



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

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA – PANORAMA DO PLANALTO NORTE
CATARINENSE PARA PRODUTOS DA ERVA-MATE (*Ilex*
paraguariensis St Hill.) E PRODUTOS DA ITÁLIA

Acadêmica: Suzeli Simon

Orientador: Prof. Dr. Aparecido Lima da Silva

Trabalho de conclusão do curso de
Agronomia requisito para a obtenção
do título de Engenheiro Agrônomo.

Florianópolis - Santa Catarina

Novembro de 2011

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

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA – PANORAMA DO PLANALTO
NORTE CATARINENSE PARA PRODUTOS DA ERVA-MATE (*Ilex*
paraguariensis St Hill.) E PRODUTOS DA ITÁLIA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE
AGRONOMIA/UFSC

Acadêmica: Suzeli Simon

Orientador: Prof. Dr. Aparecido Lima da Silva

Supervisor: Eng. Agr. Hamilton Justino Vieira

Florianópolis – Santa Catarina

Novembro de 2011

Indicação geográfica – panorama do Planalto Norte Catarinense para produtos da erva-mate (*Ilex paraguariensis* St Hill.) e produtos da Itália

SUZELI SIMON

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Engenheiro Agrônomo, Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina.

Prof. Dr. Aparecido Lima da Silva
Departamento de Fitotecnia / CCA- UFSC
(Orientador)

Eng. Agr. Hamilton Justino Vieira
(Supervisor)

Eng. Agr. Adriano Martinho de Souza

Florianópolis
2011

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por todas as oportunidades que surgiram até o momento na minha vida e por iluminar meu caminho. Da mesma forma agradeço aos meus pais e aos meus irmãos, por toda a confiança e apoio durante a realização do curso. Em especial agradeço ao meu namorado, Rodrigo Copetti, e minha tia Marisa Dallavechia, por todo o apoio durante minha formação acadêmica.

Aos meus amigos e colegas de curso pelos momentos de companheirismo nas atividades acadêmicas e pela oportunidade de formar grandes amizades. Agradeço em especial aos amigos Cleomar Ferro Silva, Gabriela Bastiani, Gabriella Vanderlinde, Júlio Francisco Uriarte e Samira Aquino Leite Fiordalisi.

Em especial agradeço meu orientador Prof. Dr. Aparecido Lima da Silva por me ajudar a realizar meu estágio de conclusão do curso exatamente sobre o assunto que escolhi e que representa muito para mim. Também pelo apoio e orientação durante a realização das atividades.

Agradeço muito aos professores, José Afonso Voltolini, por compartilhar comigo o amor pela Itália e sempre me ajudar, Andrea Fantini, pela oportunidade de estudar na Itália, trabalhar num projeto italiano e ainda, ao professor Andrea Piva por compartilhar comigo o amor pelos produtos agrícolas tradicionais e principalmente pela orientação na Itália sobre as Indicações Geográficas.

Agradeço a Epagri pela oportunidade de trabalhar ao lado dos Engenheiros Agrônomos Hamilton Justino Vieira e Adriano Martinho e Souza que compartilharam comigo toda a experiência que possuem sobre a erva-mate e as Indicações Geográficas.

Todas as pessoas que estiveram envolvidas e participaram de alguma forma na minha formação profissional agradeço de coração.

SUMÁRIO

1.	APRESENTAÇÃO	11
2.	INTRODUÇÃO	12
3.	OBJETIVOS	15
3.1	Objetivo geral	15
3.2	Objetivos Específicos	15
4.	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	16
4.1	Erva-Mate	16
4.2	Erva-Mate e seus potenciais	17
4.3	Indicações Geográficas	19
4.4	Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial	24
4.5	Indicações Geográficas e Tipicidade	25
4.6	Indicação Geográfica para produtos da Erva-Mate do Planalto Norte Catarinense ...	26
4.7	As Indicações Geográficas já reconhecidas no Brasil	30
4.7.1	Vale dos Vinhedos.....	30
4.7.2	Café do Cerrado	32
4.7.3	Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.....	34
4.7.4	Cachaça de Paraty.....	35
4.7.5	Vale do Submédio São Francisco	37
4.7.6	Vale do Sinos	38

4.7.7	Pinto Bandeira	39
4.7.8	Litoral Norte Gaúcho.....	40
4.7.9	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	41
4.7.10	Pelotas.....	41
4.7.11	Região do Jalapão do Estado do Tocantins	42
4.7.12	Região da Costa Negra	42
4.7.13	Goiabeiras.....	43
4.7.14	Serro.....	44
4.8	Os selos e certificações presentes no Brasil.....	44
4.9	Os selos oficiais de qualidade dos alimentos na Europa	46
4.10	A experiência Europeia com as Indicações Geográficas	50
5.	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA ITÁLIA.....	52
5.1	Introdução.....	52
5.2	Marrone di Combai.....	56
5.3	Supermercados e Feiras.....	61
5.4	Conclusões	64
6.	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO BRASIL	65
6.1	IG PNC para produtos da Erva-Mate	65
6.1.1	Introdução	65
6.1.2	Material e Métodos	65
6.1.3	Resultados	69

6.2	Conclusões	76
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Pergunta respondida nos quatro questionários.....	70
Gráfico 2 - Pergunta respondida no questionário 1.	70
Gráfico 3 - Pergunta respondida no questionário 1.	71
Gráfico 4 – Pergunta respondida no questionário 1.	72
Gráfico 5 - Pergunta respondida no questionário 1.	72
Gráfico 6 - Pergunta respondida nos questionários 2, 3 e 4.....	73
Gráfico 7 - Pergunta respondida nos questionários 1, 3 e 4.....	74
Gráfico 8 - Pergunta respondida no questionário 3.	74
Gráfico 9 - Pergunta respondida no questionário 3.	75

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Custos e agregação de valor na erva-mate no PNC em 2010.....	29
Tabela 2 - Mercados de valorização dos produtos agroalimentares.....	46
Tabela 3 - Número de entrevistas por questionário aplicado para cada setor em 2011.	67

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Bandeira do Líbano, que leva o produto mais típico, o cedro.	20
Figura 2 - Definições de IP e DO segundo Legislação 9.279/96.....	21
Figura 3 - Diferenciação entre IP e DO.....	22
Figura 4 - O significado da IG.....	28
Figura 5 - Selo IP do Vale dos Vinhedos.....	31
Figura 6 - Representação da IP Vale dos Vinhedos mostrando a numeração nas garrafas.....	32
Figura 7 - Logomarca do Café o Cerrado.....	33
Figura 8 - Selo IP Pampa Gaúcho.....	34
Figura 9 - Rótulo atual dos produtores associados à APACAP.....	35
Figura 10 - Selo da IP Paraty.....	36
Figura 11 - Logo da IP Vale do Submédio do São Francisco.....	37
Figura 12 - Selo da IP Vale do Sinos.....	38
Figura 13 - Selo da IP Pinto Bandeira.....	40
Figura 14 – Selo da DO Litoral Norte Gaúcho para o arroz.....	40
Figura 15 - Selo da IP Serra da Mantiqueira.....	41
Figura 16 - Selo da IP Pelotas.....	41
Figura 17 - IP do Capim Dourado do Jalapão de Tocantins.....	42
Figura 18 – DO Costa Negra.....	43
Figura 19 - IP Goiabeiras.....	43

Figura 20 - Selo da IP Serro.	44
Figura 21 – Alguns selos brasileiros para qualidade agroalimentar.....	45
Figura 22 - Significado da DOP.....	48
Figura 23 - Significado da IGP.....	48
Figura 24 - Significado da ETG.....	49
Figura 25 - Selo da UE para agricultura orgânica.....	50
Figura 26 - Porcentagem de negócios das DOP e IGP em 2007.....	51
Figura 27 - Total de DOP e IGP por Estado membro da UE.	51
Figura 28 - Mapa destacando as cidades delimitadas da castanha IGP Marrone di Combai.....	57
Figura 29 - Fruto da Castanha Marrone di Combai IGP em Combai na Itália.....	58
Figura 30 - Área de ocorrência das castanheiras em Combai na Itália.	58
Figura 31 - Feira reunindo chás e temperos em Mestre na Itália.	63
Figura 32 - Feira reunindo guaraná em fruto e nem pó, canela, noz moscada, chá verde, etc., em Mestre na Itália.....	63
Figura 33 - Foto do I Encontro da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate realizado em Canoinhas/SC.	68
Figura 34 - Foto de um supermercado em Canoinhas/SC, 2011.	68

LISTA DE ABREVIATURAS

ACCN	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra
APACAP	Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty
APAQS	Produtores Artesanais do Queijo Serro
APMC	Associação dos Produtores do Marrone de Combai
APROCAM	Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira
APROPAMPA	Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional
APROVALE	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
ASPROVINHO	Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira
CACCER	Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado
DOC	Denominação de Origem Controlada
DOCG	Denominação de Origem Controlada e Garantida
DO	Denominação de Origem
EPAGRI	Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
IG	Indicação Geográfica
IGs	Indicações Geográficas
IGP	Indicação Geográfica Protegida
IGT	Indicação Geográfica Típica
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
PNC	Planalto Norte Catarinense
SINDIMATE	Sindicato da Indústria do Mate no Estado de Santa Catarina
UE	União Européia

RESUMO

Sob o tema da Indicação Geográfica (IG) Planalto Norte Catarinense para produtos da erva-mate, buscou-se gerar dados sobre o panorama inicial do registro na região, através de questionários semi-estruturados aplicados a quatro públicos distintos (agricultores ervateiros, industriais, técnicos/autoridades e consumidores de erva-mate). Através dos questionários pode-se observar o conhecimento sobre o tema dos entrevistados, o reconhecimento sobre importância do tema para a região. Foram realizadas atividades na Itália durante o mês de outubro, onde buscou-se agregar informações sobre os registros utilizados pela União Européia e através de Indicações Geográficas visitadas, reconhecer ferramentas que podem ajudar nas IGs brasileiras e, principalmente a IG para a erva-mate catarinense.

Palavras-Chave: Indicação Geográfica, Erva-Mate, Planalto Norte Catarinense, Itália.

1. APRESENTAÇÃO

Este trabalho é referente ao estágio supervisionado de conclusão do curso de Agronomia da Universidade Federal de Santa Catarina realizado na Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – Epagri, no Estado de Santa Catarina, Brasil.

O estágio foi realizado no período de 15 de agosto até 30 de novembro, sendo primeiramente desenvolvido no município de Canoinhas referente à Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para produtos da erva-mate. Após, no período de 26 de setembro até 20 de outubro foi desenvolvida uma pesquisa na Itália contando com a colaboração da Università Degli Studi di Teramo, localizada na região de Abruzzo.

Na Epagri o estágio foi supervisionado pelo Engenheiro Agrônomo Hamilton Justino Vieira e orientado pelo professor Aparecido Lima da Silva. Em Canoinhas as atividades foram desenvolvidas com a colaboração do Engenheiro Agrônomo Adriano Martinho de Souza. Já na Itália os professores Andrea Piva e Andrea Fantini colaboraram para o desenvolvimento das atividades.

Canoinhas representa historicamente grande importância devido à erva-mate e chegou a ser considerada a capital da erva-mate em Santa Catarina. Atualmente a indicação geográfica para produtos de erva-mate representa um importante marco para a região do Planalto Norte Catarinense¹ onde se localiza o município. Grande parte da erva-mate na região é nativa e possui alta qualidade, sendo resultado da biodiversidade da floresta ombrófila mista.

A noção de Indicação Geográfica (IG)² surgiu no decorrer do tempo devido o reconhecimento, tanto por parte de produtores como de

1 Ao longo do trabalho será utilizada a abreviação PNC para Planalto Norte Catarinense.

2 Ao longo do trabalho será utilizada a abreviação IG para Indicação Geográfica.

consumidores, de sabores ou qualidades peculiares que alguns produtos característicos de determinadas regiões apresentavam. Essas características diferenciadas estão intimamente ligadas com a qualidade dos produtos e sua localização no território. Assim, iniciam-se as buscas pelas Indicações Geográficas e conseqüentemente o reconhecimento da qualidade peculiar e o diferencial que determinado produto possui. No Brasil, perante tanta diversidade, são inúmeros os produtos potenciais de registro para IG e inúmeros produtos ligados ao território, ao povo e ao saber fazer local.

O presente trabalho consiste basicamente de diagnosticar o panorama atual da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinenese³ para produtos da erva-mate. Através da aplicação de questionários buscaram-se saber se agricultores ervateiros, industriais da erva-mate, consumidores, técnicos, engenheiros agrônomos e autoridades da região conhecem ou desconhecem a importância e o significado da IG. Nesse contexto, torna-se relevante o acompanhamento dos trabalhos de instituições do PNC, como Epagri e SINDIMATE, e em especial na região de Canoinhas, que atualmente vem se organizando na construção de um processo de IG para produtos da erva-mate.

2. INTRODUÇÃO

A erva-mate (*Ilex paraguariensis* St. Hill.) é uma matéria-prima de grande importância para a região Sul do Brasil. Tendo sua origem na América do Sul, a erva-mate ocorre naturalmente na Argentina, Brasil e Paraguai. Entretanto, cerca de 80% da área de ocorrência pertence ao Brasil, distribuindo-se entre os Estados do Mato Grosso do Sul, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A região Sul é a maior produtora, sendo 596 municípios que desenvolvem a atividade ervateira, envolvendo um total de,

3 Ao longo do trabalho será utilizado IG PNC para Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense.

aproximadamente, 710 mil pessoas, para uma produção anual aproximada de 650 mil toneladas de folhas (MACCARI *et. al.*, 2000).

O PNC é uma região reconhecida devida a produção de erva-mate de excelente qualidade. Segundo dados do IBGE (2008) em Santa Catarina, a cidade de Canoinhas é o principal polo produtor de erva-mate da região. Entretanto, esta atividade econômica vem apresentando sérias dificuldades e nos últimos anos, perdendo sua posição de destaque no mercado.

Segundo Souza (1998) no PNC a atividade ervateira, principalmente aquela voltada para a exportação, está presente desde meados do século XIX. A erva-mate tem sido de grande importância no desenvolvimento socioeconômico e ambiental da região. Desde o terço final do século XIX até meados dos anos 1980, o PNC foi a principal região catarinense de produção e transformação da matéria-prima erva-mate. Nos anos de 1960 chegou a constituir mais de 93% de toda a produção do Estado.

A produção de erva-mate do PNC é reconhecida pela alta qualidade, ótimas características gustativas, agregando diferenciais aos produtos da região. Para tanto, a IG para produtos da erva-mate é uma ótima forma para a valorização das especificidades dos seus produtos, reconhecimento da qualidade, organização da cadeia produtiva ervateira e agregação de valor.

A IG representa uma importante forma de garantia do reconhecimento da origem e da qualidade dos produtos agrícola certificados. É ainda uma das principais formas para assegurar a sua reputação e, assim preservar a reprodução de processos produtivos, do saber fazer local, contribuindo para a sustentabilidade econômica dos produtores envolvidos. Nesse sentido, qualificação e certificação de produtos agroalimentares caracterizam-se como estratégias e instrumentos de uma política de desenvolvimento rural sustentável (LAGES *et. al.*, 2006).

De acordo com o INPI⁴, a primeira IG Brasileira foi reconhecida em 2002, no Vale dos Vinhedos, no Estado do Rio Grande do Sul, para vinhos tintos, brancos e espumantes. Em julho de 2011, o país já possui 11 IGs registradas.

Segundo Nierdelle (2011) diferentemente dos países europeus, a consolidação das IGs no Brasil surge juntamente com o desenvolvimento rural sustentável e as questões da biodiversidade e preservação ambiental, o que é extremamente importante ao país. Já considerando a construção histórica e institucional das IGs na Europa, vários trabalhos demonstram que as IGs europeias se consolidaram inicialmente, do ponto de vista econômico e institucional, e eram poucas considerações efetivas para os aspectos relacionados à preservação ou a valorização da biodiversidade.

É importante salientar que o Brasil é reconhecido por possuir uma das mais ricas biodiversidades do mundo, sendo que a diversidade vegetal é considerada importante fonte de riqueza. Nesse sentido, a IG beneficia socialmente com o uso sustentável dessa biodiversidade na preservação de territórios, assim como de espécies fundamentais para a economia brasileira (PILLAR *et. al.*, 2009).

Segundo Salazar *et. al.* (2010) a Legislação Brasileira de Biossegurança deve considerar o contexto marcado pelo reconhecimento do Brasil como detentor da maior biodiversidade do Planeta, de um lado, e como um dos maiores exportadores de produtos agrícolas, de outro lado.

Perante a ligação que a IG possui com a sustentabilidade e preservação ambiental, faz-se necessários incentivos governamentais no Brasil para a

⁴ O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Existe para criar um sistema de Propriedade Intelectual que estimule a inovação, promova a competitividade e favoreça os desenvolvimentos tecnológico, econômico e social (INPI, 2011).

consolidação da importância de registrar IG aos produtos que o país deseja e possui a obrigação de proteger, preservar e valorizar.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho visa diagnosticar o panorama atual da IG PNC para produtos da erva-mate. Para tanto, foram realizadas entrevistas através da aplicação de questionários segmentados em quatro públicos diferentes: agricultores ervateiros, industriais da erva-mate, consumidores e engenheiros agrônomos/autoridades da região. A partir das entrevistas um panorama zero da IG PNC para produtos da erva-mate foi elaborado, com a colaboração da Epagri e do SINDIMATE de Canoinhas.

3.2 Objetivos Específicos

Determinar se agricultores ervateiros conhecem IG, se possuem a erva-mate como uma importante fonte de renda e reconhecem a tradição e reputação da erva-mate do PNC.

Determinar ainda se consumidores conhecem IG, quais os critérios mais importantes para comprar erva-mate e qual a importância, na visão deles, de registrar a IG PNC para produtos da erva-mate.

Constatar também, se profissionais envolvidos com a cadeia produtiva ervateira, como técnicos agrícolas, engenheiros agrônomos, autoridades ou políticos e industriais ervateiros, reconhecem a importância da erva-mate e sua valorização através da IG.

Através de atividades desenvolvidas na Itália objetivou-se agregar informações para a IG PNC e através da vivência de alguns produtos certificados pela UE desenvolver formas de valorização da erva-mate e de

outros produtos brasileiros pelo qual iniciam-se mobilizações e organizações a fim de alcançar o registro de IG.

