBST vai ao encontro das premissas do DTS, pois utiliza-se da classificação dos produtos e serviços em recursos e ativos territoriais que, por sua vez, podem ser genéricos e específicos. Conforme estipula Benko (2001), um recurso se refere a todo bem e serviço em seu caráter virtual, não utilizado ou subutilizado, enquanto um ativo compreende um recurso “em atividade”, ou seja, posto em prática e utilizado da melhor forma possível.

De acordo com Pecqueur (2001), recursos e ativos específicos equivalem a um conjunto de bens e serviços que podem ter caráter público e privado, reforçando-se em âmbito local, englobando também o saber-fazer, a cultura e a paisagem específicos de um território. Segundo Cazella (2020), recursos e ativos genéricos são de fácil transferência e seu valor é tomado com o preço monetário obtido no mercado. Portanto, recursos e ativos genéricos não possuem exigências quanto a um saber-fazer tradicional e independe da ação coletiva de atores locais para sua existência.

Os atores locais podem estar vinculados a instituições públicas, lideranças sindicais, movimentos sociais, entidades religiosas, indivíduos atuantes da sociedade civil e de organizações não governamentais (PECQUEUR, 2005). Esses atores, protagonistas de conflitos, mas também das suas formas de negociação e resolução, realizam a construção cultural e social dos seus territórios, rearranjando recursos latentes a fim de criar ativos específicos.

Para que ocorra a conversão de um recurso em um ativo específico é necessária uma “metamorfose” que modifique a própria natureza do bem ou serviço, realizada exclusivamente por esses atores. Segundo Cazella et al. (2020), esse rearranjo é inseparável da construção social do território e busca criar uma dinâmica que promova um “efeito cesta”, caracterizado pela promoção da renda de qualidade territorial em torno dos componentes da CBST de um dado território (CAZELLA et al., 2020). O processo de construção de marca

coletiva pode ser uma ferramenta que contribui com essa dinâmica de metamorfose de um recurso para um ativo territorial.

2.3 MARCA COLETIVA SABOR SERRANO (MCSS)

A Lei 9.729/96, nomeada Lei da Propriedade Industrial (LPI) foi o marco legal no Brasil para a propriedade industrial, sob a jurisdição do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) (BRASIL, 1996). No que se refere ao registro de "sinais distintivos" de produtos e serviços, o Manual de Marcas do INPI estabelece as seguintes categorias:

(...) 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 IG²: marcas de produtos e serviços, marcas coletivas e marcas de certificação (BRASIL, 1996).

As principais diferenças entre essas três modalidades de marcas residem na forma de apropriação e gestão: privada ou coletiva e com ou sem um organismo certificador (TURNES; CAZELLA; SAMPAIO, 2021). A existência de uma marca coletiva pressupõe governança e um conjunto de regras a serem seguidas pelos seus integrantes. O titular da marca pode ser uma associação, cooperativa, sindicato, grupo de pessoas sob pessoa jurídica, consórcios, federações, entre outros.

Para utilizar a marca coletiva, o ator privado deve se enquadrar no conjunto de normas e fazer parte do propósito que agrega a coletividade: origem geográfica, técnicas de fabricação, matéria-prima utilizada, a qualidade ou simplesmente fazer parte do grupo que utiliza a marca. Portanto, o titular da marca não tem o domínio do seu uso, mas é o ator representante da coletividade. A marca coletiva pode ser utilizada por qualquer ator privado que siga o regulamento de utilização (FARIA, 2011). Esse tipo de marca tem um grande potencial para promoção do DTS e para a construção empírica de uma CBST, devido a seu caráter coletivo e abrangente, sem regras rígidas de adesão, possibilitando que pequenas AIF possam agregar valor a seu produto.

²Segundo o INPI (2022), Indicação Geográfica (IG) é uma marca que é conferida a um produto ou serviço que apresenta qualidades únicas derivadas do *terroir* ou do saber-fazer. As IGs se constituam de duas formas: i) Indicação de Procedência (IP), é o nome geográfico de território que se tenha tornado conhecido por um determinado produto ou serviço. ii) Denominação de Origem (DO), é o nome do território que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Mior (2010) descreve uma AIF como organização familiar que processa insumos agrícolas, muitas vezes próprios ou de agricultores da região, visando agregação de valor. Para tanto, utiliza equipamentos de menor escala de produção e processa os insumos de forma artesanal. Destaca-se o protagonismo das mulheres rurais no desenvolvimento e consolidação de algumas dessas atividades produtivas (DORIGON, 2008; FERRARI et al., 2013).

A Identificação Geográfica, por outro lado, é um sinal de caráter coletivo que propõe um conjunto estrito de regras bem claras e a existência de um produto ou serviço com especificações técnicas inflexíveis. Portanto, é possível observar que, o caráter da marca coletiva é mais simples e por isso pode beneficiar pequenos produtores, permitindo a competição com atores privados maiores, acesso a mercados diversos e a políticas públicas, além de atrelar qualidade regional ao produto (SOUZA, 2021).

Ainda segundo Souza (2021), a MCSS se trata de um selo utilizado, de forma prioritária, por pequenas agroindústrias familiares da região serrana com intuito de oferecer serviços de inspeção, rotulagem e de formalização, dando um caráter territorial a seu produto. A MCSS está condicionada ao arranjo institucional dos dezoito municípios, representados pela Associação de Municípios da Região Serrana (Amures) e o Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar (Cisama).

A Amures, fundada em 1968, foi a quinta associação de municípios criada no estado de Santa Catarina. Sob a liderança dos prefeitos de Lages, São Joaquim, apoiados pela antiga Superintendência de Desenvolvimento da Região Sul e por empresários locais da época, a associação foi concebida para fortalecer os municípios através do associativismo, como forma de fazer frente ao centralismo federal imposto pela Ditadura Militar (MARQUES, 2003). Ela é a entidade representativa dos dezoito municípios da Serra Catarinense.

O Cisama, por sua vez, é um consórcio intermunicipal de caráter multifinalitário, com amparo jurídico para atuar em distintas áreas: abastecimento público de água, coleta de resíduos sólidos, esgotamento sanitário, drenagem urbana, sanidade dos produtos de origem agropecuário, segurança alimentar, direitos humanos, assistência social, iluminação pública, saúde fiscal, educação e infraestrutura. Essa organização foi criada em 2009 a partir de um plano elaborado pela Organização Não Governamental (ONG) Centro Vianei de Educação Popular.³ A construção do Cisama teve o intuito de facilitar a captação de recursos federais

³A Associação Vianei de Cooperação e Intercâmbio no Trabalho, Educação, Cultura e Saúde – AVICITECS é uma organização não governamental da sociedade civil de direito privado, sem fins lucrativos. Ela é constituída

para os pequenos municípios da região utilizarem nas áreas de competência da entidade (SOUZA, 2021). O consórcio é também o titular da MCSS, sendo o representante legal da coletividade da marca.

Segundo Souza (2021), as discussões para a criação da MCSS começaram em 2007 pelo Centro Vianeí, cujo maior propósito consistia em facilitar a adesão de AIF da região serrana ao Sistema de Inspeção Municipal (SIM), com equivalência ao Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA). A marca serve, portanto, para identificar as agroindústrias regulamentadas pelos serviços de inspeção, seja de produtos animais ou vegetais.

