



RELISE

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA “AGRESTE DE PERNAMBUCO”:
REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E POSICIONAMENTOS GRUPAIS¹**

*“AGRESTE DE PERNAMBUCO” GEOGRAPHICAL INDICATION: SOCIAL
REPRESENTATIONS AND GROUP POSITIONING*

Victor Hugo da Silva Santos²

Maria de Fátima de Souza Santos³

Renata Lira dos Santos Aléssio⁴

RESUMO

O Agreste de Pernambuco possui reconhecimento pela sua produção de leite e queijos, com destaque para o queijo de coalho. Atualmente, alguns produtores da região têm buscado adquirir a Indicação geográfica, com o auxílio de algumas instituições locais. A obtenção desta certificação está ligada a práticas relacionadas à cadeia de produção de laticínios. Por sua vez, as práticas sociais estão diretamente imbricadas com as representações sociais compartilhadas pelas pessoas de um grupo. A partir do modelo de Hélice Tríplice, este artigo buscou compreender como as diferenças intergrupais do processo de obtenção da certificação organizam as representações sociais sobre o processo de obtenção da certificação. Por meio de análise lexicométrica das entrevistas realizadas com interlocutores privilegiados, foram observadas diferenças de ancoragem entre produtores e representantes das instituições produtoras de conhecimento: o primeiro grupo interpretou a certificação como uma oportunidade de alcançar novos mercados; enquanto o segundo, como uma melhoria da qualidade da cadeia produtiva. Ademais, foi possível perceber a existência de representações sociais emancipadas, uma vez que os interesses dos grupos não são conflitantes, mas seus integrantes possuem ancoramentos diferentes.

Palavras-chave: queijo de coalho, certificação, diferenças intergrupais, ancoragem.

¹ Recebido em 05/09/2023. Aprovado em 05/10/2023. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.12737379

² Universidade Federal de Pernambuco. victorhugo514@hotmail.com

³ Universidade Federal de Pernambuco. maria.fssantos@ufpe.br

⁴ Universidade Federal de Pernambuco. renatalir@gmail.com



RELISE

96

ABSTRACT

The Agreste of Pernambuco is recognized for its milk and cheese production, with emphasis on the curd cheese. Currently, some producers in the region have sought to acquire the geographical Indication, with the help of some local institutions. Obtaining this certification is linked to practices related to the dairy production chain. In turn, social practices are directly intertwined with social representations shared by people in a group. Based on the Triple Helix model, this article sought to understand how intergroup differences in the process of obtaining certification organize social representations about the process of obtaining certification. Through lexicometric analysis of the interviews carried out with privileged interlocutors, differences in anchoring between producers and representatives of knowledge-producing institutions were observed: the first group interpreted certification as an opportunity to reach new markets; while the second, as an improvement in the quality of the production chain. Furthermore, it was possible to perceive the existence of emancipated social representations, since the interests of the groups are not conflicting, but their members have different anchorages.

Keywords: curd cheese, certification, intergroup differences, anchoring.

INTRODUÇÃO

A produção de queijos artesanais brasileira está diretamente relacionada com a preservação da identidade social por meio do alimento e com a sua contribuição na reprodução social do agricultor familiar. No entanto, também está atrelada à informalidade e aos seus entraves relativos à problemática higiênico sanitária da legalização do processo de produção (MENEZES, 2011).

A produção de leite no Brasil é majoritariamente exercida por pequenas e médias propriedades com características de agricultura familiar, sendo esta atividade a principal fonte de renda. Em Pernambuco, o queijo é um dos produtos alimentícios mais tradicionais, produzido há mais de 150 anos a partir do leite de vaca cru, cuja tecnologia de fabricação, originalmente, caracteriza-se como bastante artesanal no processo de elaboração do queijo de coalho. Atualmente, este laticínio pode ser produzido a partir do leite cru e/ou pasteurizado (FERREIRA; FILHO, 2008).



RELISE

O queijo de coalho tornou-se um produto bastante popular, incorporado à cultura da região, cuja produção representa uma das atividades significativas para a economia regional (Almeida, Júnior & Guerra, 2010). Segundo o IBGE (2023), Pernambuco produziu mais de 75 mil litros de leite no segundo trimestre de 2023, representando 14,36% da produção leiteira do Nordeste, sendo o quarto maior produtor regional. No Agreste pernambucano, a maioria das propriedades leiteiras são de pequeno porte e administradas por um vaqueiro ou pelo próprio dono (PAQUEREAU; MACHADO; CARVALHO, 2016).

A maior parte do leite e o queijo do estado é produzido na região denominada Bacia Leiteira de Pernambuco, formada por 44 municípios do Agreste pernambucano. Destacam-se em volume de produção os municípios de Pedra, Venturosa, São Bento do Una, Bom Conselho, Águas Belas e Itaíba, mesmo com as dificuldades impostas pelo clima semiárido e a escassez de recursos hídricos para manter a criação de gado (AMADOR, 2009; PAQUEREAU *et al.*, 2016).