4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

4.1 Erva-Mate

A erva-mate (*Ilex paraguariensis* St. Hil.) é originária da América do Sul, pertence à subdivisão *Angiospermae*, classe das Dicotiledôneas, subclasse *Archichlamydes*, ordem *Celastales*, família *Aquifoliaceae*, sendo classificada pelo naturalista francês August de Saint Hillaire, e assim publicada em 1822, nas memórias do Museu de História Natural de Paris (MATTOS, 2011).

Segundo Andrade (2004) a erva-mate apresenta folhas simples, alternadas, geralmente estipuladas. As flores são pequenas e dióicas. Os frutos consistem de uma cor preta quando maduros, com 4 a 5 sementes e polpa mucilaginosas. A erva-mate é uma espécie dióica, cuja floração ocorre de setembro a dezembro. Quanto à frutificação, ocorrem frutos maduros de dezembro até abril. A dispersão das sementes é feita por pássaros.

A espécie *Ilex paraguariensis* cresce espontaneamente em regiões constituídas por matas de *Araucaria angustifolia* e matas subtropicais do sul do Brasil. É uma espécie característica da Floresta Ombrófila Mista Montana (Floresta com Araucária) (ZAMPIER, 2001).

Segundo Mayol (1997) os solos aptos para plantio de erva-mate são os solos que se caracterizam por apresentarem cor avermelhada, alta profundidade, elevado teor de argila, ótimas condições físicas (principalmente permeabilidade), mediana fertilidade, pH ácido em todo o perfil e teores relativamente altos de matéria orgânica.

E ainda a temperatura média anual da área de ocorrência da erva-mate pode variar de 12°C a 24°C, com maior distribuição de 15°C a 18°C. É uma espécie tolerante ao frio. Dois tipos climáticos são citados, segundo Köppen,

Cfb (clima temperado) e Cfa (clima subtropical), embora possam ocorrer em menor escala em Cwa, Cwb e Aw (MATTOS, 2011).

A erva-mate é uma planta esciófita, tolera sombra em qualquer idade, sendo mais tolerante a luz na fase adulta. Na formação de ervais de produção pode-se distinguir dois sistemas: o manejo de ervais nativos e os cultivados. Para o plantio de ervais recomenda-se o plantio misto com espécies pioneiras que proporcionam sombra ao erval durante sua fase juvenil. Ou ainda, recomenda-se o adensamento em ervais nativos, pelo plantio de mudas na mata raleada, ou condução da regeneração natural quando é abundante e erva-mate nativa (ZAMPIER, 2001).

A erva-mate é colhida de ramos finos das árvores, as folhas são todas colhidas. No entanto, não se sabe qual o efeito da exploração de ervais em termos de longevidade da planta e exaustão do solo. A poda, de formação ou de produção, é realizada de forma a interromper a dominância apical da planta para forçar o desenvolvimento de ramos laterais e aumentar a área de copa produtiva das folhas e ramos de erva-mate (MACCARI *et. al.*, 2000).

Segundo Quadros (2009) a exploração da erva-mate baseia-se no extrativismo, sendo que grande parte é produzido de ervais nativos ou de plantas cultivadas a partir de sementes, acarretando uma alta heterogeneidade dos plantios. Diante da baixa qualidade genética e da alta heterogeneidade dos plantios estabelecidos por mudas produzidas a partir de sementes e das dificuldades de propagar assexuadamente plantas adultas, faz-se necessário o desenvolvimento de tecnologias para a propagação clonal e massal de plantas selecionadas de erva-mate.

4.2 Erva-Mate e seus potenciais

Segundo Zampier (2001) historicamente em locais onde a erva-mate ocorre naturalmente, existe um significativo desenvolvimento influenciando hábitos culturais e gerando riquezas e benefícios ao longo de sua cadeia produtiva. Como benefício direto destaca-se o emprego de mão-de-obra nas

fases de produção, beneficiamento e comercialização, e como benefícios indiretos destaca-se o fortalecimento do setor primário, secundário e terciário da economia, tais como, a exploração de novas fronteiras, o estabelecimento de estradas e portos, podendo citar o exemplo histórico do rio Iguaçu e a construção da estrada de ferro Curitiba – Paranaguá, por onde era feito o escoamento da produção até o porto de Paranaguá, local de saída das exportações de erva-mate.

Outro aspecto a ser considerado é a variável ambiental, pois a reintrodução da cultura da erva-mate nos ecossistemas, por meio de um processo de diversificação das explorações agro-silvi-pastoris, não se faz necessário o uso de agroquímicos para o seu manejo, o que se torna benéfico para a recuperação do equilíbrio ambiental de áreas degradadas. Além disso, observa-se o povoamento de pássaros em áreas de ervais (CANCIAN, 2003).

Segundo Da Croce (2000) a erva-mate nativa ocorre em cerca de 140 municípios do Estado de Santa Catarina, sendo que até poucos anos atrás não existia uma preocupação em buscar novas tecnologias, pois a qualidade da erva-mate existente na região do PNC era abundante nos campos e matas, suprimindo as exigências do mercado consumidor.

Estudos apontam que o acúmulo de cafeína e teobromina é uma característica única de *Ilex paraguariensis*. O Ministério da Saúde do Brasil possui o registro de quatorze preparações derivadas da erva-mate e a Alemanha possui seis preparações homeopáticas e 452 produtos comerciais à base desta espécie (MATTOS, 2011).

No sistema produtivo da erva-mate deve-se considerar que tanto a adubação como os fatores ambientais, tais como, as condições de luz e umidade são determinantes para as características organolépticas e composição química, conseqüentemente, a forma de manejo está diretamente relacionada com a qualidade do produto final (CANCIAN, 2003).

A erva-mate atualmente recupera sua importância na economia brasileira, não devido o desbravamento físico de terras ou fronteiras, e sim pela conquista de novos mercados. Principalmente através do desenvolvimento de novos produtos, como no mercado de bebidas e chás. Também ganha espaço no mercado de cosméticos, medicamentos e higiene (ZAMPIER, 2001).

A erva-mate nativa e cultivada no PNC possui significativo diferencial de qualidade. O Estado de Santa Catarina é umas das regiões brasileiras com maior potencial para o desenvolvimento da erva-mate, pois sensorialmente o produto é mais suave e ganha à preferência dos consumidores, principalmente os gaúchos (ASTRUC, 2010).

4.3 Indicações Geográficas

Segundo Bruch *et al.* (2009) a IG e as marcas se confundiam na antiguidade. Mesmo na Bíblia, encontram-se registros de sinais distintivos da origem de produtos, como os vinhos de En-Gedi⁵ e o cedro do Líbano⁶, representado na bandeira do país, conforme Figura 1. Na Grécia e em Roma, haviam produtos diferenciados justamente pela sua origem, como o bronze de Corinto⁷, e o até hoje renomado mármore de Carrara⁸.

5 Registrado na Bíblia em Cânticos, I, 14.

6 Registrado na Bíblia em Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6.

7 "bronze de Corinto" encontrado na cidade de Corinto na Grécia.

8 "Mármore de Carrara" é famoso desde a Roma Antiga, é até hoje extraído da cidade de Carrara na região da Toscana na Itália.



Figura 1 - Bandeira do Líbano, que leva o produto mais típico, o cedro.
Fonte: Bruch *et al.* (2009).

Segundo Bruch *et al.* (2009) a primeira intervenção na proteção de uma IG ocorreu em 1756, quando os produtores do Vinho do Porto, em Portugal, buscaram com o Primeiro-Ministro Marquês de Pombal a proteção do produto. Uma vez que após o vinho do Porto ter adquirido grande notoriedade e reputação, outros vinhos passaram a utilizar a denominação “do Porto”, ocasionando queda nas vendas e uso indevido da denominação. Foi então que o processo de registro da IG iniciou, sendo agrupados os produtores na Companhia dos Vinhos do Porto, após foi delimitada a área de produção e foram estudadas e definidas as características do Vinho e suas regras de produção foram registradas. Por fim, o nome Porto para vinhos foi registrado legalmente, por decreto, surgindo assim, a primeira Denominação de Origem Protegida. Até hoje, esses são os passos a serem seguidos para dar proteção estatal a uma indicação geográfica.

O primeiro tratado internacional a abordar o tema foi o Acordo de Madri de 1891, referente às indicações de procedência falsas. Em virtude disso, surgem os registros nacionais e tratados internacionais, como a Convenção União de Paris (CUP), o Acordo de Madrid, o Tratado de Lisboa e, mais recentes, o Acordo sobre aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS ou ADPIC). O objetivo dessas regulamentações foi promover a proteção dos sinais distintivos e a repressão às falsas indicações de procedência (BRUCH, 2008).

As IGs surgiram no Brasil através da Lei 9.279 de 1996, que define e regulamenta como um direito coletivo de propriedade intelectual. Na legislação

as IGs distinguem-se em duas espécies: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO), segundo consta na Figura 2.

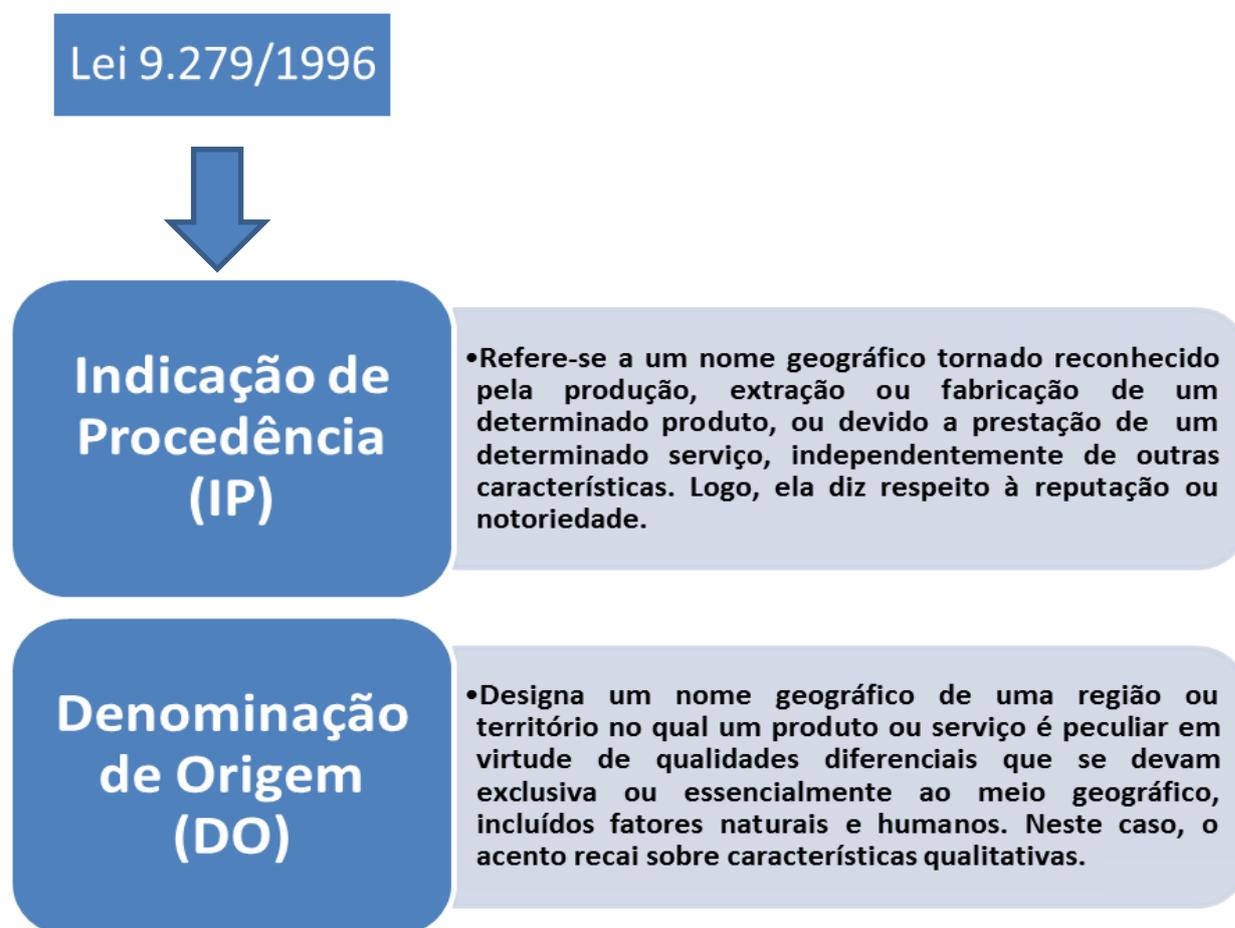


Figura 2 - Definições de IP e DO segundo Legislação 9.279/96.

Fonte: Elaborado pelo autor segundo dados da Legislação 9.279/1996 do MAPA.

Segundo Bruch *et al.* (2009) para compreender e evitar conflitos que podem advir da relação entre as IGs e os sinais distintivos, é extremamente importante destacar a natureza, a titularidade, a forma de constituição do sinal e o prazo de proteção de cada um destes sinais, analisando-se, também, quais princípios são aplicáveis. É necessário compreender as diferenças entre as espécies de IG passíveis de proteção no Brasil, ou seja, a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO), conforme é apresentado na Figura 3.

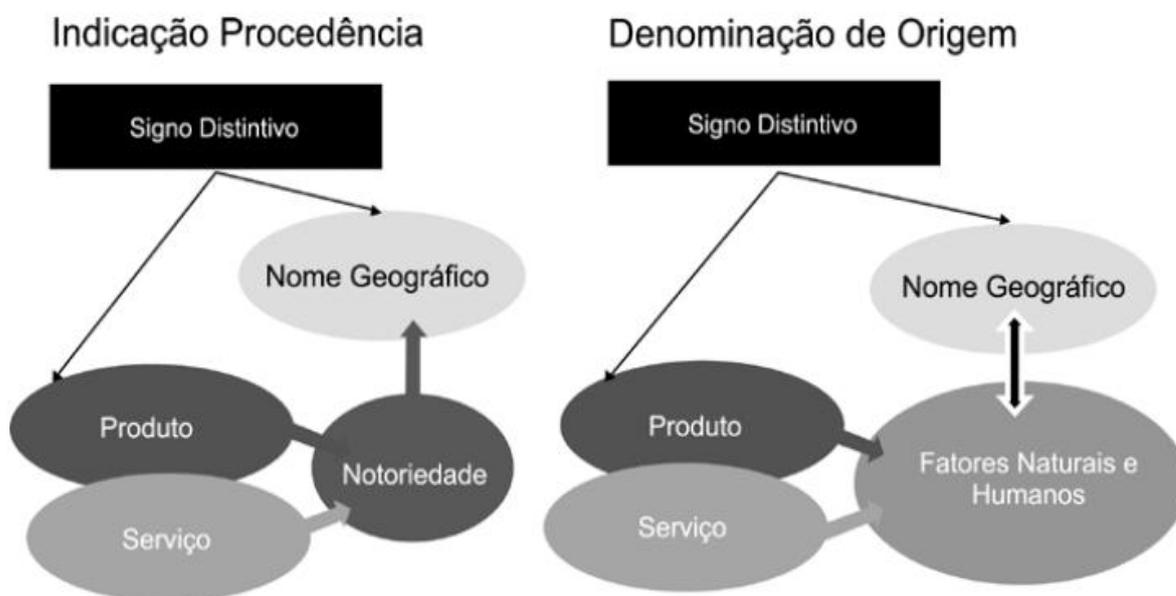


Figura 3 - Diferenciação entre IP e DO.
Fonte: Bruch *et al.* (2009).

Segundo Velloso *et al.* (2009) uma Denominação de Origem possui notoriedade e qualidades específicas que se devem comprovadamente ao meio. Por exemplo, o presunto de Parma da Itália, é um desses casos. Ele apresenta grande notoriedade (aliada ainda a uma história) e suas qualidades são devidas, sobretudo, a influências climáticas. Já para uma IP, tudo o que se pede é a comprovação da notoriedade. Isso não impede, no entanto, que se incorporem elementos que façam a ligação do produto ao território além da notoriedade. Quanto mais elementos forem reunidos e incorporados ao dossiê de pedido, mais força ele terá perante o INPI, como IG a ser registrada.

Segundo Silva *et al.* (2009) a delimitação geográfica da área para uma IG deve ser a mais precisa possível e para isso se baseia em critérios objetivos e justos. Trata-se de um trabalho que exige profissionais com conhecimentos históricos e técnicos, os quais juntamente com os agentes locais trabalham na delimitação da área. Os agentes locais são fundamentais tanto para resgatar a história e a cultura da região, quanto para se estabelecer a região delimitada. Por fim, ressalta-se que os fatores históricos, políticos, econômicos, edafoclimáticos e sociais devem se conjugar de forma harmônica e equilibrada

para delimitar a área geográfica para uma Indicação de Procedência ou uma Denominação de Origem.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão encarregado dos registros de Indicação Geográfica, uma vez que é uma forma de propriedade industrial (INPI, 2011). E este, desde 1997, tem orientado associações e instituições na implementação de projetos de IG. Existem, também, outros programas de políticas públicas ou iniciativas apoiadas por outros ministérios: como o movimento Slow Food⁹, o apoio aos produtos da agricultura familiar, coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), assim como o registro de certos produtos nos livros do Patrimônio Cultural Imaterial¹⁰, as políticas e programas do Ministério do Meio Ambiente (MMA), etc (Bruch *et. al.* 2009).

Segundo Mafra (2008) a IG surgiu em países europeus, com a finalidade de proteger os produtos territoriais típicos contra a utilização indevida do nome de regiões e de marcas que apresentam reputação nos mercados agrícolas. Paralelamente, as IGs vêm sendo difundidas como uma qualificação que busca valorizar as potencialidades locais e a origem dos produtos. Este processo de qualificação vem ganhando espaço frente a um modelo de produção em larga escala e ao comércio de commodities, pois se caracteriza pela mudança do modelo baseado, deixa de visar apenas sucessivos aumentos de produtividade com as tecnologia da “revolução verde” para passar a valorizar aspectos qualitativos dos produtos. Assim, a qualidade passa a ser um dos aspectos a serem perseguidos no mercado para a valorização dos produtos.

9 “Slow Food” é uma associação internacional fundada por Carlo Petrini em 1989 na Itália. Atualmente conta com 100 mil inscritos e possui 130 países que aderem ao movimento (SLOW FOOD, 2011).