A MCSS foi inspirada em experiências exitosas existentes na região sul do Brasil, com destaque para a Marca Coletiva Sabor Colonial (MCSC), utilizada por AIF da região Oeste de Santa Catarina. A Associação dos Pequenos Produtores do Oeste Catarinense (APACO) é titular da MCSC, que foi criada no ano de 2000 com intuito de difundir alternativas produtivas para a agricultura familiar que estava à margem das principais cadeias agropecuárias (BADALOTTI, 2003). SOs principais objetivos da marca são fortalecer um modelo de agricultura baseada na produção familiar agroecológica e promover a cooperação entre os produtores do extremo oeste catarinense (TECCHIO et al., 2022).

Os primeiros contratos de prestação de serviço de inspeção realizados pelo Cisama foram estabelecidos com o Programa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar pela Agregação de Valor, coordenado pelo Consórcio. Segundo Chechi (2022), o programa batizado “Desenvolver Serra” tinha o intuito de gerir os serviços de inspeção, construir uma identidade de qualidade para as AIF da região de abrangência da Amures, promovendo a agregação de valor aos produtos fabricados (CHECHI et al., 2022).

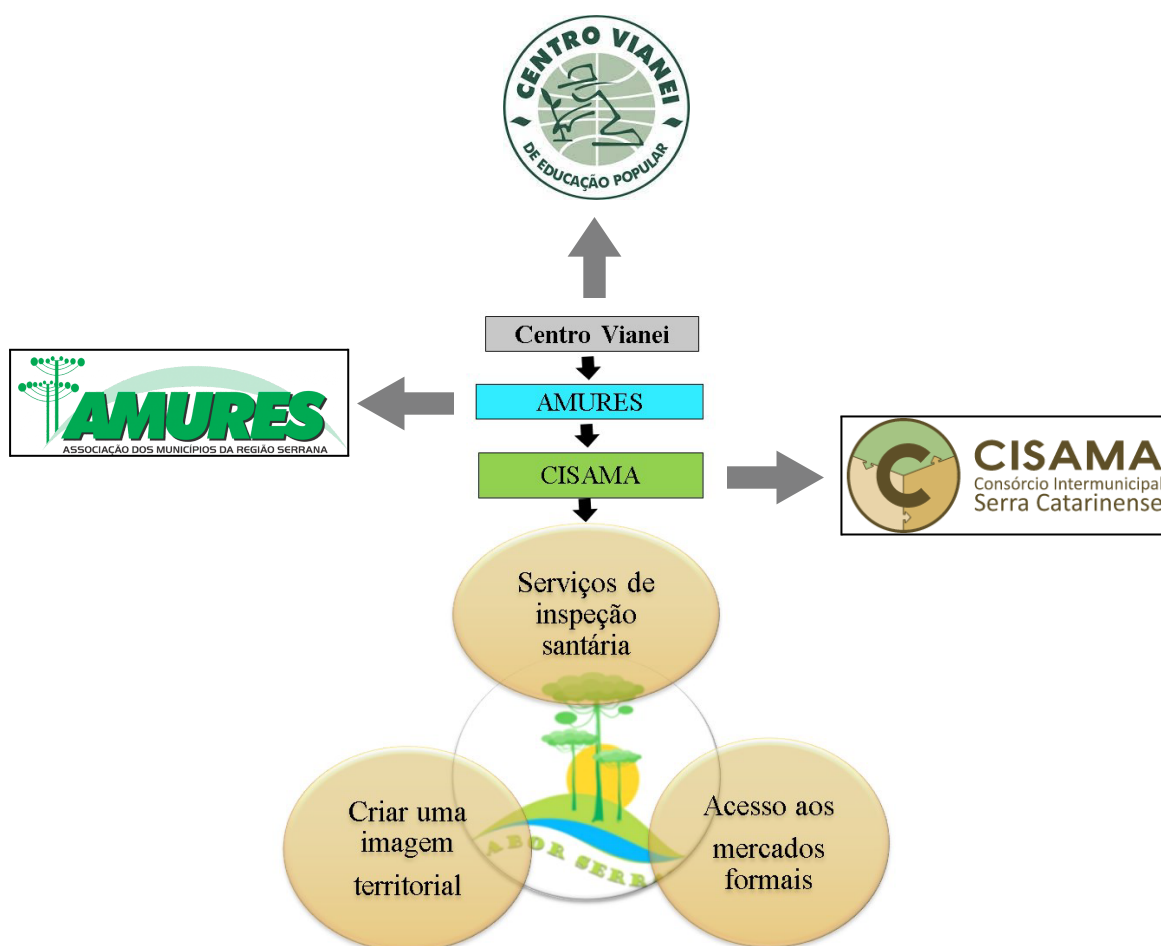
Segundo Souza (2021), a criação da MCSS reuniu três propósitos principais: i) prestar serviços de inspeção sanitária para produtos de origem animal e vegetal; ii) assistir as AIF de forma a promover o acesso a mercados formais e políticas públicas de aquisição de alimentos e iii) criar uma identidade de qualidade territorial aos produtos fabricados na região. Ainda segundo o autor, a MCSS é utilizada por cerca de 70 agroindústrias que processam os mais variados produtos. Cabe destacar a utilização da marca na rotulagem de ativos específicos do território, como o queijo artesanal serrano, mel de melato de bracinga

por pessoas de diferentes áreas do conhecimento que atuam desde 1983 principalmente com organizações e movimentos sociais em Santa Catarina. Trabalha na promoção da agricultura familiar, agroecologia e da soberania e segurança alimentar.” (VIANEI, 2022)

e pinhão descascado (SOUZA, 2021). A Figura 1 abaixo sintetiza os principais atores e objetivo correlacionados à marca.

Apesar da utilização da MCSS por um número expressivo de AIF da Serra Catarinense, Souza (2021) cita um entrave no registro junto ao INPI, decorrente de uma contestação de uma outra marca registrada que já utiliza este nome. Além da marca “Sabor Serrano”, o consórcio havia registrado a marca “Saber Serrano”, concebida para ser utilizada por artesãos da região. Em decorrência desse entrave jurídico, os gestores do Cisama não descartam a possibilidade de substituir a marca “Sabor Serrano” pela “Saber Serrano”.

Figura 1 - Principais atores e propósitos da MCSS



Fonte: Adaptado de Souza (2021).

2.4 SERRA CATARINENSE

A Serra Catarinense está localizada na região Sul do estado e é composta 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 (IBGE, 2010). Segundo Santos (2018), a região possui uma área total de 16.086,30 Km² e clima com estações do ano bem marcadas e inverno rigoroso, devido principalmente à sua elevada altitude.

Conforme destaca Santos (2018), a Floresta Ombrófila Mista é o principal ecossistema da região, caracterizado pelas matas de araucárias (*Araucaria angustifolia*) que embelezam a paisagem e servem de alimento para animais e seres humanos. Há também uma grande distribuição da espécie pioneira Bracatinga (*Mimosa scabrella*), uma árvore adaptada ao clima da região e que possibilita a produção do mel de melato secretado pelas cochonilhas que parasitam a espécie (CARVALHO, 2002). O território ainda possui pequenas áreas de Mata Atlântica e uma grande área de campos com bosques de araucárias, os quais compõem a região do planalto serrano.