Desde 2003, o Agreste de Pernambuco tem vivenciado debates para a realização do pedido da certificação Indicação Geográfica (IG) para o queijo de coalho. O reconhecimento de um produto tradicional com esta certificação provoca a necessidade de desenvolvimento de ferramentas para obtenção de um produto singular, além de redefinir práticas produtivas e estabelecer o funcionamento de estruturas organizacionais (NIEDERLE; VITROLLES, 2010). Desta forma, as instituições de apoio e pesquisa da região têm buscado, com a ajuda da esfera governamental, fortalecer atividades de aperfeiçoamento na produção de laticínios, bem como a promoção da sustentabilidade da bacia leiteira pernambucana com o objetivo de desconstruir as imagens depreciativas associadas ao queijo de coalho artesanal (ALMEIDA; JÚNIOR; GUERRA, 2013).

Em convergência às demandas da esfera pública e do mercado consumidor, a certificação de IG surge como uma alternativa para promover a



RELISE

preservação do queijo de coalho, um produto obtido pelos saberes repassados pelas gerações, garantindo a melhoria da qualidade do produto, credibilidade para os consumidores e penetração em novos mercados. Todavia, existem desafios a serem ultrapassados para conseguir adquirir a certificação, tanto por questões práticas como por questões técnicas.

As IGs representam uma forma de inovação e de diferenciação de produtos, constituindo uma das formas de proteção a bens imateriais ou intangíveis, englobado pela legislação de Propriedade Intelectual. As IGs têm como escopo, principalmente, delimitar a origem de um produto ou serviço, por meio da diferenciação da qualidade e da padronização dos processos produtivos, ou através da fama de um território pela extração e produção de um determinado produto ou prestação de um serviço (BRUCH, 2008).

As IGs, portanto, são uma ferramenta de promoção mercadológica de um produto ou serviço, cujo objetivo é destacar lugares, pessoas e produções artesanais, por meio da apelação de sua herança histórico-cultural, fortemente vinculada ao seu local de produção e, por consequência, intransferível (KAKUTA; SOUZA; SCHWANKE, 2006). Parquereau, Machado e Carvalho (2016) ainda definem as IGs como sendo um nome geográfico que distingue um produto de seus semelhantes ou afins, visto que apresenta características particulares ligadas à sua origem geográfica e a fatores naturais e humanos, configurando-se, conseqüentemente, como um patrimônio coletivo.

Trata-se, portanto, de um artifício de valorização de tradições, costumes, saberes, práticas e outros bens imateriais associados à identidade local. Utilizada pelos produtores como uma forma de agregar valor ao produto e ingressar em novos mercados, além de conhecidas como garantia de qualidade pelos consumidores, as IGs são consideradas como potenciais instrumentos de desenvolvimento territorial, visto que possibilitam exploração de ativos



RELISE

intangíveis, constituindo uma vantagem competitiva em mercados onde existe acirrada competição (NIEDERLE, 2009).

Como nos vinhos, o terroir é uma expressão que também pode ser encontrada em queijos. É constituído pela interação entre meio ambiente e o saber-fazer local da população, tendo a característica “de não abranger somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também, de forma simultânea, os fatores humanos da produção – incluindo a escolha das variedades, aspectos agrônômicos e aspectos de elaboração dos produtos” (TONIETTO, 2007, p. 1). Desta forma, os aspectos naturais, como tipo de alimentação do gado, a altitude e o clima, em conjunto com os fatores humanos, permitem que haja em uma variedade de queijos com características únicas pelo mundo.

O processo de obtenção da IG não se restringe às mudanças das características tangíveis dos bens e serviços. A implantação de um sistema de certificação atua na dimensão material do produto, refletindo na sua dimensão simbólica, visto que essas duas dimensões não podem ser dissociadas (HALL, 2009).

Assim sendo, as certificações exigem uma mudança de mentalidade por meio da organização eficiente de todos os atores envolvidos, ou seja, produtores, instituições produtoras de conhecimento (IPC) e órgãos públicos. O desafio da modificação de paradigma permeia a concepção de que as certificações são apenas ferramentas de ingresso ao mercado, ao invés de refletir um aspecto do desenvolvimento rural, contribuindo para a valorização o território local e a agricultura familiar (LAGES; LAGARES; BRAGA, 2006).

A partir da compreensão de que os atores envolvidos no processo de obtenção da certificação possuem uma relação de pertencimento de grupo, este artigo tem como objetivo compreender como as diferenças intergrupais do



RELISE

processo de obtenção da certificação organizam as representações sociais sobre a Indicação Geográfica do queijo de coalho no Agreste de Pernambuco.