10 Patrimônio Cultural Imaterial refere-se "as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural." (IPHAN, 2011).

As Indicações Geográficas divulgam os produtos e serviços e sua herança histórico-cultural, considerada intransferível, o que permite que as regiões promovam seus produtos por meio da autenticidade da sua produção (MAPA, 2009).

Segundo Velloso *et al.* (2009) as IGs se caracterizam por ser um bem coletivo, pois terão direito ao uso da IG todos os “produtores” ou “prestadores de serviço” estabelecidos na área delimitada pela IG. Uma IG precisa, portanto, que o grupo requerente seja a legítima representante dos produtores locais, interessados na consolidação de uma IG.

4.4 Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial

Segundo Niederle (2011) o Brasil na perspectiva de expandir seus produtos ao mercado externo, tornou crescente a busca pela qualidade e pelas certificações que garantem essa qualidade. O objetivo dos selos de qualidade era garantir aos consumidores a qualidade de produtos identificados e garantir que foram processados segundo normas específicas. No que diz respeito ao setor do agronegócio observa-se uma crescente preocupação em agregar valor a seus produtos por meio do uso de certificações que indiquem o atendimento a requisitos de qualidade, sustentabilidade, respeito social, preservação ambiental, etc., principalmente aqueles que atendem aos padrões internacionais.

Atualmente são inúmeros os tipos de certificações, desde produtos certificados como orgânicos, até produtos provenientes do mercado justo e solidário. Assim novos mercados de nichos começam a surgir. As indicações geográficas estão inseridas nesse movimento global de segmentação dos mercados e de certo modo favorece a valorização e o desenvolvimento dos recursos territoriais (BRUCH, 2008).

Agregar valor, buscar resultados efetivos para os pequenos negócios é, portanto, a motivação para o tema das IGs. Por outro lado, as IGs por fazerem referência à geografia, aos territórios, nos remete aos saberes, aos modos de

fazer, de ser, às relações entre natureza e cultura e assim ao patrimônio material e imaterial dessas regiões produtoras. Nesse sentido, podem ser também instrumentos de apoio para valorização desse patrimônio, na medida em que a produção posicionada no mercado por apresentar uma qualidade específica associada a essa geografia, a esse território, torna a sua proteção uma questão estratégica, motivada por razões também econômicas (LAGARES, 2006).

4.5 Indicações Geográficas e Tipicidade

As IGs buscam valorizar a diversidade e a singularidade de produtos enraizados em territórios específicos, ressaltando saberes e costumes locais (BRUCH, 2008).

Segundo Velloso *et al.* (2009) uma IG está diretamente vinculada ao reconhecimento da tipicidade de um produto ligada à sua origem geográfica. Esta tipicidade pode ser definida como uma categoria de produtos constituídos sobre um *terroir*¹¹ de modo a designar características distintas e identificadas por uma “comunidade humana de referência” a partir de um saber coletivamente partilhado, implícito ou explícito.

A tipicidade não possui necessariamente alguma ligação com a origem geográfica do produto e o seu reconhecimento não está obrigatoriamente relacionado à procedência do produto, podendo algumas de suas características não serem resultado dos efeitos do *terroir*. As justificativas das IGs podem estar relacionadas às técnicas de produção, ou aos processos de transformação de alguma matéria-prima (Velloso *et al.* 2009).

11 “terroir” é uma palavra francesa que significa o conjunto de características que certa localização geográfica confere a um determinado produto. Tais elementos somam não somente a localização, mas principalmente o clima, o tipo de solo, a geologia do solo, altitude, insolação, as práticas de produção e beneficiamento do produto.

A partir do momento que as certificações são vistas não como um instrumento de acesso a mercados, mas principalmente como uma ferramenta de desenvolvimento da nova “ruralidade” no Brasil, a valorização dos territórios, fortalecimento da agricultura familiar, fortalecimento do vínculo com a origem e com as tradições e modos de fazer diferenciados, tornaram-se mecanismos fundamentais para o fortalecimento da agricultura brasileira. Justamente essa relação oferece aos pequenos produtores a riqueza do seu diversificado patrimônio natural e cultural, a riqueza das “tipicidades” fundamentais para diferenciar a sua produção e o seu produto (LAGARES, 2006).

4.6 Indicação Geográfica para produtos da Erva-Mate do Planalto Norte Catarinense

Segundo Souza (1998) o PNC representa no Estado de Santa Catarina uma das principais regiões de produção e transformação de erva-mate. A ocupação desta região teve como elemento central a presença de ervais nativos. Após algum tempo, os colonos europeus se integraram a essa atividade econômica. Sendo assim, a história da região se confunde e se funde com a história da exploração dos ervais no Brasil, podendo-se afirmar que a exploração dos ervais nativos foi um dos elementos fundamentais na formação da paisagem da região do PNC.

Desde a ocupação do PNC existe uma estreita ligação da região com a atividade ervateira. A própria história da erva-mate no Brasil se confunde com a história da região, sendo a erva-mate um elemento central na formação deste território. Diferentes produtos de erva-mate eram produzidos e as diferenças percebidas sempre estiveram ligadas à região e aos processos de produção e de transformação pelo qual os produtos eram submetidos (SOUZA, 1998).

Num país amplo e diverso como o Brasil, pode-se identificar muitos produtos com diferenciais ligados ao território, sendo que cada caso será diferente de outro. Por esses motivos o processo de implementação de uma IG não pode ser planejado e realizado “de portas fechadas”, pois trata-se de um processo coletivo e participativo, no qual os atores locais (como, por exemplo

produtores e pessoas envolvidas na cadeia produtiva) devem ser protagonistas (Velloso *et al.* 2009).

Segundo Velloso (2008) a organização, formada por atores sociais locais (produtores, transformadores da matéria prima, pessoas ligadas ao comércio, ao turismo etc.), além de ser a entidade responsável pelo pedido de reconhecimento de uma IG, é também responsável por toda a sua gestão e manutenção, representando a coletividade em todas as instâncias em que se faça necessário. Um grupo de atores organizados tem poder de promover a divulgação de informações e a troca de experiências. Por meio dessa organização e de múltiplas articulações, é possível encontrar e divulgar soluções de melhoria para “situações-problema”. Produzir conhecimentos e traçar novos rumos de forma a contribuir para o desenvolvimento territorial.

No caso da IG para produtos da erva-mate será resultado de toda uma organização da cadeia produtiva, através da normatização de qualidade dos produtos e contando com a colaboração de todos os atores locais envolvidos na cadeia.

Segundo Bruch *et al.* (2009) vários produtos agroalimentares se diferenciam pela sua qualidade ou sua reputação devidas, principalmente, a sua origem (o seu lugar de produção). Essas diferenças podem estar ligadas a um gosto particular, uma história, por fatores naturais (clima, temperatura, umidade, solo, etc.) ou humanos (um modo de produção, um saber fazer). Em alguns casos, os produtores e/ou os agentes de uma região se organizam para valorizar essas características, mobilizando um direito de propriedade intelectual: a Indicação Geográfica. A IG permite preservar essas características ou essa reputação e valorizá-las ao nível dos consumidores.

No caso da IG PNC para produtos da Erva-Mate é possível valorizar o saber fazer da região e conseqüentemente todos os fatores envolvidos com a erva-mate, conforme Figura 4.



Figura 4 - O significado da IG.
 Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Segundo Astruc (2010) no final da cadeia produtiva, são as indústrias que agregam valor no produto, conforme tabela 1. Isso porque são eles que fixam os preços de compra da erva em folha, para chimarrão ou chá. Porém a valorização, no sentido econômico, não é percebida pelos agricultores ervateiros, uma vez que nos últimos anos ocorreu uma forte queda na comercialização devida os baixos preços.

Tabela 1 - Custos e agregação de valor na erva-mate no PNC em 2010.

Em R\$/Kg			
Custo para o produtor	0,20		
Preço de compra da folha verde	Entregue para a indústria	No pé	
	0,50	0,38	
Preço de venda da erva triturada	1,80		
Preço de venda da erva beneficiada	Venda direta	Representante	Atacadistas
	3,8	2,00	3,00
Preço médio de venda da erva chimarrão no supermercado	4,00		

Fonte: adaptado de Astruc (2010).

Atualmente existe uma intensa discussão no setor ervateiro em torno da normatização do Ministério da Saúde, pela Vigilância Sanitária, para o estabelecimento de normas e padronizações de qualidade e identidade da erva-mate e seus demais produtos. As normativas, além de possibilitarem a fiscalização do produto, também garantem a regulamentação higiênico-sanitária e boas práticas de fabricação, pela qual especifica como o produto deverá ser colhido, produzido, manipulado, processado, armazenado e conservado para atingir a qualidade higiênico-sanitária ideal para sua comercialização (DA CROCE, 2000).

Segundo Da Croce (2000) o setor ervateiro precisa acompanhar as tendências do mercado bebidas e as mudanças comportamentais do consumidor de erva-mate. Atualmente é crescente a exigência por parte dos consumidores de qualidade, pureza do produto, sanidade microbiológica, composição físico-química adequada e a qualidade sensorial. Torna-se necessário caracterizar os produtos, diagnosticar as qualidades, bem como as características sensoriais de cada um, para assim investir em ações de marketing e propaganda, valorizando e agregando maior valor aos produtos da erva-mate.

4.7 As Indicações Geográficas já reconhecidas no Brasil

4.7.1 Vale dos Vinhedos

A Serra Gaúcha está localizada no Estado do Rio Grande do Sul e sua ocupação remonta ao final do século XIX, com a chegada dos imigrantes italianos (APROVALE, 2011).

Segundo Velloso *et al.* (2009) a APROVALE foi fundada em 1995 com a associação de seis vinícolas, sendo que na época a lei brasileira que regula direitos e obrigações relativas à propriedade industrial, incluindo a repressão a Indicações Geográficas ainda não havia sequer sido publicada. Atualmente são 31 vinícolas associadas e 28 associados não produtores de vinho, entre hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos, queijarias e outros.

Segundo Silva *et al.* (2009) as condições iniciais difíceis para a colonização na mata virgem, em uma região isolada gerando grandes dificuldades para a produção agrícola e para o escoamento dos produtos aos mercados. E os colonizadores italianos também enfrentavam dificuldades sociais e financeiras. Na região, desenvolveu-se a agricultura basicamente familiar, onde o plantio da uva e a produção do vinho logo tiveram destaque, para consumo das próprias famílias e de abastecimento local. Atualmente, a região possui uma economia muito diversificada, com a forte presença do setor industrial, do turismo. No entanto, foi na vitivinicultura, que faz parte da história e cultura local, que a região obteve o reconhecimento da primeira IG nacional.

Outro aspecto importante que caracterizou e ainda diferencia esta região é a organização do seu espaço, que tem sua base na pequena propriedade e no trabalho familiar. No que tange ao cultivo da videira, destaca-se que os italianos trouxeram suas variedades da Europa, pertencentes à espécie *Vitis vinifera*. Mas, estas não se adaptaram ao solo e clima da região e acabaram sendo substituídas pelas videiras americanas e híbridas, da espécie *Vitis labrusca*, com as quais se produz ainda hoje os vinhos de mesa ou coloniais (BRUCH *et al.* 2009).

Na Serra Gaúcha, a forte competição dos vinhos no mercado nacional levou as vinícolas a investirem no desenvolvimento do turismo local ao redor do vinho e da cultura italiana. Assim, desenvolveram-se numerosas atividades relacionadas com alojamento (hotéis, pousadas), gastronomia (restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos), enologia e imigração italiana (SCHMIDT *et al.* 2010).

O Vale dos Vinhedos obteve em 2002 o reconhecimento como Indicação Geográfica, podendo conceder aos vinhos que estivessem dentro dos padrões estabelecidos pela Aprovale com o selo de Indicação de Procedência (IP), conforme Figura 5. A partir de 2011, com o reconhecimento do Vale como Denominação de Origem (DO), para ostentarem esta classificação, os produtos deverão obedecer a regras mais específicas em relação à produção da uva e à elaboração do vinho (APROVALE, 2011).



Figura 5 - Selo IP do Vale dos Vinhedos.
Fonte: APROVALE (2011).

A delimitação geográfica da IP Vale dos Vinhedos estabelece que a área delimitada localiza-se nos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul, com área total de 81,23 km² (SILVA *et al.* 2009).

No caso do Vale dos Vinhedos, IP reconhecida pelo INPI sob nº IG200002, utiliza-se um selo de controle, que leva o dizer “Conselho Regulador da IP Vale dos Vinhedos”, acompanhado de uma numeração seriada que permite identificar a origem do vinho e da uva. Esse selo e a numeração são inseridos na parte superior da garrafa, conforme pode ser observado na Figura 6 (SCHMIDT *et al.* 2010). Esse selo de controle será fornecido pelo Conselho Regulador mediante o pagamento de um valor a ser definido por seus

membros e a quantidade de selos deverá obedecer à produção correspondente de cada associado inscrito na IP Vale dos Vinhedos (BRUCH *et al.* 2009).



Figura 6 - Representação da IP Vale dos Vinhedos mostrando a numeração nas garrafas.

Fonte: BRUCH *et al.* (2009).

Ressalta-se que nem todo o vinho produzido no Vale dos Vinhedos é apto para ser denominado um vinho da IP Vale dos Vinhedos. Para tanto, a vinícola escolhe, dentre os seus vinhos, aqueles que mais caracterizam a região. Após indicar estes vinhos e fornecer as amostras ao Conselho Regulador, que submete as amostras a várias etapas de controle que serão explanadas a seguir, somente após a sua aprovação é que o vinho pode levar em sua rotulagem o selo que o identifica como sendo um vinho IP Vale dos Vinhedos (BRUCH *et al.* 2009).

4.7.2 Café do Cerrado

A história do café da Região do Cerrado Mineiro começou no final da década de 1960, quando ocorreu a maior geada que a cafeicultura brasileira conheceu, trazendo consequências desastrosas para os cafezais dos Estados do Paraná e São Paulo. As dificuldades climáticas somadas ao crescimento econômico das lavouras de soja conduziram os cafeicultores a vender suas terras. As políticas de modernização e as facilidades ofertadas pelos créditos

governamentais orientaram a fuga dos barões do café, que compraram terras totalmente mecanizáveis, por preços acessíveis, em Minas Gerais (SILVA *et al.* 2009).

A Região do Cerrado Mineiro é a segunda indicação de procedência reconhecida no Brasil pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial, em 14 de junho de 2005, requerida pelo Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CERDAN *et al.* 2009).

Segundo Velloso *et al.* (2009) o Café do Cerrado está delimitado em uma grande área. Assim, o número de produtores e associados em toda a região é grande, no total são 156 produtores que estão associados a alguma associação ou cooperativa. A região possui seis associações e seis cooperativas que fazem parte do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CAC CER, 2011).

Na IP Região do Cerrado Mineiro, tem-se uma delimitação geográfica bastante abrangente, onde 55 municípios delimitam a área. Apesar da grande abrangência da IG, existem alguns fatores ambientais que caracterizam essa região, como solo, clima e vegetação predominante, etc. (SILVA *et al.* 2009).

Juntamente com o registro da IG do Café do Cerrado não foi registrado um selo específico, porém a logomarca mais utilizada é apresentada na Figura 7.



Figura 7 - Logomarca do Café do Cerrado.
Fonte: CACCER (2011).

4.7.3 Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional

O Pampa Gaúcho da Campanha Meridional é a terceira indicação de procedência (IP) a ser reconhecida no Brasil, seu registro foi deferido em 12 de dezembro de 2006 (CERDAN *et al.* 2009). O selo registrado para a IP Carne do Pampa Gaúcho é apresentado na Figura 8.



Figura 8 - Selo IP Pampa Gaúcho.
Fonte: APROPAMPA (2011).

No Brasil, a implantação da Indicação de Procedência (IP) Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional se baseia em um controle preciso da procedência dos animais. Assim, se o consumidor desejar, ele pode, a partir do código de barra, verificar no site da associação de qual animal vem o corte de carne que ele acaba de comprar, conhecer a fazenda de produção e sua localização (BRUCH *et al.* 2009).

São 55 membros que fazem parte da APROPAMPA, dos quais todos os produtores, com exceção de um membro, são produtores primários, criadores de gado (VELLOSO *et al.* 2009).

Segundo Silva *et al.* (2009) a notoriedade e a tradição dos Gaúchos da região sul do Brasil iniciaram com a colonização do país. O território, o idioma e a cultura resultam das inúmeras guerras internas e externas ligadas à conquista do território. A economia do Rio Grande do Sul está relacionada aos grandes ciclos econômicos: couro, charque, frigorífico. A região da Campanha Meridional se destacou ao longo do tempo como uma zona de terminação do gado devido a seus campos naturais de alta qualidade, e a habilidade dos seus pecuaristas em lidar com cavalos e gado bovino. Esta região, com sua história,

extensão de terras, biodiversidade e reconhecida diversidade da carne bovina, permitiu o registro e reconhecimento de uma IG.

A área delimitada de uma IG não é necessariamente contínua. No caso da IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, a área não inclui regiões de campos com arvoredos, pois eles apresentam características de savana, com árvores, arbustos e pasto mais alto que favorecem o desenvolvimento de ectoparasitos para os quais o gado bovino, e mais especificamente, o gado de raça britânica, é pouco resistente. Demonstrando assim os pontos essenciais para delimitação da área (SCHMIDT *et al.* 2010).

4.7.4 Cachaça de Paraty

Fundada em 2004, a APACAP (Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty) (Figura 9), possui atualmente nove produtores. Dos quais sete estão em atividade e os outros estão em fase de estruturação. Dos quais seis deles funcionam com alambiques regularizados pelo MAPA (APACAP, 2011).



Figura 9 - Rótulo atual dos produtores associados à APACAP.
Fonte: APACAP (2011).

Dos associados da APACAP todos são transformadores (industriais, processadores, ou seja, donos de alambiques, onde se faz a cachaça), e representam os atores da cadeia produtiva da IG cachaça de Paraty (VELLOSO *et al.* 2009).

Os produtores de Paraty aproveitaram a atividade turística da cidade para relançar uma produção tradicional, a cachaça. Paraty é uma cidade

pequena, classificada como Patrimônio Histórico Nacional desde 1958, com grande afluência turística o ano todo (SCHMIDT *et al.* 2010).