A população total da região é de 286.238 habitantes, sendo que 235.813 (82%) residem no meio urbano e 50.425 (18%) no meio rural. O município mais populoso da região é Lages, com área total de 2.613,5 km², o maior em extensão do estado. Apenas quatro municípios possuem mais de dez mil habitantes, sendo eles Lages (156.727), São Joaquim (24.762), Otacílio Costa (16.284) e Correia Pinto (14.658). Esses quatro municípios concentram 74,1% do total da população. Lages e São Joaquim juntos concentram 63,2% da população total do território, bem como os serviços essenciais à população (SARTORI, 2021).

O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) médio da região é 0,679, com municípios atingindo valores entre 0,621 (Cerro Negro) e 0,770 (Lages). Cerro Negro é o município com o IDHM mais baixo do estado, e outros municípios como São José do Cerrito, Campo Belo do Sul, Bocaina do Sul e Rio Rufino estão entre os 10 mais baixos de Santa Catarina (IBGE, 2010).

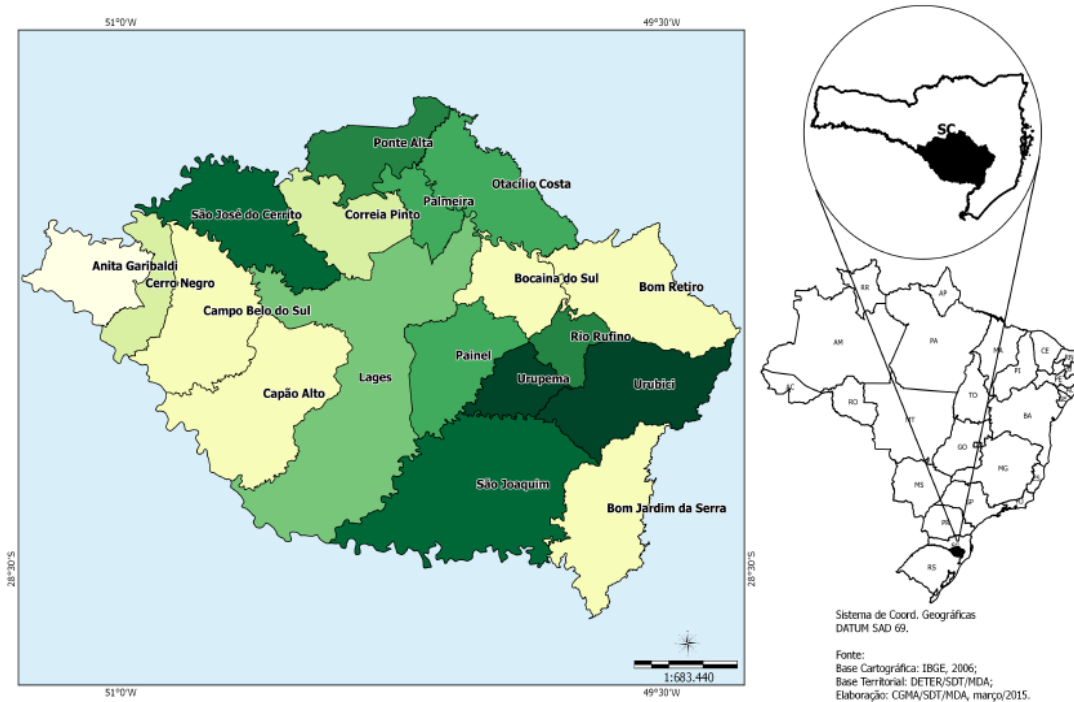
Segundo Sartori (2021), a Serra Catarinense se destaca na produção agrícola de culturas anuais de milho, feijão, soja, cebola, tomate, batata, fumo e trigo. O cultivo da maçã apresenta relevância e está presente em quinze dos dezoito municípios da Serra. A região compreende 31,7% da área nacional com a cultura da maçã, com destaque para o município de São Joaquim. Cabe ressaltar a produção de bovinos, que representa 14% do total do estado e de ovinos, 20% do efetivo total de animais em Santa Catarina. A produção de madeira em tora para as indústrias de papel e celulose está presente em todos os municípios, sendo Otacílio Costa o principal pólo madeireiro e de papel-celulose da região (SARTORI, 2021).

3. METODOLOGIA

Com o intuito de propor articulação, sinergia e coordenação entre pesquisadores e profissionais do desenvolvimento rural de distintas instituições e regiões de atuação, o projeto “Desenvolvimento Territorial Sustentável: interfaces entre a cesta de bens e serviços, mercados e marcas territoriais”, com vigência até agosto 2023⁴, propõe um aprofundamento do debate teórico sobre a CBST a partir de estudos empíricos. Na fase atual de pesquisa, as AIF representam o lócus principal de investigação.

O objetivo geral do projeto é adaptar e construir o arcabouço teórico-metodológico de análise do DTS voltado às particularidades e heterogeneidades socioeconômicas, culturais e ambientais da Serra Catarinense e do Extremo Oeste Catarinense a partir do enfoque da CBST. Busca-se promover desdobramentos específicos, dentre eles investigar as marcas coletivas utilizadas pela AIF nos territórios, compreendendo sua origem, propósitos, estruturação, e potencialidade de difusão de produtos de qualidade territorial. Ressalta-se que para este Trabalho de Conclusão de Curso trataremos apenas da região da Serra Catarinense, conforme a delimitação da Amures (Figura 2).

Figura 2 - Localização e municípios da Serra Catarinense



Fonte: Perfil Territorial CGMA, 2015.

⁴ Projeto coordenado pelo professor Ademir Antônio Cazella, da Universidade Federal de Santa Catarina e financiado pelo edital de chamada pública FAPESC N° 12/2020.

A execução da pesquisa, iniciada a partir de julho de 2021, se deu em etapas. O questionário utilizado foi adaptado de um modelo elaborado em uma tese de doutorado de um pesquisador do Grupo de Estudos em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento (GEPAD/UFRGS) sobre as AIF no Rio Grande do Sul. De forma concomitante, foi realizado, entre novembro de 2021 e fevereiro de 2022, o levantamento das AIF presentes em cada um dos dezoito municípios da Serra Catarinense. Esse levantamento teve o apoio de agentes dos escritórios municipais da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri) e também do Cisama. Esse levantamento permitiu inventariar o universo de AIF presentes na região. Após a coleta dos dados, foi feito um comparativo com informações de pesquisa realizada pela Epagri (REITER, 2019), por meio do qual foi possível trabalhar com informações mais atualizadas e observar as mudanças ocorridas durante esse período, no que se refere ao surgimento e desativamento de AIF.

O questionário, adaptado pelos pesquisadores que atuam nas duas regiões de estudo do projeto Fapesc, foi organizado em seções visando compreender melhor o perfil das famílias e a participação de cada membro na atividade; as eventuais contratações de mão de obra; a estrutura de produção; a origem da matéria-prima; os principais canais de comercialização; o saber-fazer tradicional presente nos procedimentos técnicos; a relação com os clientes, com o território e com as organizações públicas, privadas e associativas; a utilização de marcas coletivas; a adequação às legislações sanitária e comercial; os mercados digitais e as implicações da pandemia de COVID-19 nas atividades da AIF. Para facilitar a tabulação dos dados, o questionário foi concebido de forma a permitir o uso da ferramenta *Forms*® Google.