Desta forma, salienta-se a importância da utilização da Teoria das Representações Sociais (TRS) neste trabalho, visto que existem poucos trabalhos na área de IG que utilizam esta teoria. Dentre estes, destaca-se o trabalho de Silva, Anjos, Caldas e Pollnow (2012), que apontam, de forma teórica, que a viabilidade das IG depende das RS construídas a partir das informações compartilhadas pelos atores locais.

Justifica-se este estudo pela emergência do fenômeno das IGs no Brasil nos últimos 20 anos, sobretudo por sua importância econômica e de desenvolvimento local. Destaca-se também até o ano de 2021, o estado de Pernambuco só possuía 2 das 68 Indicações Geográficas brasileiras, dentre elas uma na área de vitivinicultura e outra na de tecnologia digital (SILVA; RODRIGUES; SILVA, 2022). Sendo assim, a produção de estudos voltados para a IG se constitui como uma forma de potencializar a obtenção de novas certificações para o Nordeste e para o estado de Pernambuco.

Assim, este trabalho apresenta uma breve conceituação sobre as IGs no contexto brasileiro, uma discussão acerca das questões sobre a TRS e dinâmicas intergrupais. Logo em seguida é apresentado o método aplicado neste estudo, bem como os resultados e as discussões, ressaltando a análise das dinâmicas dos atores locais no processo de certificação da Indicação Geográfica do queijo de coalho no Agreste de Pernambuco.

REFERENCIAL TEÓRICO

No Brasil, as IGs pertencem à área da propriedade intelectual, sendo analisadas e concedidas pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), a partir da mobilização dos produtores e demais atores locais envolvidos nos processos de sua obtenção. Por se tratar de uma certificação na qual os



RELISE

processos de manutenção são contínuos, a mobilização entre os atores não se encerra quando se adquire a IG (BRUCH, 2008). Por conseguinte, a associação dos produtores, responsável pela administração da certificação, precisa assumir o protagonismo do seu gerenciamento. Sendo assim, a dinâmica de uma cadeia produtiva é um fator de suma importância para o desempenho da certificação de IG em uma determinada região.

As IG se enquadram dentro da modalidade de proteção intelectual, onde também se encontram as marcas e patentes. Porém, diferentemente destas últimas, as IG pressupõem um caráter de direito coletivo e participativo. Em outras palavras, a proteção legal advinda desta certificação concede direito de propriedade a um grupo de indivíduos de uma região, caso contrário das marcas e patentes, cujo direito de propriedade está diretamente ligado à exclusividade individual (GLASS; CASTRO, 2009).

Os trabalhos de Pellin (2019), Wociechoski (2019), Anjos, Silva e Caldas (2020) destacam a importância das IGs como uma forma de estímulo do desenvolvimento territorial, sobretudo pela manutenção do capital no local onde os produtos e serviços são gerados. Além disso, de acordo com os trabalhos de Silva et al., (2018), Coelho-Costa (2019), Silva e Silva (2021), as IGs tem uma forte relação com o desenvolvimento de mercados locais e como um grande potencial de atrativo turístico, especialmente o turismo gastronômico.

Até o ano de 2021, o INPI certificou 68 IGs no Brasil, dentre elas 14 foram concedidas para a região Nordeste, sendo a terceira região com mais IGs (SILVA; RODRIGUES; SILVA, 2022). Atualmente, o Brasil possui apenas 5 IG de queijos - Serro e Canastra em Minas Gerais; Colônia Witmarsum no Paraná; Campos de Cima da Serra no Rio Grande do Sul e Santa Catarina; e Marajó no Pará –, ou seja, nenhuma delas está localizada no Nordeste (INPI, 2023).

Devido a este caráter coletivo, o processo de obtenção da IG para o queijo de coalho intensificou as trocas de conhecimento entre produtores



RELISE

artesanais, instituições produtoras de conhecimento (IPC) e instâncias governamentais, tornando-se em uma nova perspectiva de inovação e troca de informações no cotidiano dos atores da região do Agreste pernambucano. Além disso, foi criada uma associação de produtores locais de queijo de coalho para a solicitação da IG do Agreste de Pernambuco junto ao INPI.

O processo de obtenção de certificação da IG engaja, portanto, atores sociais diversos, inscrevendo o objeto de IG em diferentes horizontes e perspectivas grupais. Na Psicologia Social, a noção de horizonte pode ser compreendida como “os domínios segundo os quais um mesmo objeto pode ser situado. O objeto que um sujeito observa pode ser considerado em horizontes diferentes” (JODELET, 2009 p.700). Levando em consideração as pertencas sociais dos sujeitos, os horizontes realçam as dimensões públicas e sociais nos quais os sujeitos estão inseridos e as representações que partilham.

A TRS compreende que os seres humanos constroem conhecimentos sobre a realidade a partir de teorias de senso comum com o objetivo de compreender e assimilar fenômenos sociais. As representações sociais (RS), sendo uma construção oriunda do conhecimento do senso comum não se contrapõe ao conhecimento científico, sendo, entretanto, uma forma de saber diferente tanto na sua elaboração como na sua função (ALMEIDA; SANTOS; TRINDADE, 2000).