Recentemente foi reconhecida como IG para cachaça a grafia Paraty, que foi registrada sob o nº IG2000602 em 2007. Assim a cachaça de Paraty possui IG registrada e faz uso de um símbolo, ou também chamado de selo, conforme mostra a Figura 10 (BRUCH *et al.* 2009).

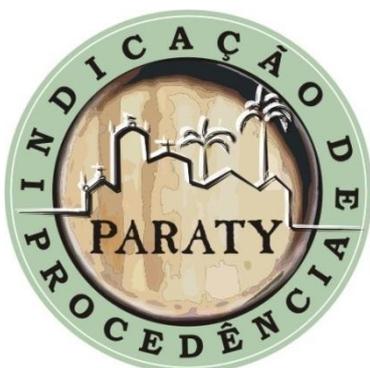


Figura 10 - Selo da IP Paraty.
Fonte: adaptado de APACAP (2011).

Segundo Velloso *et al.* (2009) a história de Paraty está relacionada com as funções comerciais que a cidade assumiu desde o século XVI. A Vila de Paraty cresceu ao ritmo dos ciclos econômicos, sendo o único caminho ligando o Rio de Janeiro às minas. A cachaça produzida no município virou moeda de troca para adquirir escravos e também ouro. A abertura, em 1950, da primeira estrada de boa qualidade terminou com o isolamento do município e abriu as portas para novas atividades econômicas, como o turismo, permitindo também o resgate da produção de cachaça artesanal e o reconhecimento de uma IG.

Geograficamente a cidade de Paraty está localizada no litoral sul do Estado do Rio de Janeiro, junto à Baía da Ilha Grande e integra a Região Turística da Costa Verde juntamente com Angra dos Reis e Mangaratiba. O clima é tropical, quente e úmido, e a temperatura média anual é de 27°C com uma amplitude variando de 12°C a 38°C (BRUCH *et al.* 2009).

A delimitação geográfica da IP Cachaça de Paraty baseou-se nas pesquisas sobre as zonas do município aptas à produção das cultivares de

cana-de-açúcar, adequadas para cachaça de qualidade, o resgate histórico da produção de aguardente e as características socioeconômicas. Os resultados demonstraram que somente uma parte do município foi selecionada e delimitada (SILVA *et al.* 2009).

4.7.5 Vale do Submédio São Francisco

Certas regiões produzem há mais de 500 anos o mesmo produto. Ao lado destas, outras se tornaram conhecidas com um produto mais recente (10 ou 30 anos). Um produto IG não precisa ser necessariamente, um produto muito antigo. No Brasil, a região dos perímetros irrigados do nordeste (Vale do São Francisco - PE/BA) se tornou conhecida pela produção de frutas (mangas e uvas) entre os anos 1970 e 1990 (SILVA *et al.* 2009).

A concessão da IG Vale do Submédio São Francisco se deu recentemente, em 07 de julho de 2009, sob o registro do INPI de nº IG200701 para a produção de uvas de mesa e manga, sendo que foram definidas as variedades mais adaptadas ao cultivo na região (BRUCH *et al.* 2009). O selo utilizado para identificar os produtos pode ser observado na Figura 11.



Figura 11 - Logo da IP Vale do Submédio do São Francisco.
Fonte: ALVES (2011).

A organização dos produtores surgiu de uma parceria entre a EMBRAPA Semi-Árido, o SEBRAE de Pernambuco, o SEBRAE Nacional e a Federação de Agricultura de Pernambuco (FAEPE). Já a área de abrangência do Submédio do Vale do São Francisco compreende os municípios de áreas irrigadas de influência da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São

Francisco e do Parnaíba (CODEVASF¹²) com plantios de mangas e de uvas. Compreende o oeste do Estado de Pernambuco e o norte da Bahia, com uma área total de 125.755 km², sendo, portanto, a primeira indicação geográfica brasileira interestadual (BRUCH *et al.* 2009).

4.7.6 Vale do Sinos

O Brasil possui a Indicação de Procedência (IP) Vale do Sinos reconhecida em 19 de maio de 2009 para o couro acabado. Segundo dados do INPI o n° do registro é IG200702 e o selo IP Vale do Sinos está representado na Figura 12 (INPI, 2011).



Figura 12 - Selo da IP Vale do Sinos.
Fonte: FLORES (2011).

A área delimitada como Vale do Sinos encontra-se dentro da zona que compreende o original município de São Leopoldo, berço da colonização alemã no Rio Grande do Sul, dos municípios dele desmembrados (AICSul, 2009).

O couro acabado do Vale do Sinos é a primeira Indicação Geográfica de um produto industrial do Brasil e o único couro com o selo no mundo. A indicação de procedência garante uma produção industrial altamente controlada, que obedece a normas rígidas (FLORES, 2011).

12 CODEVASF - Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba, é uma empresa pública brasileira, destinada ao fomento do progresso das regiões ribeirinhas dos rios São Francisco e Parnaíba e de seus afluentes, nos estados de Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Alagoas Distrito Federal, Goiás, Sergipe, Piauí e Maranhão. Fonte: CODEVASF (2011).

O setor surgiu em função da combinação de uma série de fatores que não se repetiram em nenhum outro lugar ou época no Brasil: o encontro de mão-de-obra especializada livre (imigrantes alemães) e a demanda de mercado. Seu crescimento se deveu a condições históricas muito específicas, propiciadas pelas guerras do século XIX, que permitiram a formação de uma região geográfica caracterizada pela produção de couro. No século XX, teve essa especificidade reforçada pela entrada da indústria calçadista no segmento de exportação, o que levou a indústria dos curtumes a se aperfeiçoarem e, conseqüentemente, o reforço da concentração geográfica na região denominada Vale do Sinos (AICSul, 2009).

4.7.7 Pinto Bandeira

Outra Indicação de Procedência reconhecida no Brasil é a IP Pinto Bandeira para vinhos finos e espumantes, regulado pela ASPROVINHO. O selo da IP Pinto Bandeira é representado na Figura 13 e o reconhecimento da IP pelo INPI ocorreu em 13 de julho de 2010 (INPI, 2011).

A região de Pinto Bandeira está localizada no município de Bento Gonçalves, junto à principal região produtora de vinhos do Brasil - a Serra Gaúcha. Os primeiros imigrantes italianos, vindos especialmente da região do Vêneto, chegaram a Pinto Bandeira em 1876, sendo que em 1880 já havia vinhos produzidos localmente (TONIETTO, 2007).

O fator cultural certamente incidiu na região, sendo que a partir do início do século XX, a policultura foi deixada de lado em detrimento da viticultura, que veio a se solidificar na região (JUNIOR, 2009).

Flores *et al.* (2005) explicou que:

“o verdadeiro impulso da vitivinicultura em Pinto Bandeira foi dado em 1930, com o estabelecimento de um posto de vinificação da Companhia Vinícola Riograndense S.A. com sede na cidade de Bento Gonçalves e Caxias do Sul. Por muitos anos ela centralizou a produção e a comercialização de vinhos e derivados da uva, colaborando na disseminação de algumas variedades Vitis vinífera.”



Figura 13 - Selo da IP Pinto Bandeira.
Fonte: ASPROVINHO (2011).

4.7.8 Litoral Norte Gaúcho

O Brasil possui também a Denominação de Origem reconhecida pelo INPI para o Litoral Norte Gaúcho para o arroz, em 24 de agosto de 2010 sob o nº IG200801 em favor da Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho (BORDA, 2010). O selo da DO Litoral Norte Gaúcho é representado na Figura 14.

A área de produção da Denominação de Origem do Arroz do Litoral Norte Gaúcho é formada por uma península arenosa com 300 km de extensão, que ocorre paralela ao litoral entre a Laguna dos Patos e o Oceano Atlântico. Esse complexo de ecossistemas costeiros inclui também outras lagoas de água doce e lagunas de água salgada, praias, dunas, banhados, vegetação de restinga e uma área marinha, compondo um ambiente diverso e riquíssimo do ponto de vista ambiental (BORDA, 2010).



Figura 14 – Selo da DO Litoral Norte Gaúcho para o arroz.
Fonte: APROARROZ (2010).

4.7.9 Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais

A indicação de procedência da região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais foi registrada pelo INPI em 31 de maio de 2011 sob o nº IG200704 requerido pela Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira (APROCAM). O selo registrado pode ser observado na Figura 15.



Figura 15 - Selo da IP Serra da Mantiqueira.
Fonte: APROCAM (2011).

4.7.10 Pelotas

Outra IP reconhecida sob o nº IG200901 em 30 de agosto de 2011, tendo como requerente a Associação dos Produtores de Doces de Pelotas. O selo registrado para a IP destinada aos doces de Pelotas é apresentado na Figura 16 (INPI, 2011).



Figura 16 - Selo da IP Pelotas.
Fonte: INPI (2011).

4.7.11 Região do Jalapão do Estado do Tocantins

O capim dourado do Tocantins obteve a IP reconhecida sob o nº IG200902 em 30 de agosto de 2011, tendo como requerente a Associação dos Artesãos em Capim Dourado da região do Jalapão. O selo registrado para a IP destinada ao capim dourado é apresentado na Figura 17 (INPI, 2011).



Figura 17 - IP do Capim Dourado do Jalapão de Tocantins.
Fonte: INPI (2011).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) aprovou o primeiro pedido de indicação geográfica (IG) de artesanato brasileiro, referente a trabalhos manuais confeccionados em capim dourado na região do Jalapão, no Tocantins. O reconhecimento é na categoria indicação de procedência (IP), que delimita uma área conhecida pela fabricação de certos produtos, mas sem relação direta com o meio.

4.7.12 Região da Costa Negra

A região da Costa Negra no Estado do Ceará obteve em 16 de agosto de 2011 o reconhecimento da Denominação de Origem para o camarão da região, sob o nº IG200907 requerida pela Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (INPI, 2011). O selo registrado para a DO está representado na Figura 18.



Figura 18 – DO Costa Negra.
Fonte: INPI (2011).

A delimitação da região abrange o oeste do Estado do Ceará, cerca de 250 km da capital Fortaleza. Está inserida na Microrregião do Vale do Acaraú, região do Baixo Acaraú. Na Costa Negra estão localizados viveiros de fazendas de carcinicultura, sendo o mais importante polo da carcinicultura cearense contando com 33 unidades de engorda (fazendas), um laboratório de produção de pós-larvas, e quatro unidades de beneficiamento. A produção anual é de 7.090 toneladas de camarões, numa área de 886,28 hectares (ACCN, 2011).

4.7.13 Goiabeiras

O INPI deferiu a segunda Indicação Geográfica para artesanato, na modalidade Indicação de Procedência, para a panela de barro de Goiabeiras, produzida em Vitória, no Estado do Espírito Santo. O registro foi publicado no dia 26 de julho de 2011 sob o nº IG201003. O selo pode ser observado na Figura 19 (INPI, 2011).



Figura 19 - IP Goiabeiras.
Fonte: INPI (2011).

4.7.14 Serro

O queijo Minas Artesanal produzido na região do Serro, no Estado de Minas Gerais, recebeu a 14ª Indicação Geográfica (IG) do Brasil. O registro no INPI é sob o nº IG201001 e o selo registrado pode ser observado na Figura 20 (INPI, 2011).

O registro foi requerido pela Associação dos Produtores Artesanais de Queijo do Serro (APAQS) e demonstra toda a cultura da região na produção de queijo artesanal tradicional de Minas Gerais (INPI, 2011).



Figura 20 - Selo da IP Serro.
Fonte: INPI (2011).

4.8 Os selos e certificações presentes no Brasil

Segundo Lagares *et al.* (2006) num cenário de mercados globalizados, os consumidores têm exigido maior clareza com relação aos produtos consumidos, principalmente os agroalimentares, o que gera importantes embates no âmbito das instâncias regulatórias do comércio internacional. A segurança alimentar possui na rastreabilidade um instrumento de controle das etapas do processo produtivo. O que abre também oportunidades para as indicações geográficas, sinalizando onde e como é produzido um alimento. Os países da Comunidade Europeia, por exemplo, buscam a construção de regras exigentes para o comércio mundial, uma consequência das recentes crises alimentares (tais como doenças, pragas, uso excessivo de aditivos e agrotóxicos, entre outros), bem como estratégia de inserção competitiva de seus produtos.

Para o consumidor, os sinais ou selos podem significar durabilidade, seriedade, confiança, qualidade, familiaridade e satisfação. Para os produtores é uma forma de fidelizar os consumidores que optarem por um determinado produto, pois criam uma relação de confiança entre o produto ou serviço e o seu comprador ou utilizador. Os sinais distintivos são uma importante ferramenta coletiva na organização da cadeia produtiva, no desenvolvimento sócio-econômico e na agregação de valor aos produtos agropecuários. Quando bem utilizados, representam importante mecanismo de promoção comercial dos produtos (VELLOSO, 2008).

Na Figura 21 observam-se alguns dos selos que o Brasil possui para segurança alimentar dos produtos agroalimentares. O selo de PI é destinado para produtos oriundos da Produção Integrada, muito usado em frutas e hortaliças. Já o selo com o número da SIF representa que o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) inspecionou o produto, a empresa é registrada e inspecionada pelo governo. Outro selo que o MAPA possui é destinado para produtos orgânicos (VELLOSO *et al.* 2009).



Figura 21 – Alguns selos brasileiros para qualidade agroalimentar.
Fonte: (VELLOSO *et al.* 2009).

Segundo Bruch *et al.* (2009) observa-se o surgimento de novos mercados de nichos, como orgânicos, comércio justo, IG. Na Tabela 2 são apresentados os principais mercados e estratégias de valorização dos produtos, entre as quais as indicações geográficas estão inseridas. De certo modo, esse movimento favorece a valorização dos recursos territoriais.

Tabela 2 - Mercados de valorização dos produtos agroalimentares.

Mercado	Perfil	Exemplos
Especialidades	Baseia-se na valorização de qualidade particular	Produtos do movimento Slow Food. Produto com Garantia de origem (iniciativa privada de empresa de distribuição CARREFOUR).
Orgânicos	Produto orgânico é um produto agrícola ou um alimento produzido de forma que respeita o meio ambiente e à saúde.	Produto da ECOVIDA Produto com certificado ECOCERT ou IBD.
Artesanais	Produtos produzidos de forma artesanal e muitas vezes manual.	Indicação geográfica, Produtos coloniais, Produtos da agricultura familiar.
Solidários	Movimento do Comércio Justo visando a melhoria das condições de vida de produtores e trabalhadores. As Redes solidárias são representadas por grupos de produtores, consumidores e entidades, envolvidos na produção, processamento, comercialização e consumo de alimentos agroecológicos. Trata-se de uma nova forma de comercializar e de pensar as relações entre o mundo rural e urbano.	Rede das feiras da ECOVIDA, Mercados da Terra do Movimento Slow Food, entre outros.

Fonte: adaptado de Bruch *et al.* (2009).

Os selos são conferidos para um determinado produto ou serviço através de uma avaliação de conformidade ou uma certificação, e não se confundem nem com uma marca de certificação (embora possam requerer este status) nem como qualquer tipo de IG. Essas normas ou regulamentos são documentos estabelecidos por consenso e aprovados por um organismo reconhecido, como a Organização Internacional de Normalização (ISO, sigla em inglês), que fornece, para uso comum e repetitivo, regras, diretrizes ou características para atividades ou para seus resultados (BRUCH *et al.* 2009).

4.9 Os selos oficiais de qualidade dos alimentos na Europa

Segundo Pallet (2006) os selos oficiais de qualidade dos alimentos, logomarcas específicas colocadas no produto foram implantados pelos poderes públicos como instrumento de identificação, diferenciação e valorização dos produtos alimentares junto aos consumidores. Por meio de um sistema competente de controle, os selos garantem a conformidade de um produto

segundo consta em um laudo de especificações público, elaborado por profissionais e aprovado pelos poderes públicos. Portando, os selos garantem ao consumidor a qualidade, o modo de produção característico ao produto e garante a origem do produto agroalimentar.

Segundo a Comissão Europeia de Agricultura e Desenvolvimento Rural (2010) o sistema de qualidade da UE protege um milhar de denominações de produtos agrícolas e alimentos tradicionais. O produto que se tornou a milésima denominação registrada, em 15 de fevereiro de 2011, é o queijo de ovelha italiano chamado *Piacentinu Ennese*. Assim, somente o queijo produzido de uma determinada maneira, com leite de ovelhas de uma raça específica, oriundas da província de Enna na região da Sicília, pode ostentar a Denominação de Origem Protegida *Piacentinu Ennese*.

A União Européia possui um sistema online que ajuda a promover e proteger os nomes dos produtos agrícolas e os alimentos tradicionais da Europa. O rótulo europeu de qualidade garante ao consumidor um produto original, tradicional e com a qualidade reconhecida pelos consumidores. O maior efeito é a proteção de agricultores e produtores artesanais devido à garantia de não ocorrer o uso indevido do nome do produto e conseqüentemente agrega maior confiabilidade por parte dos consumidores. Desde sua criação em 1992, o sistema permitiu o registro de produtos como o presunto de Parma, o queijo Roquefort, entre tantos outros produtos (Comissão Europeia de Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2010).

Na União Europeia, que usa classificação diferente do Brasil, foram estabelecidos selos que indicam se o produto é uma Denominação de Origem Protegida (DOP) ou uma Indicação Geográfica Protegida (IGP). Os referidos selos não são da mesma cor: vermelho para DOP e azul para a IGP (BRUCH, *et al.* 2009).

Na Europa existem três tipos de certificação e cada uma possui o seu selo respectivamente, conforme Figuras 22, 23 e 24.

Denominação de Origem Protegida (DOP)

Designa produtos cuja produção, transformação e elaboração ocorrem obrigatoriamente numa área geográfica identificada, de acordo com um saber reconhecido e constatado.



Figura 22 - Significado da DOP.
Fonte: Elaborado pelo autor (2011).

Indicação Geográfica Protegida (IGP)

Designa produtos agrícolas e alimentares estreitamente ligados à produção numa determinada área geográfica, na qual ocorre pelo menos uma das fases exigidas: produção, transformação ou preparação.



Figura 23 - Significado da IGP.
Fonte: Elaborado pelo autor (2011).

Especialidade Tradicional Garantida (ETG)

Dizem respeito aos produtos que garantem o caráter tradicional, quer a nível de composição quanto a nível dos métodos de produção. Valoriza a composição tradicional dos produtos ou o seu modo de produção tradicional.