Para a aplicação dos questionários no universo de AIF na região da Serra Catarinense, foi realizada uma amostragem aleatória intencional, estratificada por uma tipificação dos produtos processados. Além disso, foi feito um recorte demográfico dos municípios de forma a contemplar os distintos tamanhos populacionais dos municípios: menos de 5 mil habitantes, entre 5 e 10 mil habitantes e com mais de 10 mil habitantes. Posteriormente foi feita a separação das AIF por categorias e subcategorias de produção e o sorteio de trinta AIF a serem pesquisadas, considerando a possibilidade de ampliar, conforme os resultados obtidos e a necessidade de aprofundamento em algum tema (Tabela 1).

Conforme o número de agroindústrias em cada subcategoria, foi estipulado um número de questionários a ser aplicado. Dessa maneira, a cada três agroindústrias de uma determinada subcategoria foi previsto um questionário. Ressalta-se que a partir de nove

agroindústrias se avaliaria a inclusão de mais uma ou duas agroindústrias, a fim de atingir o número de trinta AIF e contemplar as subcategorias maiores ou em razão de um diferencial produtivo. Todas as subcategorias, mesmo aquelas que possuem apenas uma agroindústria, foram pesquisadas, bem como as categorias consideradas de grande importância para a região em função da correlação com o enfoque de ativo territorial específico.

Quadro 1: Distribuição das agroindústrias analisadas, segundo sua categoria

CATEGORIAS	Subcategorias	Nº total de Agroindústrias na Serra Catarinense	Nº de Agroindústrias da amostra de estudo
Animal	Carnes e processados	5	2
	Ovos	1	1
	Lácteos	19	4
	Mel	14	4
Vegetal	Beneficiados	11	3
	Pinhão	3	2
	Minimamente processados	1	1
Panificados	Pães, bolachas, cucas, massas	30	5
Outro	Cogumelos	1	1
	Granola	1	1
	Sorvete	1	1
	Bebidas	3	2
	Diversos	6	3
TOTAL		96	30

Fonte: Pesquisa de campo, 2022

Após o primeiro sorteio, foi realizado um segundo, com o objetivo de deixar uma agroindústria de reserva técnica, caso a primeira não apresentasse interesse em participar da pesquisa. A aplicação dos questionários foi realizada em dois momentos. Em fevereiro de 2022, realizou-se um pré-teste para se validar e readequar possíveis problemas de aplicação das questões e de enquadramento das respostas. Para esse teste, três questionários foram aplicados, os quais posteriormente foram incluídos na amostra. A escolha das AIF para testar

o questionário ocorreu a partir de contato prévio, em uma visita exploratória realizada em novembro de 2021, por uma equipe de pesquisadores⁵ do projeto.

A segunda etapa, referente às atividades de pesquisa a campo, ocorreu entre abril e junho de 2022. A aplicação dos questionários foi dividida conforme a possibilidade logística de deslocamento até os municípios e as AIF sorteadas. Sendo assim, as viagens foram realizadas a cada 15 ou 21 dias, com o objetivo de reservar tempo para a tabulação dos dados e elaboração do diário de campo em um documento no database da nuvem a ser compartilhado pela equipe de pesquisadores.

Nesta etapa foram realizados o preenchimento físico do questionário e do diário de campo, com registro de diversas informações e imagens fotográficas da unidade de beneficiamento pesquisadas. Os diários de campo foram transcritos em formato de tópicos para melhor compreensão do histórico e perfil socioeconômico das agroindústrias. Uma semana antes da aplicação do questionário era realizado o contato com as gestoras ou gestores das AIF, com o intuito de apresentar os pesquisadores, os objetivos do estudo e confirmar a possibilidade de participação na mesma.

O preenchimento dos questionários ocorreu nos domicílios ou nas próprias instalações da agroindústria visitadas e duravam cerca de três horas. Além da aplicação do questionário, inicialmente era realizada uma nova apresentação do projeto, do objetivo e do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) com a possibilidade do respondente não querer participar da pesquisa. Em seguida, era solicitado um relato do respondente sobre a origem da família e a relação com o que produzia na sua agroindústria. Só então era dado início ao preenchimento do questionário.

Para este artigo foram selecionadas, a partir da amostra pesquisada, as AIF que comercializam ou comercializavam até recentemente produtos utilizando o selo da MCSS. Esse recorte contemplou dezoito agroindústrias, o que corresponde a 60% das AIF pesquisadas no projeto. Pela análise dos resultados dos questionários e diários de campo, buscou-se construir uma tipificação do perfil das AIF usuárias da marca que integraram a pesquisa. Ademais, busca-se entender as questões relacionadas ao serviço de inspeção, à promoção do acesso aos mercados formais e suas relações com a construção de uma imagem de qualidade territorial.

⁵ Na oportunidade contou-se com a participação de uma pesquisadora francesa integrante do Projeto CAPES/COFECUB, coordenado pela professora Cátia Grida da UFRGS, do qual o coordenador do projeto Fapesec faz parte da equipe.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As dezoito iniciativas analisadas possuem perfil de pequenos produtores, com pouca mão de obra envolvida na agroindústria. A atividade de processamento não é a mais importante em 33% dos casos, sendo um complemento para a renda total, apesar de acontecer comercialização durante o ano inteiro. Vale ressaltar que quatro gestores das agroindústrias reconhecem seu tipo de organização como iniciativas individuais não familiares, que não estão relacionadas diretamente com a agricultura familiar, como acontece com todas as agroindústrias de panificados.

Dos gestores das AIF, 78% acessaram e buscaram cursos e treinamentos, formação técnica e superior para aprimorar seu produto e se profissionalizar. Para alcançar formação e especialização na produção, 72% dos gestores contaram com serviços que oferecem assistência técnica e profissional da Empresa de Pesquisa e Extensão Agropecuária do Estado de SC (Epagri), Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa (Sebrae).

Dentre as instituições que oferecem esses serviços, cabe destacar a Epagri, relatada pelos gestores em 72% dos casos, mostrando o importante papel do estado na formação desses administradores. Essa presença também é evidenciada por diversos estudos (CAZELLA, 2019; CHECHI, 2022; DORIGON, 2008; FERRARI et al, 2020; MIOR, 2010, 2019; SARTORI, 2021; SOUZA, 2021; TECCHIO, 2022), mostrando o protagonismo da instituição no desenvolvimento rural do estado. A Amures e o Cisama também são atuantes na assistência técnica dessas iniciativas, e auxiliam os gestores no acesso aos serviços associados à utilização da MCSS.