Assim, as RS são desenvolvidas nos mais diversos lugares por intermédio da interação e comunicação social, “quando as pessoas se encontram para falar, argumentar e discutir o cotidiano, ou quando elas estão expostas às instituições, aos meios de comunicação, aos mitos e à herança histórico-cultural de suas sociedades, que as representações são formadas” (MOSCOVICI, 1995, p. 20).

A construção das RS ocorre por meio de processos fundamentais: objetivação e ancoragem. O primeiro é um processo pelo qual um objeto



RELISE

desconhecido e abstrato torna-se familiar, uma apreensão que dá concretude, possibilitando que as pessoas assimilem e compreendam o objeto de RS. Enquanto o segundo ocorre um processo de assimilação do objeto por meio de uma articulação de uma rede de significações já existentes em torno do próprio objeto (SANTOS, 2005).

Santos (2005) destaca ainda que as RS possuem quatro funções: saber, relacionada à explicação, à compreensão e ao sentido atribuído a uma realidade social; orientação, servindo como guias de condutas e ações, as quais orientam comportamentos e regulam as relações sociais; identitária, responsável por estabelecer e preservar a identidade social a partir do compartilhamento de RS; e justificadora, a qual permite que atitudes e comportamentos sobre determinados objetos sejam justificados.

Cabecinhas (2004) corrobora com a ideia de que as RS estão imbricadas em processos como a disseminação e a assimilação de conhecimento, a construção de identidades pessoais e sociais, o comportamento intra e intergrupais, as ações de resistência e de mudança social. A identidade social, teoria proposta por Tajfel (1982, 1983), abarca as múltiplas identidades que uma pessoa pode possuir, bem como a multiplicidades de pertencimentos grupais a partir das identificações. Os grupos são compreendidos a partir da pertença emocional e a atribuição de características positivas ao endogrupo e características negativas ao exogrupo. Este processo de valorização ocorre mediante a categorização de grupos, processo que está imbricado na percepção de diferenças entre indivíduos e grupos.

Vala (1993, 1997) discute como a ancoragem é apoiada a partir das construções de categorias identitárias, de clivagens sociais e de posições sociais, como o nível das condições socioeconômicas e o nível dos sistemas de orientação, desde as normas e valores mais duradouros, até atitudes e motivações específicas. Desta forma, o processo de ancoragem das RS possui



RELISE

correlação direta com as identidades sociais e as relações entre grupo. Para o autor, “as representações sociais, enquanto variável independente suscitam sistemas de categorização ou grupos sociais; mas, por outro, as representações sociais, enquanto variável dependente, são construídas no interior dessas categorias ou grupos sociais” (VALA, 1997, p. 381).

Pode-se concluir que as RS são realidades sociais e culturais que, de forma coletiva, são vivenciadas, percebidas e sentidas por um grupo. Elas expressam e estruturam a identidade e as condições sociais dos sujeitos que as reproduzem e as transformam continuamente, contribuindo para a interpretação da realidade vivenciada e caracterização da identidade social de grupos, sendo, portanto, uma elaboração psicológica e social, que possui formação a partir da triangulação sujeito-outro-objeto.

Cabecinhas (2009) acrescenta que existem três tipos de RS distintas: as polêmicas, decorrentes de conflitos sociais entre grupos; as emancipadas, resultantes da troca de ideias entre subgrupos que possuem algum nível de contato, cada subgrupo tende a criar sua própria versão sobre o mesmo objeto e compartilha com os demais subgrupos; e as hegemônicas, geradas a partir dos significados amplamente compartilhados por um grupo fortemente estruturado – como nações, partidos, religiões, etc.

MÉTODO

Santos (2020) propõe o modelo de Hélice Tríplice, desenvolvido por Leydesdorff e Etzkowitz (2001), como importante metodologia de estudo para analisar a relação entre os atores locais, por permitir que sejam examinados pontos fortes e fracos locais e preencher lacunas nas relações entre os atores envolvidos no processo de certificação da IG. Este modelo contribui para o mapeamento e a identificação dos grupos na análise, baseia-se na articulação entre os centros de pesquisa como indutores das relações com a iniciativa



RELISE

privada (setor produtivo de bens e serviços) e as instituições governamentais (setor regulador e fomentador da atividade econômica), visando à produção de novos conhecimentos, à inovação tecnológica e ao desenvolvimento econômico.

A partir dos estudos teóricos sobre IG, foi construído um roteiro de perguntas semiestruturadas para auxiliar na realização das entrevistas. Este roteiro foi composto por perguntas relativas à produção de laticínios na região, questões sobre percepções acerca do processo de IG e sobre as relações entre os atores da região. Os participantes deste estudo foram separados em três grupos, baseando-se no modelo da Hélice Tríplice: produtores, representantes das principais IPCs e representantes governamentais.