Figura 24 - Significado da ETG.
Fonte: Elaborado pelo autor (2011).

Segundo a Comissão Europeia de Agricultura e Desenvolvimento Rural (2010) o volume de negócios dos produtos agrícolas DOP e IGP foi calculado, em 2007, em 14,2 bilhões de euros sobre mais de 800 produtos. Esse estudo foi lançado pela Direção Geral da Agricultura e do Desenvolvimento Rural da Comissão Europeia. Até 2010 foram registrados 505 DOP, 465 IGP e 30 ETG.

Os sistemas, privados e públicos, de certificações da qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios garantem o respeito das características do produto ou do respectivo método de fabricação, definidas no caderno de especificações do registro. Os sistemas de certificação existentes na União Europeia incidem não só no respeito nas normas de produção obrigatórias, mas também nas exigências complementares sobre a defesa do ambiente, o bem estar animal, as características organolépticas, o comércio justo, entre outros (Comissão Europeia de Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2010).

A União Europeia possui um selo para produtos provenientes da agricultura biológica, conforme Figura 25, que consiste em um método de produção agrícola que oferece aos consumidores alimentos saborosos que respeitam o ciclo natural da fauna e da flora. Baseia-se em princípios e práticas que procuram reduzir ao mínimo o impacto do homem sobre o ambiente,

trabalhando a terra da forma mais natural possível. Produtos certificados com o selo de agricultura biológica respondem a severas regras, nomeadamente respeitando o ambiente.



Figura 25 - Selo da UE para agricultura orgânica.
Fonte: Google Imagens (2011).

4.10 A experiência Europeia com as Indicações Geográficas

Segundo a Comissão Europeia da Agricultura e Desenvolvimento Rural (2010) em 2007 os queijos representavam um terço do volume de negócios considerado, sendo que 8% (3 a 4% da produção mundial) dos produtores de queijos na UE inserem-se em DOP, dentre eles encontram-se o *Grana Padano* da Itália, o *Comtè* da França, *Queso Manchego* da Espanha ou o *Feta* da Grécia. A cerveja IGP representava, em volume, cerca de 5% do consumo europeu. Já os produtos a base de carne representavam os produtos curados como *Prosciutto di San Daniele* ou o *Prosciutto di Parma*. As frutas e produtos hortícolas ocupavam o quinto lugar na classificação devido seu baixo valor unitário. Com nove denominações apenas, a pesca revelava-se um setor com alta variação dos preços no mercado. Conforme observa-se no Figura 26 o total (em %) do volume de negócios DOP e IGP, sem considerar os vinhos.

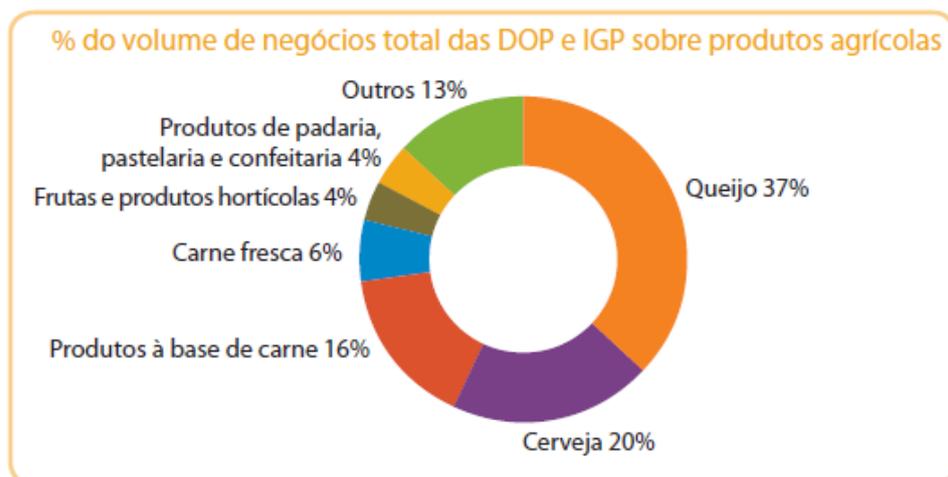


Figura 26 - Porcentagem de negócios das DOP e IGP em 2007.
Fonte: Comissão Europeia da Agricultura e Desenvolvimento Rural (2010).

Os principais países em termos de valor da produção abrangida por indicação geográfica são a Itália (com 33% do total), a Alemanha (com 25%), a França (com 17%) e o Reino Unido (com 8%). O restante é dominado pela Espanha, com 833 milhões de euros (6%), a Grécia, com 606 milhões de euros (4%) e a Áustria, com ±123 milhões de euros (1%). Conforme Figura 27 que representa o número de registos e o respectivo volume de negócios de cada Estado membro da UR para 2007 (Comissão Europeia da Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2010).

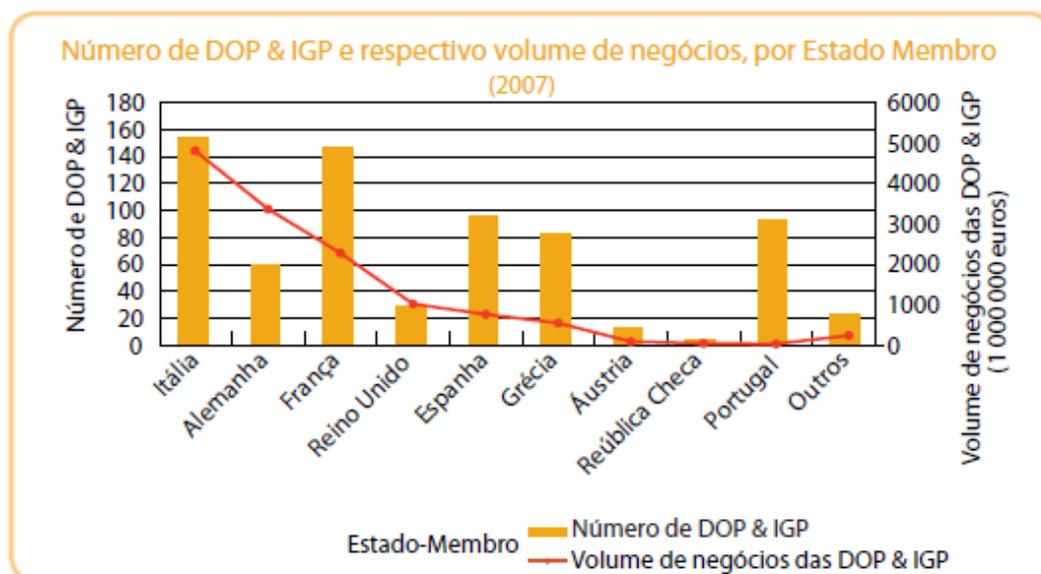


Figura 27 - Total de DOP e IGP por Estado membro da UE.

Fonte: Comissão Europeia da Agricultura e Desenvolvimento Rural (2010).

Um produto registrado na França é a *Champagne*. Produzido em uma região pobre, situada no limite norte da zona climática de produção de uvas, com solos geralmente ácidos. Porém, o método “champenoise” de vinificação, bem adaptado às dificuldades dessa matéria-prima, permitiu o sucesso econômico que conhecemos hoje. A maioria das denominações de origem de queijos, por exemplo, está situada em regiões de montanha ou classificadas como zonas difíceis. Um dos elementos chaves das Indicações Geográficas é de promover, criar e implementar novas formas de governança local e de regulação entre os diferentes agentes das cadeias produtivas (BRUCH *et al.* 2009).

5. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA ITÁLIA

Durante o período de 26 de setembro a 20 de outubro foram realizadas visitas na Itália com a colaboração da Università degli Studi di Teramo. As visitas objetivavam conhecer Indicações Geográficas que apresentavam características similares com a erva-mate catarinense, pois assim a pesquisa serviria de suporte aos trabalhos de reconhecimento e organização da IG PNC para produtos da erva-mate.

5.1 Introdução

Segundo Belletti (2003) a Itália e a União Europeia tiveram uma perda da multifuncionalidade da agricultura que em grande parte é derivada da crise dos sistemas agrícolas tradicionais e o desenvolvimento progressivo de um sistema de produção com base em pacotes tecnológicos e intensivo. Em alguns casos, quando o produto possui características de “típico”, que grupos menores de consumidores consolidaram um atributo ao produto em virtude de um contexto local específico e que também é identificado nas transações comerciais como área geográfica de produção, a partir daí o nome geográfico carrega a função de indicador sintético de qualidade e processo de produção que origina o produto.

O valor de mercado do produto “típico” de um sistema tradicional de cultivo e/ou processamento pode ajudar e apoiar a multifuncionalidade da agricultura, uma vez que valorizando tais produtos pode-se fazer possível o fortalecimento da “agricultura colonial tradicional” das regiões que sofreram menores influências dos pacotes tecnológicos que, de alguma forma, descaracterizaram importantes formas de agricultura na Europa e também na Itália (BELLETTI, 2003).

As denominações geográficas representam uma ferramenta possível para melhorar a valorização e, portanto, intervir de forma positiva sobre os aspectos críticos de perda da biodiversidade agrícola e típica (BELLETTI, 2001).

Um exemplo é o óleo extra virgem de oliva da Toscana que através da denominação de origem controlada (DOC) se fortaleceu e se tornou um dos produtos típicos da Toscana de maior excelência, caracterizado pela forte cultura local e a estrutura territorial da região, produzindo um produto de qualidade superior e ecologicamente adequado, por se tratar de métodos tradicionais centenários da região (Belletti, 2003).

Segundo Belletti (2003) os métodos de gestão da cultura predominante na região da Toscana é olivicultura tradicional (baixa densidade de plantas, baixa prevalência de plantas idosas, solos com declividades elevadas, pouca ou nenhuma administração de insumos químicos, operações de colheita manual ou semi-mecanizada), diferentemente do sistema semi-intensivo (maior densidade de plantas, uso sistemático de fertilizantes e pesticidas sintéticos, controle de vegetação natural).

Grande parte dos agricultores italianos contribuem para a manutenção da biodiversidade (através da preservação de espécies nativas e das variedades de agro-ecossistemas), assim como a preservação da paisagem, o manejo do solo e água, especialmente em áreas montanhosas, e efeitos positivos no desenvolvimento sócio-econômico, na diversidade e alimentos sobre a preservação das tradições locais e culturais (Belletti, 2003).

Segundo Belletti *et al.* (2007) muitas vezes a denominação de origem representa a proteção do nome geográfico, pelo menos aos produtos que possuem uma reputação estabelecida, embora talvez apenas em mercados locais e/ou o uso de nomes com elevada atratividade. Entre os efeitos positivos das denominações geográficas, por parte das empresas, são:

- A garantia sobre as características do produto para aqueles consumidores que possuem o conhecimento, pelo regulamento CE 510¹³ de 2006 que atualmente está mais popular entre os consumidores.
- O crescente conhecimento da lógica da qualidade ao interno das empresas graças à adoção dos sistemas de certificações de qualidade.
- A qualificação das empresas que possuem os produtos certificados, pelo qual utiliza o produto DOP - IGP como uma espécie de “medalha” e um marketing forte.

A decisão por parte das empresas de usar uma denominação geográfica é o resultado de uma avaliação complexa de custos e benefícios econômicos que podem deriva-lo. Os fatores que entram em jogo no orçamento de custos-benefícios são inúmeros e muitas vezes intimamente ligados às características dos produtos e dos sistemas de produção. Em geral, a escolha de usar o nome geográfico dentro da lógica das estratégias de empresas individuais, e em particular o tipo de mercado atendido e as necessidades do cliente intermediário e final. A maioria das empresas que operam dentro do sistema estão relacionadas com produtos típicos de pequeno e médio porte e, muitas vezes a comercialização dos canais locais para os quais a presença de uma DOP-IGP é um valor e/ou uma garantia quanto a outros mecanismos, tais

13 Recente Regulamento (CE) n. 510 do Conselho de 20 de Março de 2006, é relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios. No presente regulamento tem-se uma definição cuidadosa do que se entende pela designação de "origem" e "indicação geográfica" (MALAGOLI, 2009).

como: confiança, proximidade geográfica do produto ao consumidor e cultura (BELLETTI *et al.* 2007).

Segundo Malagoli (2009) no âmbito das normativas que estabelecem as denominações de origem, a especialidade tradicional garantida (ETG) é aquela que permite certificar produtos muito interessantes para a cultura agrícola-gastronômica da Itália ligados ao território, como o chocolate, produtos das confeitarias, das pasticcerias, a cerveja, as massas, as pizzas, os sorvetes, etc.

Produtos alimentares são, sem dúvida, muito importantes para todos os países europeus, mas para alguns, como a Itália, são de alguma forma particular. O montante econômico destes produtos, assim como sua extrema diversidade, o número de produtos abrangidos pela indicação de origem e seu padrão de alta qualidade, o reconhecimento popular, que em alguns casos é mundial, merecem posição de destaque na Itália (MALAGOLI, 2009).

A Itália, perante outros países europeus, possui as regras para garantir o alto nível de qualidade e, acima de tudo, a origem italiana dos produtos e/ou matérias-primas. Esta pode ser sem dúvida, a chave para o restante do mundo, aos países que visam estabelecer regras e garantir a qualidade do produto final, alcançando uma reputação e um reconhecimento, assim como a Itália possui com alguns de seus renomados produtos (MALEVOLTI, 2003).

Durante o período na Itália alguns produtos foram visitados com o auxílio da Università degli Studi di Teramo através dos professores Andrea Fantini e Andrea Piva. Dentre os produtos a Castanha IGP Marrone di Combai é muito conhecida e valorizada, principalmente devido sua localização na montanha, sua tradição, ser uma espécie nativa e conseqüentemente, desenvolveu-se o agroturismo fortalecido pela Festa do Marrone di Combai realizada anualmente no mês de outubro.

5.2 Marrone di Combai

A Indicação Geográfica Protegida¹⁴ Marrone di Combai, é uma espécie de castanha produzida na zona de Treviso na região do Vêneto localizada no Norte da Itália. A delimitação da área de produção da castanha de Combai foi registrada como IGP se tratando de locais montanhosos, com pequenos vilarejos e com a predominância de plantas nativas, caracterizando um produto típico da região de montanhas e manejado sustentavelmente pelos agricultores extrativistas.

As cidades que pertencem a IGP Marrone di Combai são: Cison di Valmarino, Cordignano, Follina, Fregona, Miane, Revine Lago, Sarmede, Segusino, Tarzo, Valdobbiadene e Vittorio Veneto. Conforme observa-se na Figura 28 a localização da região que é chamada de “pé de montanha”, pois se trata de uma região alta onde as castanheiras ocorrem com maior dominância na paisagem.

Tradicionalmente a castanha é colhida no período do outono e para a cultura italiana é um produto muito consumido no período do natal. O agroturismo também é fortalecido na região nesse período, devido sua localização de montanha e a safra da castanha. Atualmente a associação de extrativistas da castanha busca melhorar práticas de manejo mais sustentáveis na comunidade de castanheiras e busca preservar árvores mais antigas como um atrativo ao turismo e consumidores que vão até a montanha em busca de castanheiras velhas e belas.

14 Ao longo do trabalho será utilizada a abreviação IGP para Indicação Geográfica Protegida.

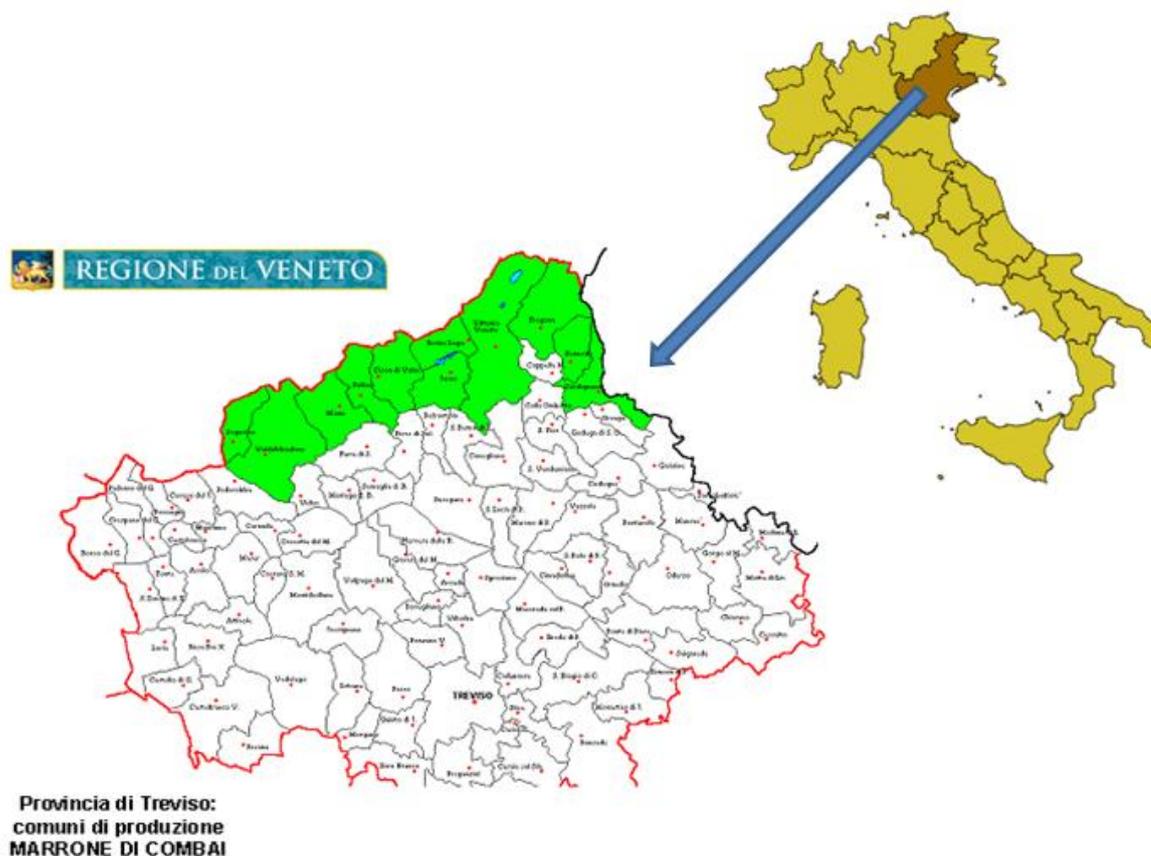


Figura 28 - Mapa destacando as cidades delimitadas da castanha IGP Marrone di Combal.