4.1 TIPIFICAÇÃO DO PERFIL DAS AGROINDÚSTRIAS SEGUNDO SUA CATEGORIA

Após essa análise abrangente das AIF que utilizam a MCSS, procurou-se construir uma tipologia do perfil socioeconômico, associativo e das principais dificuldades enfrentadas por essas agroindústrias. Por conta das similaridades entre as iniciativas, separou-as em 4 tipos conforme seu principal produto. Algumas iniciativas não entraram nesta tipificação, como é o caso do sorvete, dos diversos, dos ovos e dos embutidos cárneos, pois possuem características divergentes das quatro categorias e possuem poucas iniciativas para comparação na construção de um “perfil”. O próximo tópico é referente a investigação do papel da MCSS conforme seus três objetivos iniciais.

4.2.1 AIF Produtoras de Mel

As AIF produtoras de mel representam quatro unidades que utilizam a MCSS. Essas agroindústrias apresentam predominância de mão de obra familiar e os gestores são 50% homens cisgêneros e 50% de casais cisgêneros entre 24 e 64 anos de idade. As iniciativas possuem parcerias com a Federação das Associações de Apicultores e Meliponicultores do Estado de Santa Catarina (FAASC), importante organização da apicultura no estado.

Seus principais canais de comercialização são mercados e lojas de produtos naturais, políticas públicas como o PNAE e no mercado público de Lages, sendo que em três casos comercializam nesse último canal em razão da parceria com o Cisama e a prefeitura. Todas as iniciativas usaram recursos próprios para financiar a agroindústria, sem recorrer a políticas públicas de crédito rural. Os principais diferenciais de seus produtos, em sua visão, são o cuidado na fabricação, a produção de forma artesanal, o sabor diferenciado e o rótulo do produto. Existem três iniciativas que utilizam o Selo Arte.

Essas iniciativas não relatam problemas nos cumprimentos da legislação, apesar de beneficiarem um produto de origem animal. Buscam cada vez mais diferenciar sua produção e garantir permissão do uso de selos distintivos como o selo Arte para comercializar em todo território nacional. Seus produtos são consumidos em serviços de hotelaria e de turismo, vendidos em eventos locais como a Festa do Pinhão, sendo muito apreciados pelos turistas. Os produtores possuem grande conhecimento sobre a MCSS e seus benefícios, apesar de muitas vezes não utilizarem o selo da marca em seu rótulo.

4.2.2 AIF Produtoras de Queijo Artesanal Serrano (QAS)

Representam 11% da amostra que utilizam a MCSS (2 iniciativas) e configuram-se em unidades de processamento de mão de obra familiar, seus gestores são um casal cisgênero e um homem cisgênero de 44 a 64 anos. Nas AIF de leite geridas por casais, o homem realiza os manejos do gado e a mulher a ordenha e o processamento do leite.

Nos dois casos as unidades de beneficiamento ficam no terreno da propriedade, em construção própria separada da residência. Todas as agroindústrias possuem atuação na Associação de Produtores de Queijo Artesanal Serrano da Serra Catarinense (Aproserra), por meio da qual participam dos debates sobre a questão da produção e regulamentação do QAS.

Os canais de comercialização são variados, porém no caso das agroindústrias lideradas por casais a venda é realizada de forma direta ao consumidor, devido aos custos de produção e certificação. Dentre as iniciativas, duas delas relataram terem utilizado linhas de crédito do Programa Nacional do Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e do Fundo de Desenvolvimento Rural (FDR) da Epagri.

Os gestores relataram que os principais diferenciais de seus produtos são o aspecto visual, o sabor, a textura, a ausência de conservantes, o saber-fazer, e a forma artesanal de produção, advindas do uso de leite cru como matéria prima, o que exige cuidados redobrados no que se refere à inspeção sanitária e as dificuldades relativas à legislação.

Uma constante dentro dessas iniciativas é o problema de adequação à legislação, principal motivo da venda do queijo ser realizada em mercados informais, conforme relatado na pesquisa a campo. Segundo os proprietários das AIF, as exigências de exames nos animais e a necessidade de contratar um médico veterinário como responsável técnico do estabelecimento, geram custos muito elevados para a escala de produção dessas pequenas agroindústrias. Conforme relata Souza (2020, apud CEOLIN, 2021), os principais problemas com a nova legislação consistem no aumento do tempo mínimo de cura, que passou de 10 à 15 para 60 dias, além da falta de capital disponível às iniciativas para adequação das instalações. Também existe uma falta de comunicação que gera dificuldade de compreensão do produtor sobre as exigências.

Os gestores dessas unidades almejam a permissão de utilizar o Selo Arte, porém relatam dificuldades de se adequar às premissas necessárias. Essas AIF não possuem muita relação com festas típicas e empreendimentos hoteleiros. No entanto, os gestores conhecem as vantagens propiciadas pela MCSS e participam de reuniões para discutir as principais questões envolvendo a fabricação do queijo de leite cru. No geral, existe insatisfação com as normas atuais, além de descontentamento por parte dos produtores com a MCSS, pois acreditam que o consórcio poderia contribuir mais no que se refere a mudanças na legislação.

4.2.3 AIF Produtoras de Panificados

As AIF de panificados representam 17% das AIF que utilizam a MCSS (três unidades) e todas são geridas por mulheres cisgênero entre 44 e 64 anos, com ensino fundamental incompleto. As agroindústrias possuem construção própria e nelas trabalham de 1 a 6 pessoas. Duas contratam mão de obra temporária para auxiliar nas tarefas associadas a pedidos de maior volume. Destaca-se o protagonismo das mulheres rurais como gestoras dessas iniciativas, como também mostra a análise de Ferrari et al. (2020).

Essas AIF acessam diversos canais de comercialização, desde a venda em mercados formais até a venda direta na propriedade. Em todos os casos, o maior volume de vendas é feito para supermercados, mas também para a alimentação escolar, pontos de entrega, verdureiras e vendas informais na propriedade. A forma de financiamento dos empreendimentos foi via capital próprio ou empréstimo pessoal, utilizados para obras de

construção para a adequação às normas e compra de equipamentos. Os principais diferenciais de seus produtos são o sabor, o aspecto visual, o modo de preparo artesanal e colonial, receitas familiares, o não uso de conservantes e o menor preço de comercialização, segundo os gestores.

Foram relatados alguns problemas de adequação quanto à legislação por duas gestoras dessas iniciativas principalmente por serem pequenas, anexas às residências, não havendo necessidade de ter por exemplo vestiário para troca de roupa. Essas AIF não possuem muita sinergia com as ações de turismo e não participam de festas típicas. Ademais, possuem pouco conhecimento sobre a MCSS e as vantagens do seu uso, muitas vezes reconhecem a marca apenas como um rótulo. Somente uma agroindústria realiza vendas fora de seu próprio município e dentro do território da Amures, as demais utilizam o selo apenas para acessar políticas públicas de compras institucionais para efetivar vendas em mercados formais.

4.2.4 AIF Produtoras de Vegetais Beneficiados

Esta categoria representa 22% da amostra que utilizam a MCSS dentro da amostra pesquisada (4 unidades) e abrangem uma ampla gama de iniciativas que beneficiam produtos vegetais como morango, feijão e o processamento de pinhão. Essas são AIF menos estruturadas e realizam o beneficiamento em construção anexa à casa ou em área conjugada à residência. Os gestores, três casais e um homem cisgêneros com idade entre 24 e 54 anos, precisam de profissionais temporários para o manejo e a produção, isso ocorre principalmente nas AIF que processam pinhão. Possuem boa relação com a equipe do Cisama e relatam casos de parceria com produtores da matéria prima em seus municípios.