As entrevistas foram realizadas durante os meses de julho e agosto de 2017, nos municípios de Venturosa, Garanhuns, Pedra, Pesqueira, Arcoverde e Recife. Foi realizado um contato prévio, por e-mail ou por telefone, com atores-chaves envolvidos no processo de certificação. Dentre eles, 12 pessoas (5 produtores, 4 representantes de IPCs e 3 representantes governamentais) aceitaram participar da realização de uma entrevista que tinha como objetivo compreender como está ocorrendo o processo de certificação da IG do queijo de coalho no Agreste de Pernambuco.

Todos os atores possuem protagonismo dentro do processo de certificação da IG. Os produtores entrevistados fazem parte da Associação de Certificação do Queijo de Coalho do Agreste de Pernambuco (CQP). Inicialmente a associação foi criada por 7 produtores com o objetivo de formalizar a solicitação da IG “Agreste de Pernambuco” junto ao INPI. Atualmente, é formada por apenas 5 produtores que possuem fábricas de pequeno a médio porte. O perfil socioeconômico dos produtores associados é superior à maioria dos produtores da região, evidenciando a ausência de participação de pequenos produtores no processo de tomada de decisão sobre a gestão da IG.



RELISE

Salientamos que em todos os procedimentos da pesquisa foram observados os cuidados éticos para assegurar o cumprimento da Resolução 510/16 do Conselho Nacional da Saúde. Portanto, foram apresentados e explicados aos entrevistados o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), reforçando a garantia do anonimato dos participantes e armazenamento dos dados em local seguro. Desta forma, buscamos garantir a proteção ética e moral dos pesquisados e dos pesquisadores ao longo da pesquisa.

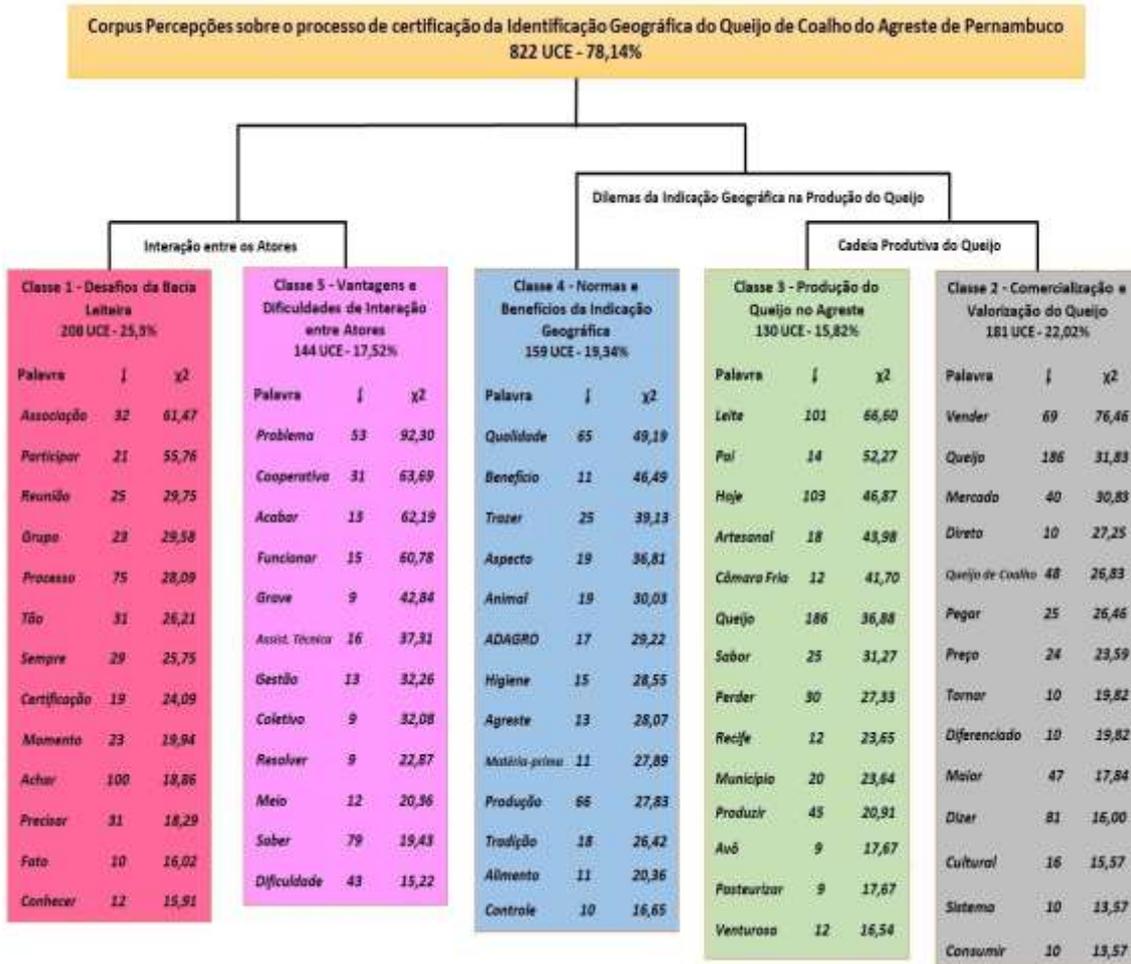
As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas e analisadas com o auxílio do software de análise textual IRAMUTEQ. Este programa analisa estatisticamente o corpus textual, gerando uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD) por meio do cálculo da distribuição qui-quadrado (χ^2). A CHD é formada pela co-ocorrência de palavras em segmentos de texto, visando distinguir classes de palavras que representem formas distintas de discurso sobre um determinado assunto da pesquisa (CAMARGO; JUSTO, 2013).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O corpus textual foi dividido em 1052 segmentos de textos (ST) pelo IRAMUTEQ, com aproveitamento de 822 ST (78,14%). A CHD resultou na formação de cinco classes divididas em três eixos, conforme apresentado no dendrograma (figura 1). O primeiro eixo, denominado de “Interação entre os Atores”, é formado pelas classes 1 e 5, sendo elas: “Desafios da Bacia Leiteira” (25,3%) e “Vantagens e Dificuldades de Interação entre os Atores” (17,52%), respectivamente. O segundo eixo, “Dilemas da Indicação Geográfica na Produção do Queijo”, é formado pelas classes 4, 3 e 2 denominadas de “Normas e Benefícios da Indicação Geográfica” (19,34%), “Produção do Queijo no Agreste” (15,82%) e “Comercialização e Valorização do Queijo” (22,02%), respectivamente. Um último eixo, formado pela união das classes 3 e 2, é intitulado de “Cadeia Produtiva do Queijo”