Fonte: VENETO (2011).

Segundo o Ministério da Política Agrícola e Florestal da Itália a denominação IGP foi registrada para os frutos da castanha de tipologia “Marrone” do gênero *Castanea*, a espécie *Sativa*, família *Fagaceae*, nome científico *Domestica macrocarpa*, que responde as condições e requisitos estabelecidos no caderno de normas da IGP Marrone di Combal.

A castanha da espécie *Castanea sativa*, é uma árvore de grande porte, cujo fruto (ouriço) possui uma espécie de espinhos externamente e no seu interior contém de 2 até 4 castanhas, conforme é apresentado nas Figuras 29 e 30.



Figura 29 - Fruto da Castanha Marrone di Combai IGP em Combai na Itália.
Fonte: autor (2011).



Figura 30 - Área de ocorrência das castanheiras em Combai na Itália.
Fonte: autor (2011).

As características físicas e organolépticas da castanha Marrone di Combai são estreitamente ligadas ao ambiente geográfico de produção. Na região de ocorrência natural da castanha as características do território, do solo

e dos habitantes, são os fatores principais que fazem da área uma particular vocação para a tradição das castanhas com alta qualidade.

Durante o mês de outubro, na região de ocorrência da castanha Marrone di Combai, é realizada a festa do Marrone IGP. Tal festa ocorre na região desde 1945. Em 2011 a festa ocorreu durante o período de 7 a 30 de outubro, sendo a 67ª Festa Dei Marroni IGP (**ANEXO 5**). Visitando a festa foi observado que todas as comunidades pertencentes à IGP se envolvem na organização e a festa ocorre na comunidade chamada Combai localizada no alto da montanha e cercada por castanheiras antigas. No local são organizadas tendas com produtos elaborados a partir da castanha, artesanatos, mel produzido na montanha, licores de castanha e trabalhos elaborados a partir da madeira de castanheiras que caem ou devem ser retiradas por algum motivo. A festa envolve a apresentação de música típica, pratos típicos e principalmente a venda *in natura* da castanha (Figura 35). A Figura 31 mostra o produto mais consumido na festa.



Figura 31 - Castanhas *in natura* na 67ª Festa dei Marrone em Combai na Itália.

Fonte: autor (2011).



Figura 32 - Castanhas assadas na brasa, maneira tradicional de consumo, em Combai na Itália.

Fonte: autor (2011).

Em 1995 foi criada a Associação dos Produtores de Marrone di Combai (APMC) com a finalidade de reunir os produtores de castanha da região, além de definir e atuar nas estratégias de valorização, melhoramento e comercialização das castanhas. Através do reconhecimento da IGP a APMC registrou no caderno de normas todas as técnicas centenárias tradicionais de manutenção das castanheiras, métodos de colheita, pratos típicos, entre outras características tradicionais da castanha Marrone di Combai.

Algumas das normas descritas no Caderno de Normas das castanhas IG Marrone di Combai são:

- Nenhuma árvore castanheira pode ser cortada na área delimitada como IGP, apenas se apresentarem alguma doença grave ou danos naturais.
- As castanhas só podem ser colhidas manualmente após caírem naturalmente no chão e algumas que ficam nas árvores são apanhadas com uma rede que permite puxar as castanhas para soltarem da árvore.
- As castanhas são sempre vendidas in natura, sem a aplicação de nenhum tratamento conservativo, nem químico ou térmico.

- Os produtores extrativistas podem explorar áreas de floresta assim como áreas próprias (propriedades rurais), porém devem registrar e não podem colher mais que uma quantia estabelecida como máxima para cada produtor rural.
- A sustentabilidade das castanheiras é uma importante ferramenta de marketing para a IGP Marrone di Combai, pois a região foi e ainda é destaque em toda a Itália devido à preservação das técnicas antigas de manutenção, exploração e comercialização das castanhas.

O agroturismo é uma atividade forte nas regiões montanhosas da Itália, assim como na região da IGP Marrone di Combai. O modelo turístico regional das áreas rurais se caracteriza por uma maior presença de turistas estrangeiros que italianos, sendo cerca de 27% alemães, 7% americanos e o restante de outros países. O reconhecimento mundial de produtos típicos italianos observa-se na crescente procura pelo turismo rural, turismo gastronômico e turismo cultural. A Itália é um dos países europeus que mais investe na promoção, proteção, manutenção e reestruturação de patrimônios agrícolas típicos acompanhando vilarejos e populações tradicionais de diversas regiões italianas (MALEVOLTI, 2003). O sucesso da IGP das castanhas é resultado da ótima organização da região, do aprimoramento dos produtos elaborados a partir das castanhas, sustentabilidade do sistema produtivo, valorização da tradição, organização dos agricultores e suas áreas de extrativismo das castanheiras, e ainda, a organização e divulgação da festa do marrone IGP desde 1945.

5.3 Supermercados e Feiras

Na Itália os supermercados possuem uma grande diversidade de produtos DOP, DOC, IGP, ETG. Os vinhos são os principais produtos reconhecidos pelos consumidores com as denominações de origem, nos supermercados observa-se as propagandas dos produtos que possuem os selos da UR. O preço também é algo interessante, na maioria das vezes, o produto certificado não possui preço mais elevado perante outros produtos sem

registro, o que torna ainda maior a comercialização de produtos com denominação de origem.

Nas feiras organizadas nas praças reúnem-se produtores, empresas e fornecedores de todos os produtos registrados com denominação de origem da região e até mesmo de outros países. Em uma feira visitada em Firenze na região da Toscana foram observados produtos da agricultura biológica (orgânica) reconhecidos com o selo da UR, frutas e hortaliças frescas da região, e principalmente óleos de oliva elaborados a partir de extrações artesanais e certificados (Figura 33).



Figura 33 - Feira da agricultura biológica e denominações de origem realizada em Firenze na Itália.

Fonte: autor (2011).

Outra feira visitada reuniu produtos de toda a UE e até mesmo de outros países, como chás de todo o mundo, temperos, corantes naturais e guaraná brasileiro. Observa-se na Figura 34 a diversidade de chás e temperos de todo o mundo e na Figura 35 a guaraná brasileiro em fruto e em pó.



Figura 31 - Feira reunindo chás e temperos em Mestre na Itália.

Fonte: autor (2011).

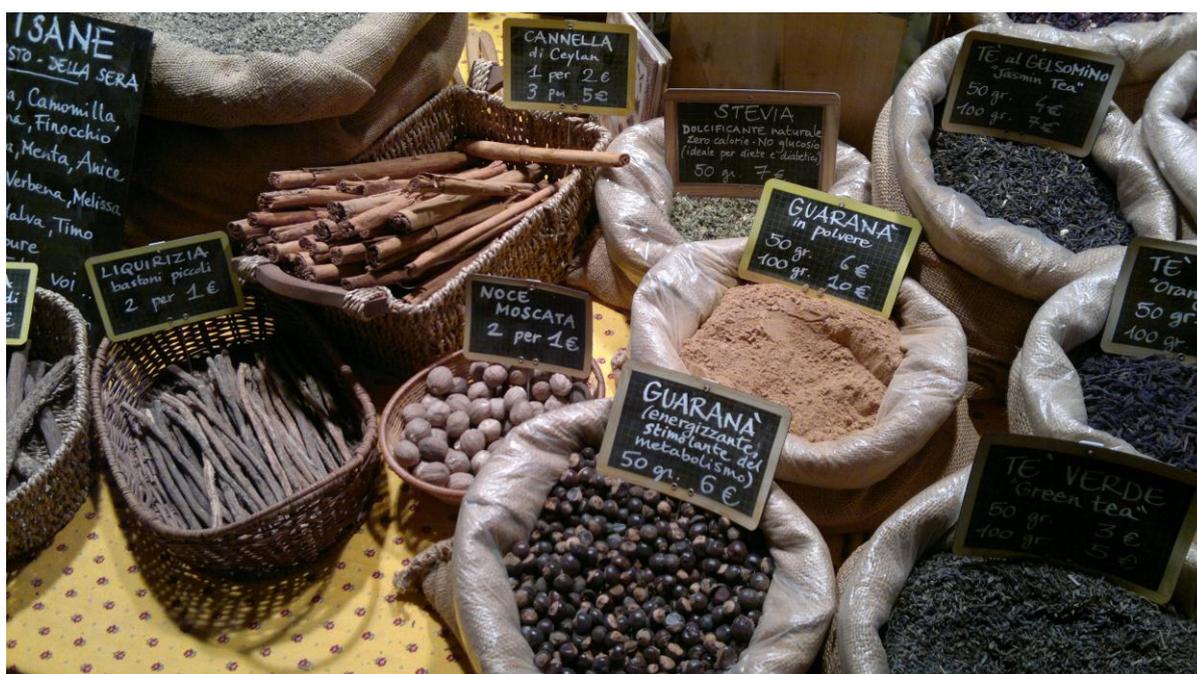


Figura 32 - Feira reunindo guaraná em fruto e nem pó, canela, noz moscada, chá verde, etc., em Mestre na Itália.

Fonte: autor (2011).

A erva-mate também é encontrada na Itália, seu consumo é mais significativo como chá, também alguns italianos que conhecem o produto e outros estrangeiros que vivem na Itália consomem como chimarrão. Porém a

erva-mate possui um significativo potencial para o mercado italiano de chás, pois é um produto com características próprias e bastante diferenciado perante os chás bebidos na Itália. Contando ainda com o potencial de comercializar o chá de erva-mate na Itália, o marketing sobre as propriedades da erva-mate, suas características tradicionais ligadas ao chimarrão, sua exploração sustentável, e o mais importante dos marketings, que é um produto brasileiro, torna-se uma forte ferramenta comercial para ganhar mercado na Itália.

5.4 Conclusões

Na Itália é possível verificar que as IGS são fortemente reconhecidas pelos consumidores, também os selos da UE são identificados com facilidade nos produtos, e significativamente os agricultores fortalecem seus produtos através da alta procura pelos consumidores.

Os produtos com selos são encontrados nos supermercados das cidades, dentro dos mais comercializados são: os vinhos, espumantes, queijos, óleos de oliva, acetato balsâmico, etc. Os produtos mais reconhecidos pelos selos da UR na Itália são os vinhos e óleos de oliva.

Já a castanha estudada “IGP Marrone di Combai” não é encontrada nos supermercados ou feiras livres nas cidades, devido principalmente ao baixo número de castanhas colhidas, baixa produção devido à área delimitada IGP ser pequena e o alto consumo desencadeado pelo turismo rural da região e exportação.

As feiras que são organizadas nas praças das cidades italianas reúnem produtos diferenciados pela qualidade, produtos certificados (IG e Agricultura Orgânica), produtos naturais diretamente dos agricultores, e produtos típicos que são considerados coloniais.

Diante da temática de valorização dos produtos agroalimentares de qualidade, o ponto mais importante que foi visto na Itália é a crescente procura por parte dos consumidores, por produtos diretamente dos agricultores, por isso as feiras nas praças são muito frequentadas pelos consumidores.

6. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO BRASIL

6.1 IG PNC para produtos da Erva-Mate

6.1.1 Introdução

No Estado de Santa Catarina a região do PNC possui notoriedade devido à produção de erva-mate de alta qualidade. A região tendo à produção de erva-mate em destaque na agricultura brasileira, revelando-se uma atividade que engloba muitos atores, faz-se necessário a preocupação com a valorização do produto através de um selo de qualidade como instrumento de resgate e preservação da tradição histórica da erva-mate na região.

Assim a conquista da IG PNC para produtos da erva-mate apresenta-se como uma ótima oportunidade para valorizar a cadeia produtiva da região, agregando valor e melhorando a comercialização, promovendo ainda o manejo sustentável da Floresta Ombrófila Mista, assegurando a preservação dos ervais nativos e melhorando a qualidade do produto final.

A IG para a erva-mate no PNC poderá ser o melhor tipo de valorização do produto por alavancar a abertura e o fortalecimento de atividades e serviços complementares, relacionadas à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta e às atividades turísticas. Além da viabilidade econômica esta IG pode contribuir para o desenvolvimento territorial através de atividades específicas que acabam por agir sobre a economia local além de preservar e valorizar a biodiversidade presente em suas áreas nativas.

6.1.2 Material e Métodos

No período de 15 de agosto até 01 de setembro foram desenvolvidas atividades no PNC e abrangeu os municípios de Campo Alegre, Canoinhas, Irineópolis, Itaiópolis, Rio Negro e Três Barras, conforme consta na Figura 36 representando a região PNC no mapa do Estado de Santa Catarina.

A região do PNC abrange uma área de 10.466,70 Km² e é composta por 14 municípios: Bela Vista do Toldo, Campo Alegre, Canoinhas, Irineópolis, Itaiópolis, Mafra, Major Vieira, Matos Costa, Monte Castelo, Papanduva, Porto União, Rio Negrinho, São Bento do Sul e Três Barras (IBGE, 2008).

Foram realizadas, 117 entrevistas diretas, divididas em 4 questionários distintos. O total de entrevistas realizadas para cada questionário está representado na Tabela 3.

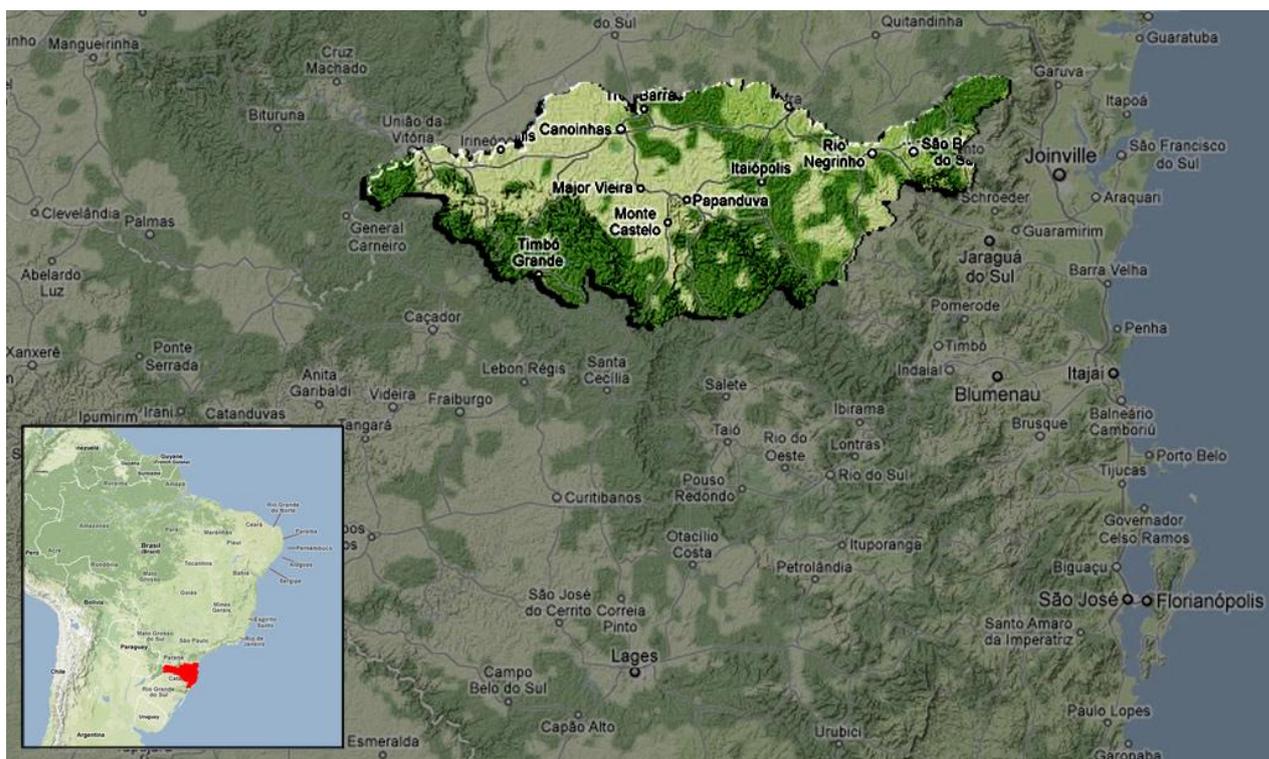


Figura 36 - Mapa do Brasil com o Estado de Santa Catarina pintado de vermelho e representação do Planalto Norte Catarinense no mapa de Santa Catarina.
Fonte: elaborado pelo autor (2011).

O questionário de número 1 (Produtor Ervateiro) foi destinado aos agricultores que trabalham com a erva-mate, seja ela nativa ou plantada/replantada. As entrevistas foram realizadas nas propriedades, nas indústrias onde a erva-mate é vendida, na associação dos produtores de Canoinhas, e até mesmo na Epagri de Canoinhas. Os agricultores ervateiros entrevistados foram dos municípios de Campo Alegre, Canoinhas, Irineópolis, Itaiópolis, Monte Castelo e Rio Negrinho.

O questionário 2 (Industriais Ervateiros) foi destinado a classe da indústria ervateira, aos proprietários ou gerentes das empresas que industrializam a erva-mate e também aos diretores de cooperativas de mate. Os industriais ervateiros entrevistados foram dos municípios de Canoinhas, Itaiópolis e Campo Alegre.

O questionário 3 (Consumidores) foi aplicado exclusivamente aos consumidores de erva-mate, porém não abrangeu consumidores de chás e outras bebidas elaboradas com erva-mate, apenas consumidores de erva-mate para chimarrão. Os consumidores foram entrevistados diretamente na prateleira onde a erva-mate é exposta, nos supermercados da região.

O questionário 4 (Autoridades e Técnicos) foi aplicado aos técnicos agrícolas e engenheiros agrônomos, assim como autoridades e políticos da região PNC.

Tabela 3 - Número de entrevistas por questionário aplicado para cada setor em 2011.

Questionário	Setores	
	Entrevistados	Total Entrevistas
1	Produtor Ervateiro	37
2	Industriais Ervateiros	7
3	Consumidor Erva-Mate	37
4	Autoridades e Técnicos	36

Fonte: elaborado pelo autor (2011).

As questões propostas em questionários semi-estruturados objetivam saber sobre o conhecimento sobre a temática das Indicações Geográficas, gerando um panorama inicial sobre o tema na região. Os questionários podem ser observados nos **Anexos 1, 2, 3 e 4**. Algumas entrevistas foram aplicadas no dia 01 de setembro de 2011 durante a realização do Primeiro Encontro da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate, conforme Figura 37.