A comercialização é feita na sua maioria para dentro do território da Amures, fora de seus municípios, o que justifica a importância da utilização da MCSS. Três quartos dos gestores relataram vendas para pequenos e médios mercados (exceto 1 de feijão) e três quartos deles tiveram acesso às políticas públicas de aquisição de alimentos (exceto 1 de pinhão). O financiamento dos empreendimentos foi feito através do Pronaf em três casos, utilizando diversas linhas de crédito, além de uso de capital próprio. Os principais diferenciais de seus produtos são o aspecto visual, o sabor diferenciado, a embalagem e o empacotamento, o não uso de insumos químicos e conservantes e a produção artesanal.

Essas AIF possuem poucos problemas em relação à legislação, pois as exigências são mais brandas para produtos vegetais em comparação aos de origem animal. Porém, foram

relatadas inconformidades quanto ao local de beneficiamento, pois duas dessas AIF processam dentro de suas residências ou em construções anexas.

As iniciativas de pinhão participam das festas típicas da região, como a Festa do Pinhão e seus produtos são requisitados para elaborar pratos típicos regionais, como o entrevero e a paçoca de pinhão. Os gestores dessas AIF possuem conhecimento sobre a representação da MCSS e enxergam nela uma possibilidade de agregação de valor em seu produto, pois com a certificação e o selo obtêm maiores preços se comparado com a venda direta ao consumidor, em mercados informais. Além disso, também acessam outros canais de comercialização, a exemplo do PNAE e o PAA.

4.2 ANÁLISE DOS TRÊS PROPÓSITOS INICIAIS DA MCSS

Para realizar a análise sobre o papel da MCSS, foram elaboradas três tabelas, utilizando as respostas de questões do questionário para gerar um panorama sobre os temas, conforme os objetivos do Cisama quanto a MCSS: i) Assistência, Inspeção e Vigilância Sanitária; ii) Acesso a mercados formais e à venda em todo o território da Amures; iii) Construção de uma reputação de qualidade e governança territorial. O Quadro 2, apresenta os dados de assistência técnica, inspeção e vigilância sanitária, conforme o objetivo i).

Quadro 2 - Objetivo i) Inspeção Sanitária, Constituição Jurídica e Assessoria Técnica

Inspeção Sanitária			Constituição Jurídica				Possui/ almeja Selo Arte?	Recebe Assistência Técnica direta do Cisama
<i>VS</i> ¹	<i>SIM</i> ²	<i>Outro</i> (<i>SIE</i> , <i>Sisbi</i>)	<i>NF</i> ³ (<i>CPF</i>)	<i>MEI</i> ⁴ (<i>CNPJ</i>)	<i>Socieda</i> <i>de</i> <i>Limitada</i> (<i>CNPJ</i>)	<i>Não</i> <i>Possui</i>		
100%	72%	11%	56%	28%	5%	11%	28%	39%

¹ VS = Inspeção da Vigilância Sanitária, utilizado para produtos de origem vegetal e panificados, garantindo a venda apenas no município.

² SIM = Serviço de Inspeção Municipal, utilizado para produtos de origem animal e vegetal, garantindo a venda em todo o território da Amures.

³ NF = Bloco de produtor rural - pessoa física

⁴ MEI = Microempreendedor Individual

Fonte: Trabalho de campo do autor

Observa-se o interesse dos responsáveis pela MCSS em assegurar o acesso aos serviços de inspeção para a AIF da Serra Catarinense. Essa é uma importante ferramenta para reduzir as situações de informalidade dos empreendimentos, inserindo-os em dinâmicas de mercados formais, que garantem maior volume de vendas e periodicidade das entregas.

Cabe ressaltar o expressivo número de produtores (28%) que almejam poder utilizar o Selo Arte⁶ (Artesanal do Brasil), que garante a permissão de comercializar o produto em todo território nacional e, de acordo com Turnes, Cazella e Sampaio (2021), se configura como um sinal distintivo, garantindo a qualidade territorial do produto. Das dezoito AIF beneficiárias da MCSS, quatro já utilizam o “Selo Arte” (três agroindústrias de mel e uma de embutidos cárneos), e outras três têm interesse em obter esse sinal distintivo (Queijo Artesanal Serrano). Ressalta-se que o "Selo Arte" só pode ser utilizado por agroindústrias que processam produtos de origem animal.

Em 2017 a Epagri realizou uma pesquisa com as agroindústrias familiares de Santa Catarina (FERRARI et al., 2020) e constatou-se que, em média, 58,6% delas possuíam o Selo de Inspeção Municipal (SIM). O elevado número de AIF usuárias da MCSS que possuem SIM (72%) indica que a marca coletiva vem cumprindo seu propósito de auxiliar as AIF no acesso aos serviços de inspeção.

A constituição de uma microempresa traz mudanças nos direitos sociais dos produtores rurais, principalmente em acessar benefícios, como a previdência rural. Segundo Mior (2003), tais mudanças, associadas à carga de impostos, podem ser o motivo de muitas agroindústrias não se tornarem microempreendedoras, o que restringe os canais de comercialização. Dada a grande quantidade de AIF analisadas que não possui CNPJ (67%), nota-se que a MCSS tem um papel importante no acesso à venda formal, por possibilitar novos canais de comercialização para as agroindústrias sem os encargos econômicos e legais de constituição de uma microempresa.

Apesar dos efeitos positivos da MCSS, a falta de acompanhamento técnico do Cisama na questão de novos mercados para as agroindústrias, limitando as vendas. Nos questionários, 39% dos produtores demonstraram falta de conhecimento sobre o que representa a marca para além da possibilidade de comercializar em mercados formais já conhecidos. Um motivo da falta de assistência é o fato de que o corpo técnico do consórcio dispõe apenas de uma médica veterinária para atuar em todo o território, sendo papel dos municípios complementar esse serviço.

Essa situação influencia diretamente na abrangência dos canais de comercialização que essas agroindústrias acessam. No Quadro 3 é possível observar o acesso a mercados

⁶ Segundo o Governo Federal, o “Selo Arte” é um certificado que assegura que o produto alimentício de origem animal foi elaborado de forma artesanal, com receita e processo que apresentem características tradicionais, regionais ou culturais. Por intermédio da certificação, assegura-se que o produto atestado possui propriedades organolépticas únicas, diferenciadas, seja produzido de maneira artesanal própria de determinada região, tradição ou cultura e que adota procedimentos de Boas Práticas Agropecuárias.” (BRASIL, 2022)

formais e informais⁷ (Objetivo ii) e a venda no território da Amures, conforme relato dos gestores das AIF.