Figura 1 – Dendrograma de classes sobre o processo de certificação da Indicação Geográfica do Queijo de Coalho do Agreste de Pernambuco



Fonte: autoria própria.

A classe 1 abrange os discursos sobre as vulnerabilidades da indústria leiteira da região e as soluções para resolver os problemas relacionados às dificuldades para fortalecer a cadeia produtiva do leite na região e obter a certificação de IG. É salientado por todos os entrevistados que há uma imprescindibilidade de que os produtores tenham uma maior autonomia e protagonismo na certificação, buscando fortalecer o grupo e participar ativamente das reuniões. Em contrapartida, constata-se também os obstáculos ao longo dos anos em que se tem trabalhado para se obter a IG, como a seca,



RELISE

que obriga o produtor a focar em sua sobrevivência na região, e a morosidade do processo de certificação, grande desmotivador dos produtores associados.

Eu não sei precisar em quantos anos, eu sei que o processo está bastante adiantado e que ele demanda de fortalecer esse grupo, é uma visão pessoal minha, eu posso até estar muito enganada, equivocada. Mas eu percebo que o grupo que está a frente, ele precisa estar muito sólido, muito coeso pra poder tá no passo agora que é justamente testar tudo que foi proposto (P09_IPC).

E aí essa necessidade de governança, por mais que as instituições briguem por eles, chega um momento em que apenas a instituição tá brigando, mas quem precisa está a frente é o produtor; ele precisa participar mais, ele precisa ser mais ativo (P09_IPC).

Enquanto na classe 5, ao mesmo tempo em que são identificados os problemas existentes na produção de laticínios da região, também se encontram discursos que refletem as potencialidades das associações e das cooperativas, a complexidade da relação entre os produtores locais e o vínculo entre setor produtivo e instituições de produção de conhecimento (universidades, institutos e serviços). Identificam-se que os produtores percebem os benefícios de se associarem, porém existem mais dificuldades e obstáculos para a formalização de associações e cooperativas, que perpassam sob a perspectiva ético-moral e acabam se tornando motivo de repulsa por muitos produtores. Observa-se também que há uma fragilidade das IPC em fornecer assistência técnica para os produtores, uma vez que existem poucos funcionários para prestar atendimento a muitos produtores de todas as áreas do agronegócio, além de ter que dar conta das atividades burocráticas internas de cada instituição. A pouca articulação entre os atores da cadeia acaba refletindo no processo de obtenção da IG, pois é um processo que demanda tempo para a realização das atividades e uma estruturação eficiente entre todos os atores envolvidos.

Realmente, a região nossa tem uma dificuldade muito grande de trabalhar com associativismo. Olhe, isso é um problema antigo, não sei, a gente tem uma parte do Brasil que trabalha bem com cooperativa, o Sul do Brasil, o Sudeste já trabalha menos e o Nordeste ainda pior. Eu acho que isso advém da situação que a gente vive em geral, todos os produtores em uma dificuldade muito grande, todo



RELISE

109

mundo lutando pela sobrevivência e cada um lutando por si e não enxergando a grande vantagem que existe no associativismo, que seria justamente se juntar para trabalhar junto e para ganhar junto (P01_PROD).