Figura 33 - Foto do I Encontro da Indicação Geográfica Planalto Norte Catarinense para Produtos da Erva-Mate realizado em Canoinhas/SC.
Fonte: autor (2011).

Os questionários de número 3 destinados aos consumidores de erva-mate foram aplicados em 3 supermercados de Canoinhas, 1 supermercado de Itaiópolis e 1 supermercado de Campo Alegre. Na Figura 38 observa-se a grande diversidade de erva-mate em um supermercado de Canoinhas que mais comercializa o produto no município.



Figura 34 - Foto de um supermercado em Canoinhas/SC, 2011.
Fonte: acervo pessoal (2011).

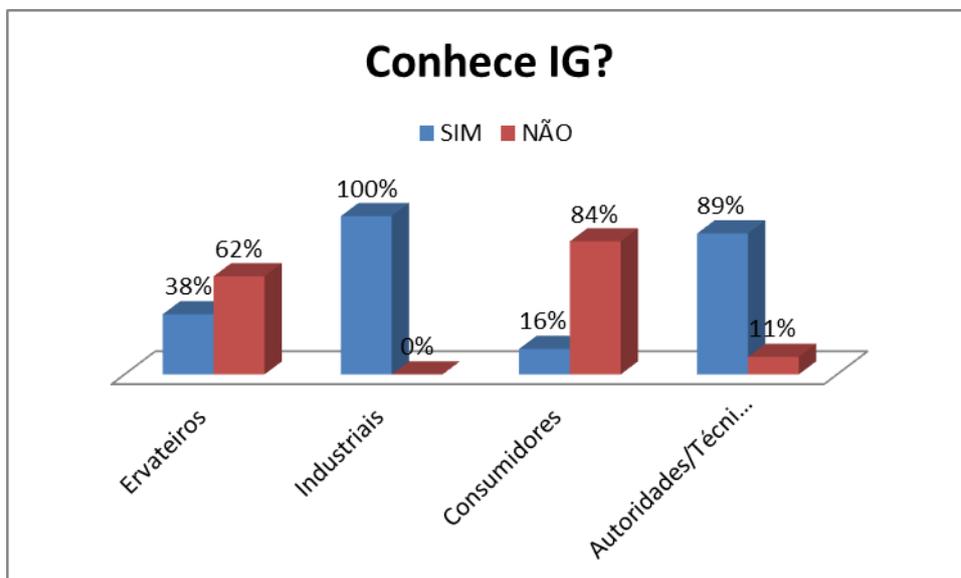
6.1.3 Resultados

Através dos quatro questionários distintos aplicados foi possível verificar a situação atual no PNC sobre a temática da IG para produtos da erva-mate. Conforme os agricultores ervateiros, industriais ervateiros, técnicos e engenheiros agrônomos e consumidores de erva-mate, desenvolveu-se um panorama através de todas as opiniões possíveis relacionadas com a produção, consumo e trabalho com a erva-mate e seus demais produtos.

Através do apoio da Epagri foram visitadas indústrias de erva-mate, associações de produtores e aplicar os questionários aos públicos destinados. Porém estatisticamente o número de questionários aplicados foi inferior ao número necessário, devido, sobretudo dificuldades de financiamento das atividades, apenas uma pessoa aplicando os questionários, dificuldades para encontrar agricultores e pouco tempo para desenvolver todas as atividades e aplicar um grande número de questionários.

No questionário 1 destinado aos produtores ervateiros, antes da realização do primeiro encontro da IG PNC, quando perguntados se conheciam IG a grande maioria responderam que não conheciam, conforme observa-se no Gráfico 1. Observa-se que 62% dos entrevistados não conheciam IG e 38% já conheciam o termo. Já industriais ervateiros 100% conhecem IG, demonstrando que possuem interesse pelo assunto e reconhecem a importância das Indicações Geográficas. No questionário 3 destinado aos consumidores de erva-mate, apenas 16% conhecem IG e 84% desconhecem. Os técnicos, engenheiros agrônomos e autoridades que responderam ao questionário 4, 89% conhecem IG e apenas 11% desconhece. Os dados de todos os questionários para a pergunta “conhece Indicação Geográfica” podem ser observados no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Pergunta respondida nos quatro questionários.

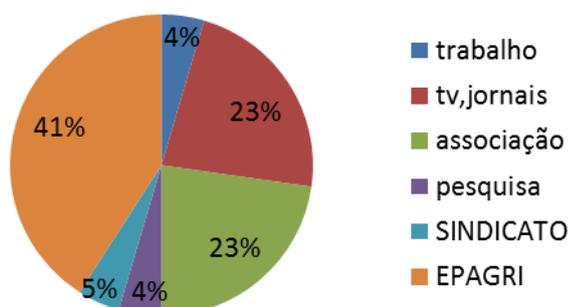


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Conforme Gráfico 2, no questionário 1 aplicado aos produtores ervateiros, entre os 38% dos entrevistados que já conheciam IG, 41% ouviram sobre o termo IG através da Epagri, 23% dos meios de comunicação (TV, jornais ou rádio) e também 23% através da associação de produtores ervateiros. Porém poucas pessoas ouviram falar sobre IG no trabalho, no Sindicato dos ervateiros ou através de uma pesquisa particular.

Gráfico 2 - Pergunta respondida no questionário 1.

Onde ouviu falar de IG?

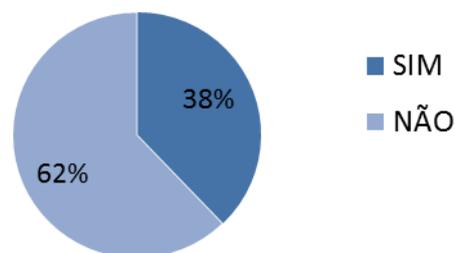


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Ainda no questionário 1 quando perguntado aos produtores ervateiros se a erva-mate representa atualmente a principal fonte de renda para ele e sua família, 62% responderam que não e 38% que sim, representando que a erva-mate ainda é uma atividade agrícola importante para os ervateiros, porém muitos já substituíram por outras culturas mais rentáveis ou mais seguras economicamente, conforme consta no Gráfico 3.

Gráfico 3 - Pergunta respondida no questionário 1.

Erva-mate é sua principal fonte de renda?

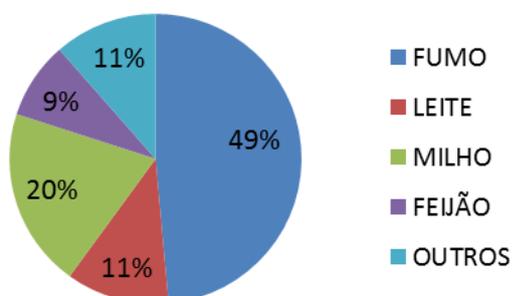


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Entre os agricultores ervateiros que responderam que a erva-mate não é a principal fonte de renda para ele e sua família, 49% responderam que o fumo representa a principal fonte econômica. E ainda, 20% consideraram o milho, 11% consideraram o leite e também 11% outras culturas, e o feijão 9%. Através dos 38% de agricultores que possuem erva-mate na sua propriedade e comercializam, pode-se observar que um grande número, 49% dos agricultores, possui a cultura do fumo como principal fonte de renda na propriedade, conforme consta no Gráfico 4.

Gráfico 4 – Pergunta respondida no questionário 1.

Qual é a fonte de renda?

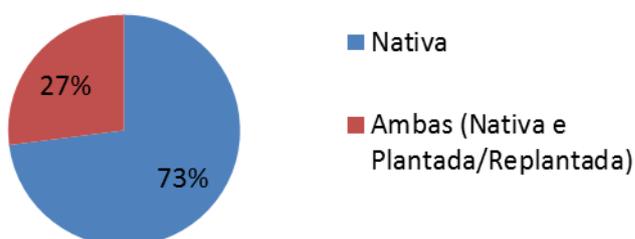


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Entre todos os agricultores ervateiros, a grande maioria possui ervais nativos contando com 73% dos entrevistados e 27% possui ervais plantados ou replantados, conforme consta no Gráfico 5. O resultado representa um importante dado para a região do PNC, pois a erva-mate nativa ainda é mantida e preservada por muitos agricultores, salientando a importância do manejo sustentável dos ervais e a valorização dessa cultura na região.

Gráfico 5 - Pergunta respondida no questionário 1.

Extração de erva-mate

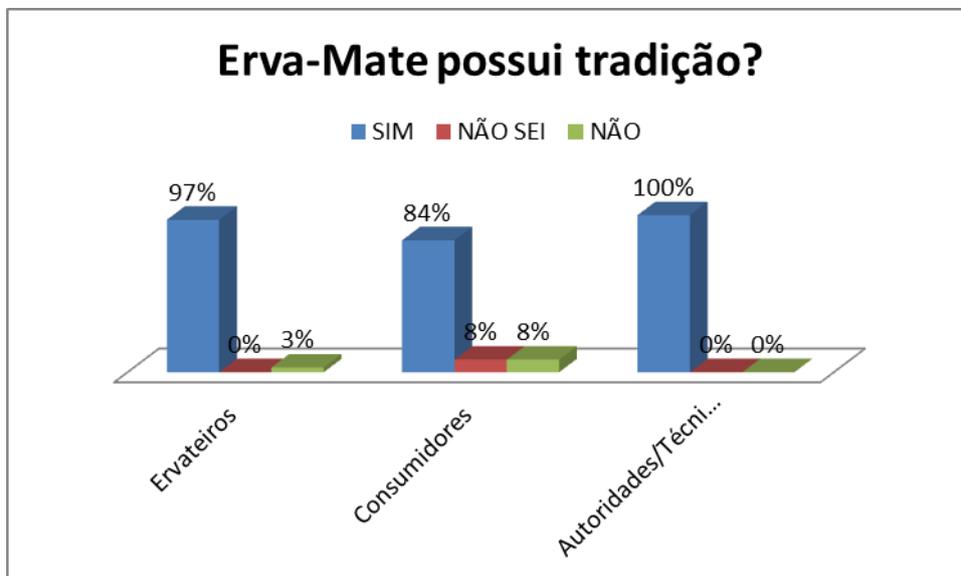


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Nos questionários 1, 3 e 4, aplicados respectivamente aos produtores ervateiros, consumidores e autoridades, perguntou-se se os entrevistados

reconhecem ou não que a erva-mate é um produto tradicional na região PNC, conforme consta no Gráfico 6.

Gráfico 6 - Pergunta respondida nos questionários 2, 3 e 4.

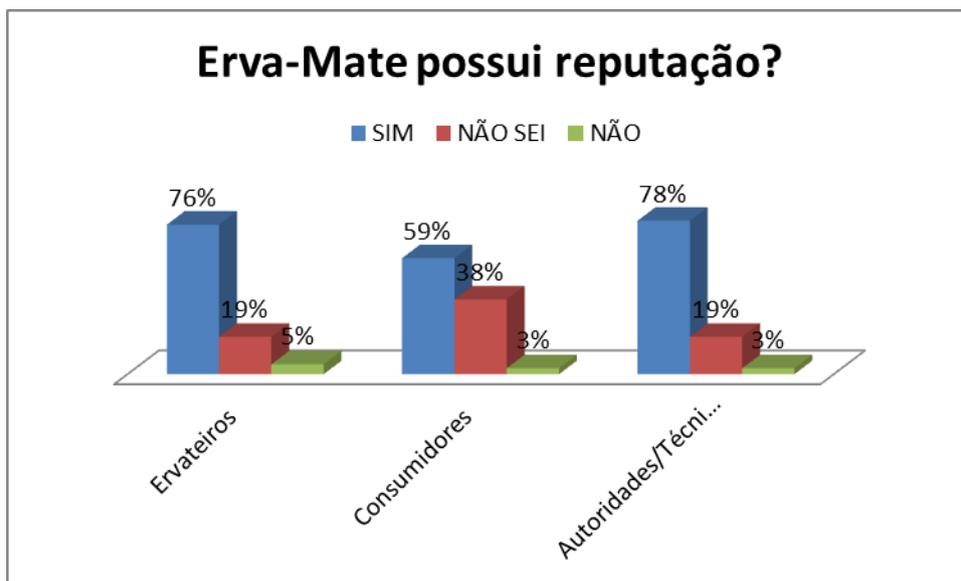


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Quando perguntados se acreditam que a erva-mate do PNC possui reputação no Estado e no Brasil, 76% dos produtores ervateiros responderam que sim, 19% que não sabiam e 5% responderam que não, conforme Gráfico 7. Entre os consumidores, 59% reconhecem a reputação da erva-mate do PNC, 38% não sabiam, e apenas 3% responderam que não. Os técnicos e autoridades 78% reconhecem, 19% não sabiam e 3% não reconhecem, conforme observa-se no Gráfico 7.

O ponto mais observado nas respostas dos entrevistados é que a grande maioria acredita que a erva-mate do PNC possui reputação devido à qualidade dos produtos ser reconhecida em SC e nos outros Estados brasileiros. Porém os entrevistados que responderam que não sabiam sobre a reputação, observou-se uma falta de conhecimento para afirmar algo que desconhecem, pois não sabem exatamente em quais mercados consumidores a erva-mate da região é comercializada.

Gráfico 7 - Pergunta respondida nos questionários 1, 3 e 4.

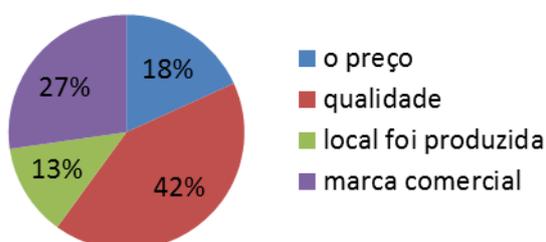


Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Entre os consumidores entrevistados no questionário 3, o que é mais importante na hora de comprar a erva-mate para eles, 42% responderam que a qualidade do produto, 27% a marca comercial, 18% o preço pago e 13% o local onde a erva-mate foi produzida, conforme Gráfico 8. Observou-se a grande relação entre a qualidade do produto e a marca comercial na escolha para comprar o produto.

Gráfico 8 - Pergunta respondida no questionário 3.

O que é mais importante na hora comprar Erva-Mate?



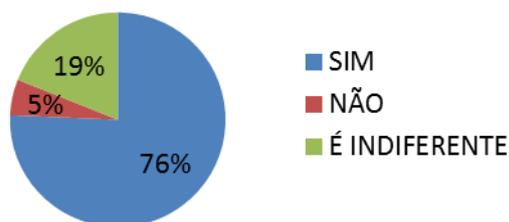
Fonte: elaborado pelo autor (2011).

Para os consumidores, após uma leve explicação do significado das Indicações Geográficas, perguntou-se a IG seria um fator importante para

comprar a erva-mate ou seria algo indiferente, sem nenhuma importância. Para 76% dos entrevistados o selo da IG no produto seria importante, já 19% acreditam que é indiferente ter o produto com IG e 5% responderam que não é importante o registro, conforme observa-se no Gráfico 9.

Gráfico 9 - Pergunta respondida no questionário 3.

Na hora de comprar erva-mate seria importante o selo de IG?

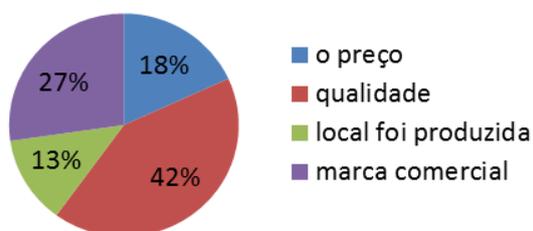


Fonte: elaborado pelo autor, 2011.

Para os entrevistados no questionário 3 perguntou-se o que é mais importante na erva-mate segundo suas experiências e suas opiniões se tratando de PNC. Sendo assim, 42% responderam que a qualidade do produto final é mais importante, 13% responderam que o local onde foi produzida, 27% a marca comercial e 18% o preço de comercialização, conforme consta no Gráfico 10.

Gráfico 9 - Pergunta respondida no questionário 3.

O que é mais importante na hora comprar Erva-Mate?



Fonte: elaborado pelo autor (2011).

6.2 Conclusões

Realizando a pesquisa de campo na Região onde estão ocorrendo os trabalhos para o reconhecimento da IG PNC para produtos da erva-mate foi possível desenvolver um panorama atual do assunto, medindo o nível de conhecimento nesse momento inicial de atividades para o registro da IG e principalmente o conhecimento sobre o assunto dos quatro públicos entrevistados.

Conforme foi observado nos resultados das entrevistas, a grande maioria da população desconhece o significado, as vantagens e até mesmo a importância de uma Indicação Geográfica para o Planalto Norte Catarinense. Diante uma falta de conhecimento por parte da sociedade é relevante o desenvolvimento de atividades na região que possam esclarecer o assunto perante a população e assim assegurar melhores resultados nos trabalhos desempenhados pela Epagri e pelo SINDIMATE, resultando numa melhor mobilização por parte da sociedade para o reconhecimento e fortalecimento da IG PNC.

Questões culturais sobre a erva-mate e a necessidade de trabalhar os aspectos sobre a IG do produtor ao consumidor é extremamente importante. O conhecimento sobre o assunto deve almejar, com o apoio de escolas, prefeituras, universidades, todas as cidades pertencentes ao registro da IG para produtos da erva-mate do PNC e assegurar um bom conhecimento sobre o tema melhorando assim o estímulo e a confiança da população da região perante um novo registro para a erva-mate.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A IG PNC para produtos da erva-mate será resultado da organização da cadeia produtiva, melhoria nas práticas de manejo, sustentabilidade dos ervais nativos, conseqüentemente agregação de valor aos produtos e

tradicionalmente será mantido o valor histórico-cultural da erva-mate para a região.

Segundo Da Croce (2000) é importante considerar a implementação de medidas político-organizacionais, com base em princípios de desenvolvimento integrado e parcerias, para fundamentar a produção de erva-mate com uma política adequada aos padrões de qualidade e identificação no âmbito nacional e internacional, através do reconhecimento dos produtos da região.