Quadro 3 - Objetivo ii) Acesso a mercados formais, informais e à venda em toda a Serra Catarinense

Venda em canais de comercialização formal			Venda formal maior que a venda informal	Venda em mais municípios da Serra Catarinense?
<i>Estabelecimentos Privados de Terceiros</i>	<i>PAA¹ / PNAE²</i>	<i>Venda direta em mercados informais</i>		
88%	33%	28%	72%	72%

¹ PAA = Programa de Aquisição de Alimentos

² PNAE = Programa Nacional de Alimentação Escolar

Fonte: Trabalho de campo do autor

A MCSS vem desempenhando seu propósito em auxiliar as agroindústrias a comercializar seus produtos em mercados formais, principalmente em supermercados, verdureiras e mercearias, diminuindo a venda para “atravessadores” e os problemas com a fiscalização. A maioria dos empreendimentos (88%) acessa canais formais e em 72% deles este canal é maior que a venda direta, enquanto os 28% restantes (três agroindústrias de queijo, uma de panificados e de mel) comercializam majoritariamente em mercados informais, diretamente com os consumidores e sem utilização de rótulo ou selo.

Tal cenário demonstra uma tradição remanescente do modelo de comercialização direta ao consumidor praticado por muitos desses produtores. Destaca-se também a falta de atuação por parte do Cisama e organizações parceiras, em especial das secretarias municipais de agricultura, em inserir alguns desses produtores em outros canais de comercialização, como por exemplo das compras institucionais como o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e o Programa de Aquisição Alimentos (PAA), utilizadas por somente um terço da AIF pesquisadas e que utilizam a marca coletiva.

Outra questão importante é que as AIF acessam canais de venda na região de abrangência da Amures, comercializando em municípios vizinhos, em especial aqueles com maior número de habitantes. No mercado público de Lages, a Amures possui um box para

⁷ Mercados formais: Consistem em canais de comercialização de maioria indiretos com o consumidor, com venda em condições normatizadas e geração de nota fiscal.

Mercados informais: Consistem em canais de comercialização direto com o consumidor ou um atravessador informal, com a venda em condições não normatizadas.

venda dos produtos certificados com a MCSS, o qual é um ponto de venda promissor e uma forma de divulgação dos produtos da MCSS.

Sobre a construção da governança e de qualidade territorial (Objetivo iii), apresenta-se o Quadro 4.

Quadro 4 - Objetivo iii) Construção de governança e de qualidade territorial

Participação em organizações coletivas							Participação de festas típicas	Produz Ativos Específicos	Possui interfaces com o turismo
Associação	Cooperativas de crédito	Sindicato	Grupo de mulheres	Religioso	Rede de comercialização	Não faz parte			
61%	17%	33%	17%	17%	28%	22%	33%	67%	22%

Fonte: Trabalho de campo do autor

Das AIF usuárias da Marca, 78% participam de alguma organização coletiva territorial, reflexo da disposição de construir uma governança territorial. Os gestores se reconhecem não só como trabalhadores de agroindústrias, mas também como produtores rurais, conforme mostra a porcentagem de filiação em associações de produtores e sindicatos. Apenas 22% (quatro AIF) afirma não integrar nenhuma organização territorial, demonstrando um perfil de ação que não condiz com o enfoque da CBST. Nessa situação encontram-se AIFs que processam sorvete, pinhão, ovos e dois casos de panificados.

Estudos realizados por Cazella e Paula (2019) já demonstram diversos produtos potenciais da região que podem ser usados como ativos específicos promotores de um “efeito cesta” em dinâmicas de desenvolvimento territorial. Das AIF analisadas, 67% processam produtos que possuem caráter específico do território. Com características organolépticas e nutricionais únicas, tradição e saber-fazer, além de influência do microclima local, destacam-se os casos do queijo artesanal serrano, mel de melato de bracinga e o pinhão.

Muitos desses ativos são requisitados nas festas típicas da região, as quais costumam atrair público local e externo. Destaca-se a Festa do Pinhão realizada no município de Lages, a qual foi relatada por cinco dos seis que comercializam seus produtos em festas típicas. A exposição dos produtos nesse tipo de evento representa um potencial de venda e divulgação da MCSS.

Uma das principais ferramentas para promoção de uma identidade de qualidade territorial, presente na literatura sobre o enfoque da CBST, o turismo se configura como uma alternativa para promoção de uma reputação de qualidade. Há, portanto, um importante

potencial em vincular a MCSS às iniciativas hoteleiras e de comércio de produtos típicos do território, já que na atualidade somente 22% das AIF (quatro AIF) mencionaram o turismo como uma alternativa de venda atual de seus produtos.

Por fim, observa-se que a utilização do selo MCSS não foi suficiente para construir uma reputação de qualidade para os produtos que o utilizam. Ressalta-se que 33% das iniciativas relataram que seus produtos, com o rótulo padronizado feito pelo Cisama, são menos prestigiados e reconhecidos como de baixo valor agregado, com características genéricas de embalagem e sem diferenciais. Uma possibilidade para melhorar a estima dos produtos seria realizar uma reformulação do rótulo do Cisama para que o mesmo se torne mais atrativo para os consumidores, sem perder a identidade da Marca.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contato direto com os gestores das agroindústrias e com as estruturas de processamento permitiram uma melhor compreensão das principais funções da Marca Coletiva Sabor Serrano. A correlação dessa marca com Cisama, Prefeituras e Epagri permite a prestação de um serviço público muito importante no que se refere à formalização de AIF em toda a região da Amures. Trata-se de uma ferramenta que permite regularizar pequenas iniciativas, auxiliando-as a acessar políticas públicas e abrir novos canais formais de comercialização, além de auxiliar no acesso a serviços de inspeção, porém, não garantindo uma imagem de qualidade territorial para os produtos.

Por outro lado, o serviço de rotulagem oferecido pelo Cisama padroniza e causa um efeito de “generalização” que gera desprestígio aos produtos. Além disso, são apresentados com estética simples, de baixo custo e, portanto, possuindo menor valor agregado. Nesse estudo, as AIF de Panificados são as mais impactadas por tais efeitos. Ademais, estas também apresentam seu modo de ação individualizado. Como consequência, as AIF de panificados necessitam de um amparo maior do Cisama e das organizações parceiras, com destaque para as prefeituras municipais.

Destaca-se ainda, que as AIF de panificados se diferenciam das demais pela participação das mulheres em sua gestão. Segundo Dorigon (2008), os desafios enfrentados e o protagonismo assumido por gestoras na reprodução desses estabelecimentos levam ao reconhecimento do papel de liderança feminina na promoção de desenvolvimento dentro de seus territórios e de suas famílias.

Os gestores das agroindústrias de queijo e de pequenos empreendimentos, relatam problemas em relação à adequação às normas exigidas, não compatíveis com a escala de produção, o que inviabiliza sua venda formalizada. Com isso, pode-se concluir que os dispositivos criados através da resistência feita para a regulamentação dos produtores de queijo artesanal de leite cru nos últimos anos, relatados por Mior (2019), não tenham sido eficazes o bastante para resolver os conflitos históricos existentes entre os produtores tradicionais e a legislação.

Observou-se que muitos gestores criam seus próprios rótulos e não insem a MCSS na arte de seu rótulo. Sugere-se aqui que essas AIF poderiam utilizar a Marca em formato de selo em seus rótulos, o que agregaria valor à marca coletiva e auxiliaria na valorização dos produtos que utilizam a MCSS. Esse procedimento condiz com a construção de uma identidade territorial. É necessário que as iniciativas de sucesso divulguem o selo de distinção da marca, pois elas possuem a maior capacidade de agregar valor de qualidade territorial, ainda que isso fosse efetuado como contrapartida pelo auxílio recebido na fase inicial de suas iniciativas.