Então as cooperativas, ao longo da história, foram virando cooperativa de fulano de tal, isso já é um problema, porque o ideal é que haja uma transição de gestão, todos são donos, então todos tem que participar ativamente do processo decisório. Quando você coloca um grupo, uma elite, que decide e outro que acata, as coisas começam a ficar distorcidas. Então, se você conversar com as pessoas mais velhas aqui, todas têm aversão a cooperativas, tiveram experiências negativas, inclusive processos fraudulentos, situações mais graves (P07_IPC).

A maioria dos atores destaca que as associações e as cooperativas representam uma forma de organização social que traz muitos benefícios para os produtores de laticínios. Entretanto, são explicitados muitos problemas quando se trata de organização coletiva, que perpassam as questões socioculturais e culminam em experiências já vivenciadas. Os elementos negativos destacados por todos os atores entrevistados são ancorados em experiências de relações de poder, manipulação de decisões que não favorecem a todos, desconfiança entre os associados, roubos entre associados, dentre outros casos que refletem a descrença nas organizações em coletividade.

Diante das características negativas da cooperativa destacadas, alguns consideram que ações pontuais coletivas com o apoio técnico poderiam minimizar esses problemas e conduzir os produtores a se engajar paulatinamente em uma organização cooperativa.

Mas eu confesso que é um desafio tão grande, porque a ausência de instituições também dificulta isso; se nós tivéssemos uma assistência técnica efetiva que promovesse pequenas ações coletivas, que funcionassem bem, digamos que seria uma sementinha que estava sendo plantada sobre a possibilidade de fazer uma coisa maior via cooperativas (P07_IPC).

Os entrevistados, sobretudo os produtores, associam estas situações negativas que ocorrem dentro das associações e cooperativas como reprodução do coronelismo. Rios (2006) destaca que o cooperativismo no Nordeste se



RELISE

fundamenta na desigualdade econômica, social e dominação política, fortalecida pela exploração dos pobres pelos mais ricos. Desta maneira, o modelo de cooperativismo nordestino reproduz práticas coronelistas e elitistas, tendo como objetivo o controle político e social, afastando-se da função de mobilização social para atender as necessidades de seus membros (PIRES, 2004).

Jodelet (2005) enfatiza a importância do conhecimento do senso comum e das relações cotidianas, a partir das experiências dos sujeitos e suas relações com a realidade. Para esta autora, essas experiências advêm das formas de inserção social e como os indivíduos constroem sentidos sobre o que foi vivenciado pelas pessoas. Logo, as experiências negativas relatadas pelos produtores da região com relação às organizações coletivas fazem eles acreditarem que, mesmo com os benefícios atrelados ao cooperativismo e ao associativismo, trabalhar individualmente seja a melhor alternativa para evitar problemas.

A classe 3 engloba as questões relativas à produção do queijo, percorrendo desde o fornecimento da matéria-prima até o beneficiamento e armazenamento do laticínio. Nesta classe também estão presentes discursos sobre a preocupação com o sabor final do produto e com a preservação do modo artesanal de produção. É evidenciado o contraste entre o modo como a atividade era realizada antigamente e a mudança no processo produtivo que o produto tem sofrido atualmente devido às exigências dos órgãos fiscalizadores.

Para você ter ideia, as pessoas que trabalham, boa parte da economia aqui é leite e fabricação de queijo, e as pessoas não têm sequer uma medida pra medir um coagulante, pra medir um cloreto, pra medir o leite; não tem orientação de nada, vai fazendo assim, daquela forma, que viu alguém fazendo, que o pai fazia, que a avó fazia e isso continua até hoje (P03_PROD).

O queijo de coalho é espetacular, nós temos uma venda, a maior venda em cima do queijo artesanal. O queijo tipo A, ele representa menos nossa venda hoje, por conta que o pessoal não quer uma coisa pasteurizada, uma coisa que não tenha o sabor (P04_PROD).



RELISE

Embora reconheçam que as exigências atuais dos órgãos fiscalizadores reduzem as perdas da produção, os produtores destacam a perda do sabor que acarretaria menor venda do produto. O saber prático tradicional é ressaltado como responsável pelo sabor característico do queijo que agradaria mais ao consumidor. O modo tradicional de produzir o queijo de coalho reflete a identidade cultural do grupo e o novo saber técnico parece ser considerado como desvalorização dessa cultura, conforme fica evidenciado na fala: “(...) mas a gente cresceu vendo os nossos avós fazendo queijo e nossos pais mantiveram essa tradição e hoje é que a gente tá perdendo um pouco por conta da cobrança da industrialização” (P12_GOV).