É extremamente importante a representatividade da erva-mate catarinense em outros países e abertura de novos mercados, assim como para os chás e outras bebidas elaborados com o produto. A erva-mate representa alta competitividade no mercado devido sua alta qualidade e, conseqüentemente, o reconhecimento da IG, o que torna o único produto de erva-mate registrado. A Itália é um país que pode receber a erva-mate para o consumo na forma de chá ou bebidas prontas, é um país com boa aceitabilidade dos produtos brasileiros e um ótimo país para a abertura da UR aos produtos catarinenses e brasileiros.

O diagnóstico inicial da apresentação e mobilização no PNC para a população sobre o tema das IGs demonstra que o conhecimento sobre o assunto é baixo e a população pouco entende a importância. Segundo Zampier (2001) atualmente ocorre uma revalorização dos produtos naturais, com um aumento da demanda por produtos orgânicos. No caso da erva-mate, o ganho de valor agregado ocorre quando a matéria-prima é proveniente de ervas nativas, ou manejadas através de adensamento, obedecendo aos princípios de sustentabilidade natural do sistema.

Segundo DA CRUZ *et. al.* (2009) os países da Europa são exemplos de agregação de valor aos produtos, geração de renda para os agricultores e aumento da competitividade de uma determinada região. Pode-se afirmar que desde o século XIV, existe a regulamentação técnica e legal das IGs na União Europeia.

Na Itália o reconhecimento e a valorização dos produtos agroalimentares de qualidade, sejam eles orgânicos, IGs ou produtos da agricultura solidária, é fortemente observado entre os consumidores. Culturalmente a população valoriza e compra produtos diferenciados, e até mesmo busca comprar diretamente dos locais onde são produzidos alguns produtos, como é o caso da Castanha IGP Marrone di Combai.

No Brasil atualmente as IGs ganham mais importância, pois é uma importante ferramenta de competitividade, e pode vir a ser uma alternativa de exploração do potencial de uma determinada região e uma forma de revalorização da tradição. A IG representa um fortalecimento da agricultura, que muitas vezes é familiar, de uma atividade econômica viável e sustentável, sem contar na abertura de mercados para os produtos, viabilidade de vantagens competitivas através da valorização ou revalorização do “produto da região” ou “produto colonial tradicional”.

No estudo de caso da IG PNC para produtos da erva-mate é importante destacar a importância da relação IG e uma marca comercial, por este motivo, é essencial a organização da cadeia produtiva, a colaboração e participação dos atores sociais da região, entre eles, produtores ervateiros, sindicatos, associações, cooperativas de produtores, ervateiros, representantes dos governos e a comunidade da região onde a cadeia produtiva possui sua atuação.

Através da troca de conhecimentos entre o Brasil e a Itália pode-se gerar bons trabalhos com potenciais IGs brasileiras, como a erva-mate do PNC, e o reconhecimento da necessidade de valorização dos produtos agroalimentares de qualidade. A Itália, através da experiência de organização, promoção e comercialização de produtos certificados com IG, pode colaborar muito e agregar conhecimentos para as IGs brasileiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCN. **Associação dos Carcinicultores da Costa Negra**. 2011. Disponível em: < <http://www.accn.org.br/costa-negra/economia-local/>>. Acesso em: nov. 2011.

AICSul. **Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul. “Projeto de Divulgação da Indicação de Procedência do Couro Acabado do VALE DO SINOS”**. 2009. VERSÃO: PRÉ-PROJETO. NOVO HAMBURGO, Rio Grande do Sul.

ALVES, H. M. R. **Indicações Geográficas de Produtos Agroalimentares, Realidade e Potencialidade para os cafés do Brasil**. Embrapa Café, 2011. Disponível em: < http://issuu.com/agda/docs/seminario_spcb_2011_araxa> Acesso em: out. 2011.

ANDRADE, F. M. D. **Avaliação de biomassa, clorofila, cafeína e tanino em *Ilex paraguariensis* Saint-Hilaire, crescendo sob sombreamento e pleno sol**. [Dissertação] Mestrado Pós Graduação em Engenharia Florestal. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2004.

APACAP, 2011. **Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty**. Disponível em: <http://www.apacap.com.br/estatuto.html>. Acesso em: nov.2011.

APROARROZ, 2010. **Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho**. Disponível em: < <http://www.aproarroz.com.br/>> Acesso: nov. 2011.

APROCAM. **Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira**. 2011. Disponível em: < <http://www.coffeebreak.com.br/noticia/46300/Produtores-de-cafe-da-Serra-da-Mantiqueira--obtem-Indicacao-de-Procedencia-IP-do-Inpi.html>> Acesso em: nov. 2011.

APROPAMPA. **Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional**, 2011. Disponível em: <<http://www.carnedopampagaucho.com.br/>>. Acesso: nov. 2011.

APROVALE. Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos, 2011. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo.php?view&idpail>> Acesso em: nov.2011.

ASPROVINHO. **Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira**. Disponível em: < <http://www.asprovinho.com.br/>> Acesso em: nov.2011.

ASTRUC, T. **A cadeia produtiva do erva-mate no Planalto Norte Catarinense, Brasil: um setor a redinamizar**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

BELLETTI, G. **Le prospettive offerte da DOP e IGP per la valorizzazione degli oli extravergini di oliva**. 2001. In: Belletti, G., Cuniglio, R., Corti, G., Fornaciari, M., Romano, B., *Olivo e olio: suolo, polline, DOP, ARSIA*, Firenze.

_____, G. **Le Denominazioni Geografiche Nel Supporto All'agricoltura Multifunzionale**. Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Firenze. *Politica Agricola Internazionale*, n. 4, 2003.

_____, G.; MARESCOTTI, A. **Costi e Benefici delle Denominazioni Geografiche (DOP E IGP)**. Associazione Alessandro Bartola. *Agriregionieuropa*. Anno 3, numero 8. Marzo, 2007.

BORDA, A. L. D. S. **Litoral Norte Gaúcho - A Primeira Denominação De Origem Brasileira**. Informativo Dannemann Siemsen. Disponível em: < http://www.dannemann.com.br/site.cfm?app=show&dsp=dsnews_201012_3&pos=5.98&lng=pt>. Acesso: nov. 2011.

BRUCH, K. L.. **Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas**. Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania. 1 ed. MAPA. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

_____, K. L.; VITROLLES, D.; LOCATELLI, L. **Estudo de Caso IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco**. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Brasília: MAPA; Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2009.

CACCER. **Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado**, 2011. Disponível em: <<http://www.cafedocerrado.org/>> Acesso: nov. 2011.

CANCIAN. R. L. **Variabilidade Genética e de Compostos Voláteis e Semi-voláteis em Populações Nativas de *Ilex paraguariensis* (St Hil.) do Brasil, Visando a Conservação da Espécie**. Dissertação de Mestrado, Pós-Graduação em Ecologia e Recursos Naturais. Universidade Federal de São Carlos. São Carlos, SP, Brasil, 2003.

CERDAN, C.; VITROLLES, D.; BRUCH, L. K. **Estudo de Caso IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, IP Região do Cerrado Mineiro e IP Vale Do Sinos**. In : Pimentel Otavio Luiz (ed.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: Módulo II. Indicação geográfica. 2009. Brasília: MAPA, p. 332-387.

CODEVASF. 2011. Disponível em: <<http://www.codevasf.gov.br/>>. Acesso em: nov.2011.

COMISSÃO EUROPEIA DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL, 2010. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm>. Acesso em: ago. 2011.

DA CROCE, D. M. **Cadeias Produtivas do Estado de Santa Catarina: Erva-Mate**. Florianópolis: Epagri, 2000. 41 p. (EPAGRI. Boletim Técnico, 112).

DA CRUZ, M. C.; SLUSZZ, T.; BIVANILDA, D. A. T.; PEZZINI, T. G. **Análise de Pedidos de Indicações Geográficas para Definição de Critérios que Possam Contribuir para a Competitividade do Agronegócio Brasileiro**. Embrapa e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2009.

FLORES, C. A., et al. **Vinhos de Pinto Bandeira: Características de Identificação Regional para uma Indicação Geográfica**. Circular Técnica n.º 55, EMBRAPA UVA e VINHO, Bento Gonçalves, Dezembro de 2005.

FLORES, M. **Couro do Vale dos Sinos tem registro de qualidade**. 2011. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/noticia>>. Acesso em: nov. 2011.

Google Imagens, 2011. Disponível em: <<http://amosanimais.blogspot.com/2011/01/agricultura-biologica.html>>. Acesso em: nov. 2011.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**, 2008. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em: nov. 2011.

INPI, 2011. Site Oficial. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menuesquerdo/indicacao/igs-registradas-no-brasil/indicacoes-geograficasconcedidas>> Acesso: ago.2011.

IPHAN, 2011. **Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Disponível em:<<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=10852&retorno=paginalpha>> Acesso em: nov.2011.

JUNIOR, L. C. T. **A Descrição da Caracterização Geográfica da Região da Indicação de Procedência de Pinto Bandeira, Bento Gonçalves – Rs**. Instituto Federal De Educação, Ciência E Tecnologia Do Rio Grande Do Sul. Trabalho de Conclusão de Curso. Bento Gonçalves 2009.

LAGARES, L.; LAGES, V.; BRAGA, C. L. **Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações Geográficas e Certificações para Competitividade nos Negócios**. Brasília: Sebrae, 2006.

_____, L. **Indicações Geográficas: A Competitividade Baseada na Diferenciação Qualitativa de Produtos e Serviços**. Brasília: Sebrae, 2006.

LAGES, 2006. **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios** / organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Christiano Lima Braga. – Brasília: Sebrae, 2006.

MACCARI, A.J.; SANTOS, A.P.R. **Produtos alternativos e desenvolvimento da tecnologia industrial na cadeia produtiva da erva-mate**. MCT/CNPq/ PADCT, Curitiba, PR, 2000.

MAFRA, Luiz Antonio Staub. **Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro**. Tese de Doutorado do Curso de Pós-graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural Do Rio De Janeiro - Instituto De Ciências Humanas E Sociais. Rio de Janeiro/RJ, junho de 2008.

MALAGOLI, F. **Denominazioni di Origine, Indicazioni Geografiche ed Etichettatura: Le Novità**. Università degli Studi di Teramo, UNITE, 2009.

MALEVOLTI, I. **Prodotti Tipici Locali Tradizionali e Turismo Rurale**. Istituto Regionale Programmazione Economica Toscana. Firenze, 2003.

MAPA. **O Papel do MAPA nas Indicações Geográficas de produtos agropecuários**. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/development-sustainable/indicacao-geografica>> Acesso em: ago. 2011.

MATTOS, A. G. **Caracterização das práticas de manejo e das populações de erva-mate (*Ilex paraguariensis* A. Sant. Hil) nativa em exploração no planalto norte catarinense** [dissertação] / Andréa Gabriela Mattos; orientador, Maurício Sedrez dos Reis - Florianópolis, SC, 2011.

MAYOL, R. M. **La Experiência Argentina en Sistemas de Poda de Yerba Mate**. In: CONGRESSO SUL-AMERICANO DE ERVA MATE, 1.; REUNIÃO TÉCNICA DO CONE SUL SOBRE A CULTURA DA ERVA MATE, 2., 1997, Curitiba. Anais... Colombo: EMBRAPA/CNPFlorestas, 1997.

NIEDERLE, P. A. **A incorporação do conceito de Indicação Geográfica na vitivinicultura brasileira**. In: Congresso de Estudos Rurais, IV. Aveiro: SPER, 2011. pp. 1317-1324.

_____, P. A. **Compromissos para a Qualidade: Projetos de Indicação Geográfica para Vinhos no Brasil e na França**. 2010. 263 fl. Tese de Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

PALLET. **Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações Geográficas e Certificações para Competitividade nos Negócios**. Sebrae, 2006.

PILLAR, V. D. P.; MÜLLER, S. C.; CASTILHOS, Z. M. D. S.; JACQUES, A. V. Á. **Campos Sulinos – Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade**. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Biodiversidade e Florestas. Departamento de Conservação da Biodiversidade. Brasília/DF, 2009.

QUADROS K. M. D. **Propagação Vegetativa de Erva-Mate (*Ilex paraguariensis* Saint Hilaire – Aquifoliaceae)**. Dissertação de Mestrado, Pós-Graduação em Engenharia Florestal. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, RS, Brasil, 2009.

SALAZAR, A. L.; GROU, K. B. **Apontamentos sobre a Legislação Brasileira de Biossegurança**. Seminário sobre Proteção da Agrobiodiversidade e Direito dos Agricultores. Brasília: MDA, 2010. 156 p.

SCHIMIDT, C. M.; SAES, M. S. M. **Selo de Certificação de Qualidade: O Caso da Indicação de Procêndencia Pioneira no Brasil**. SIMPOI, Anais, 2010.

SILVA, A. L. D.; CERDAN, C.; VELLOSO, C. Q.; VITROLLES, D. **Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza**. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Brasília : MAPA; Florianópolis : SEaD/UFSC/FAPEU, 2009.

SLOW FOOD. **Associazione Slow Food**. 2011. Disponível em: <http://www.slowfood.it/associazione_ita/welcome.lasso>. Acesso em: nov. 2011.

SOUZA, A. M. **Dos ervais ao mate: possibilidades de revalorização dos tradicionais processos de produção e de transformação de erva-mate no planalto norte catarinense**. Florianópolis, 1998, 124f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas)- UFSC.

TONIETTO, J. **Indicação Geográfica Vale Dos Vinhedos: Sinal de Qualidade Inovador na Produção De Vinhos Brasileiros**. In: V Simpósio Latino-Americano Sobre Investigação e Extensão em Pesquisa Agropecuária /

V Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção, 2002, Florianópolis, Anais. p.1-16.

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)**. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias. Florianópolis, 2008. 166 f.

_____, C. Q.; BRUCH, K. L.; CADORI, A. A.; LOCATELLI, L. **Proteção de uma IG no Brasil**. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Brasília: MAPA; Florianópolis : SEaD/UFSC/FAPEU, 2009.

ZAMPIER, A. C. **Avaliação dos Níveis de Nutrientes, Cafeína e Taninos Após Adubação Mineral e Orgânica, e Sua Relação com a Produtividade na Erva-Mate (*Ilex paraguariensis* St Hil.)**. Dissertação de Mestrado, Pós-graduação em Engenharia Florestal. Universidade Federal do Paraná. Curitiba/PR. Agosto – 2001.

ANEXO 1. Questionário 1 – Produtores Ervateiros

QUESTIONÁRIO – 1

() Produtor Ervateiro () Outro: _____

Profissão: _____

Empresa: _____

Município: _____

1. Você conhece o termo Indicação Geográfica – IG?

() SIM () NÃO () Outro: _____

2. Se SIM, onde ouviu falar sobre a IG?

() No trabalho () Nos meios de comunicação (jornais, TV, rádio, etc)

() Na associação de produtores () Através de pesquisa pessoal () Epagri

() Outro: _____

3. A Erva-Mate é fonte da sua principal renda?

() SIM () NÃO () Outro: _____

Se NÃO, qual é a sua principal fonte de renda?

() Fumo () Bovino de Leite () Milho () Feijão

() Outros: _____

4. A extração de erva-mate é de:

() Vegetação Nativa () Erva-Mate plantada () Ambas

() Outra: _____

5. Qual a maior dificuldade de trabalhar com a Erva-Mate?

() Baixo preço de venda () Mão-de-obra () Comercialização

() Outro: _____

6. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui tradição, é um produto típico da região?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () Outro: _____

7. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui reputação?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () Outro: _____

8. Escreva sua opinião sobre o assunto:

ANEXO 2. Questionário 2 – Industriais Ervateiros

QUESTIONÁRIO – 2

() Industriais () Outros: _____

Empresa: _____

Município: _____

1. Você conhece o termo Indicação Geográfica – IG?

() SIM () NÃO () Outro: _____

2. Se SIM, onde ouviu falar sobre a IG?

() No trabalho () Nos meios de comunicação (jornais, TV, rádio, etc)

() Na associação de produtores () Através de pesquisa pessoal () Epagri

() Outro: _____

3. A Erva-Mate é fonte da sua principal renda?

() SIM () NÃO () Outro: _____

Se NÃO, qual é a sua principal fonte de renda?

() Fumo () Bovino de Leite () Milho () Feijão

() Outros: _____

4. Atualmente o Planalto Norte Catarinense possui grande diferencial para a Erva-Mate?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () Outro: _____

5. Escreva sua opinião sobre o assunto:

ANEXO 3. Questionário 3 – Consumidor de Erva-Mate

QUESTIONÁRIO – 3

() Consumidor de Erva-Mate () Outros: _____

Profissão: _____

Município: _____

1. Você conhece o termo Indicação Geográfica – IG?

() SIM () NÃO () OUTRO: _____

2. Se SIM, onde ouviu falar sobre a IG?

() No trabalho () Nos meios de comunicação (jornais, TV, rádio, etc)

() Na associação de produtores () Através de pesquisa pessoal () Epagri

() Outro: _____

3. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui tradição, é um produto típico da região?

() SIM () NÃO () NÃO SEI

() Outro: _____

4. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui reputação?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () OUTRO: _____

5. O que é mais importante na hora de comprar a Erva-Mate?

() O preço () A qualidade () O local onde foi produzida () A marca comercial

() Outro: _____

6. A Indicação Geográfica garante maior segurança sobre a qualidade do produto, você na hora de comprar vai procurar marcas ou embalagens que possuem o registro da Indicação Geográfica?

() SIM () NÃO () É indiferente, não acho importante.

7. Escreva sua opinião sobre o assunto:

ANEXO 4. Questionário 4 – Autoridades e Técnicos

QUESTIONÁRIO – 4

() Autoridades e Técnicos () Outros: _____

Profissão: _____

Município: _____

1. Você conhece o termo Indicação Geográfica – IG?

() SIM () NÃO () OUTRO: _____

2. Se SIM, onde ouviu falar sobre a IG?

() No trabalho () Nos meios de comunicação (jornais, TV, rádio, etc)

() Na associação de produtores () Através de pesquisa pessoal () Epagri

() Outro: _____

3. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui tradição, é um produto típico da região?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () OUTRO: _____

4. Acredita que a Erva-Mate produzida na Região do Planalto Norte Catarinense possui reputação?

() SIM () NÃO () NÃO SEI () OUTRO: _____

5. O que é mais importante para a Erva-Mate?

() O preço comercializado () A qualidade () O local onde foi produzida

() A marca comercial () Outro: _____

6. Escreva sua opinião sobre o assunto:

ANEXO 5. Folder da 67ª Festa da Castanha IGP Marrone di Combai