Os pontos de venda no mercado público de Lages e em festas típicas de grande notoriedade, como é o caso da Festa do Pinhão, configuram-se como grande potencial de comercialização e divulgação dos produtos da Marca. O turismo é outro ponto central, pouco explorado pelas AIF e a MCSS, pois este setor é mais exigente na apresentação dos produtos. A superação dessas exigências pelas agroindústrias pode vir, como relataram Turnes, Cazella e Sampaio (2021), do uso de sinais distintivos como rótulos próprios e o Selo Arte, promovendo o reconhecimento da alta qualidade desses produtos.

É importante ressaltar, que as questões relacionadas aos propósitos da marca coletiva não puderam ser detalhadamente resolvidas por conta da abordagem dada ao questionário utilizado na pesquisa. Sendo assim, notou-se a necessidade de formulação de um questionário mais específico, voltado para tais questões como os principais entraves para a adesão da marca, a importância da venda informal para as AIF cadastradas e o papel das cooperativas como atores de governança da Marca. Ademais, o estudo também não previu entrevistas com os gestores do consórcio e da associação de municípios para entender as principais limitações relacionadas à operacionalização da marca.

Por fim, conclui-se que o potencial da Marca Coletiva Sabor Serrano em promover sinergias entre os atores locais do território é evidente. A promoção de uma governança da marca entre seus usuários e o Cisama, de forma a incluir os empreendimentos menos favorecidos, poderia gerar uma maior interação e intercooperação entre as iniciativas,

aumentando seu poder político e notoriedade territorial. Ademais, é necessária a construção de uma reputação de qualidade territorial, onde os produtos sejam reconhecidos como de alta qualidade e detentores de especificidades encontradas somente naquele território, capazes de compor a CBST da Serra Catarinense.

6. REFERÊNCIAS

BADALOTTI R. M. A., 2003. A cooperação agrícola e a agroecologia como base para a viabilização da agricultura familiar no oeste catarinense: o papel da APACO (Associação dos Pequenos Agricultores do Oeste Catarinense) e demais agentes sociais. 2003. 387 f. Tese

(Doutorado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

BRANCO, J. S. C. (2001). **Alemães em Lages: uma trajetória de conflitos e alianças guardadas pela memória**. Dissertação (Mestrado em História Cultural). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, SC.

BRANDT, M., & CAMPOS, N. J. (2014). Costumes e usos da terra pela população cabocla do Planalto de Santa Catarina. **Mercator**, v. 13, n. 02, p. 193-208.

BENKO, G.; PECQUEUR, B. Os recursos de territórios e os territórios de recursos. **Geosul**, Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 31-50, dez. 2001. Semestral.

BRASIL. **Lei nº 9.279**, de 14 de maio de 1996. Disponível em:
< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 20 junho. 2022.

BRASIL. **O Selo ARTE**. 2022. Governo Federal. Disponível em:
<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/producao-animal/selo-arte/selo-arte>. Acesso em: 05 jul. 2022.

CARVALHO, P. E. R. **Bracatinga**. 59. ed. Colombo: Embrapa, 2002. 12 p. (Circular Técnica).

CAZELLA, A. A. *et al.* A construção de um território de desenvolvimento rural: recursos e ativos territoriais específicos. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 24, n. 3, p. 49-74, dez. 2019. Quadrimestral.

CAZELLA, A. A., *et al.* O enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais: Seus fundamentos teóricos e aplicação no Brasil. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Territorial**, Taubaté, v. 16, n. 3, p. 193-206, dez. 2020.

CHECHI, L. A.; SOUZA, L. M.; TECCHIO, A.; CAZELLA, A. A. Constituição e Governança de Marcas Coletivas: o estudo de caso de duas experiências brasileiras. In: 60º Congresso da Sociedade Brasileira De Economia, Administração e Sociologia Rural – SOBER, 60., 2022, Natal. **Anais [...]**. Natal: Sober, 2022. p. 1-19.

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.

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.

FERRARI, D. L.; REITER, J. M. W.; MIOR, L. C.; MONDARDO, M.; MARCONDES, T. **Evolução recente das agroindústrias familiares em Santa Catarina**: análise a partir dos levantamentos realizados pela epagri em 2010 e 2017. Florianópolis: Epagri, 2020. (323).

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística . Censo Agropecuário de 2017. Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística . Censo Brasileiro de 2010. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

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.

MIOR, L. C. 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.

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 Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

MIOR, L. 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.

NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. J. **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018. 429p. Acesso em: 12 fev. 2022.

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. **Políticas Educacionais**. Curitiba, p. 106-117. dez. 2016.

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. O desenvolvimento territorial: **Raízes: Revista de Ciências Sociais e Econômicas**, v. 24, n. 1 e 2, p. 10-22, 13 jun. 2005.

PECQUEUR, B. Qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e serviços territorializados. **Économie Rurale**: Développement regional: quelles recherches?, Grenoble, v. 1, n. 261, p. 1-11, jan. 2001.

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.

SANTOS, T. R. A. **Planalto Serrano**. 2022. InfoEscola. Disponível em: <https://www.infoescola.com/geografia/planalto-serrano/>. Acesso em: 29 maio 2022.

SARTORI, S.; MAGNANTI, N. J. **Sistematização do Território Serra Catarinense**: elaboração de propostas para o aprimoramento de políticas de desenvolvimento de territórios rurais, procurando integrá-las de forma coerente com a perspectiva agroecológica e desenvolvimento de metodologias de identificação e mapeamento de experiências. Lages: Centro Vianei de Educação Popular, 2021. 46 p.

SOUZA, L. **As interfaces entre o enfoque da Cesta de Bens e Serviços Territoriais e a Marca Coletiva Sabor Serrano em Santa Catarina**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias, Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Florianópolis, 2021.

TECCHIO, A.; SOUZA, L.; CHECHI, L. A.; CAZELLA, A. A. Marcas coletivas e recursos territoriais específicos imateriais: estudo de caso de duas experiências brasileiras. In: APDEA, 1., 2022, Coimbra. **Anais [...]**. Coimbra: Escola Superior Agrária, 2022. p. 1-21.

TURNES, V. A.; CAZELLA, A. A.; SAMPAIO, C. A. C.. Marcas Coletivas: aporte à construção de cesta de bens e serviços territoriais. In: SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; SOARES, Maria José Nascimento; PROCOPIUCK, Mario; ROMANO, Roberta Giraldi; SOUZA, Roberto Rodrigues de. **ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS E ARRANJOS SOCIOPRODUTIVOS URBANOS E REGIONAIS**. Blumenau: Edifurb, 2021. 156 p.

VIANEI, C. E. P. **Centro Vianei de Educação Popular**. 2022. AVICITECS. Disponível em: <http://vianei.tecnologia.ws/site/>. Acesso em: 14 jul. 2022.

VIEIRA, P. F.; CAZELLA, A. A.; CERDAN, C.; CARRIÈRE, JP. **Desenvolvimento Territorial Sustentável no Brasil**: subsídios para uma política de fomento. Florianópolis: Secco, 2010. 487 p.