A classe 2 reúne os discursos sobre as questões logísticas e de comercialização do queijo, tendo como pano de fundo a certificação de IG. O foco da atenção dos produtores quando se fala na comercialização do queijo certificado é alcançar novos mercados, mantendo os que já foram conquistados, por meio de produtos diferenciados e com melhor qualidade. Há uma intenção clara de respeitar a tradição cultural do produto, buscando interagir diretamente com o mercado e evitando a presença do atravessador, figura associada a péssimas práticas de comercialização como falsificação de embalagens, transporte e armazenamento inadequados e ganhos indevidos em cima tanto dos produtores formalizados como dos informais.

A questão mesmo que a gente só tava pensando mais no mercado, em vender, vender, mas a gente tem que ver o lado social, o lado humano, a questão mesmo da cultura, porque o processo do queijo não foi feito aqui há 5, 10 anos, 15 anos atrás, foi há um bom tempo, bastante atrás. E a gente viu isso aí, essa indicação como uma valorização dessa questão, dessa da mão de obra, desse processo do queijo de coalho. (P02_PROD)

A indústria tem que saber os processos com as boas práticas e os autocontroles pra vender diretamente ao mercado, que também não posso botar no atravessador que ele não ia atender as legislações e até levar na temperatura correta e tal pra lá para o mercado. (P04_PROD)



RELISE

112

Quando o pessoal vê, principalmente os fabricantes de queijo vê que tem um queijo diferenciado no mercado, então eles vão tentar se adequar e, com certeza, vai ser bom pra o consumidor, vai ter mais pessoas querendo se adequar para ter um queijo de melhor qualidade. A questão mesmo de valorizar o queijo, produto da região; então com isso, concluindo o trabalho e tendo o queijo no mercado, então as famílias que trabalham com esses queijos, o pessoal vai poder valorizar mais o seu trabalho e outras pessoas vão poder realmente tá querendo consumir e também querer fazer o queijo diferenciado (P05_PROD).

A produção do queijo de coalho na região do Agreste de Pernambuco é apontada pelos entrevistados como sendo uma atividade artesanal e familiar, que gera renda para a população, tendo grande apelo para a tradição e a preservação da cultura local. As figuras familiares sempre retomam a construção do negócio, trazendo à memória as relações estabelecidas com a produção do leite e do queijo na infância, aspectos que enraízam os sujeitos em sua região. Na maioria dos casos, a produção do queijo de coalho acontece, em menor escala, nas pequenas propriedades rurais, tendo variações significativas em suas características, visto que é produzido por diferentes famílias que passam o modo de fazer como herança cultural por gerações. A produção de queijo de coalho também ocorre nas fábricas localizadas nos centros das cidades localizadas nesta região, geralmente empreendimentos de médio porte, com maior quantidade de funcionários e com maquinário que possibilita um maior potencial produtivo.

É também representada como uma atividade que precisa ser mais valorizada e ter mais atenção dos órgãos governamentais, garantindo melhores condições para que os produtores consigam investir mais em seus negócios. O discurso dos atores evidencia a necessidade de valorização do queijo de coalho como um produto de reconhecimento local, contrastando com as dificuldades enfrentadas pelos produtores para se manter na atividade. É destacado, sobretudo, o queijo de coalho pernambucano como um produto único, que possui um grande potencial de mercado, mas também se destacam os



RELISE

problemas com a falta de qualidade da matéria-prima, a informalidade de alguns produtores da cadeia e a ausência de políticas públicas que tornem a produção mais competitiva.

No contexto da certificação da IG, é observada a preocupação de alguns produtores em relação à industrialização do processo de fabricação do queijo de coalho (que engloba o emprego da pasteurização, mudanças de equipamentos e utensílios na produção e o receio de mudança do sabor do produto final). A padronização e o cumprimento de padrões de qualidade são critérios determinantes para a obtenção de uma IG. No caso do queijo de coalho, o receio dos produtores estava predominantemente relacionado com a descaracterização do produto pela substituição do leite tipo B pelo leite pasteurizado (tipo A), acarretando diferenças organolépticas ao produto final.

Desta forma, identifica-se no discurso dos produtores uma postura de resistência à padronização globalizada de produtos e busca do fortalecimento da própria identidade por meio de um alimento que representa a história local, como explicitado por Cabecinhas (2006):

Num mundo em acelerado processo de globalização, em que as pressões para a “massificação cultural” são constantes, cada grupo (nacional, regional, linguístico, etc.) ao mesmo tempo que absorve e transforma as ideias circulantes nos meios de comunicação “globais”, tenta preservar o que considera ser a sua identidade cultural própria, valorizando as suas tradições, usos e costumes, e definindo o seu “lugar singular” no mundo (p. 02).

Percebe-se por meio das falas que a informação focalizada pelos produtores locais perpassa pela polissemia do termo padronização, compreendido como uma similaridade entre os queijos de coalho produzidos em outras regiões, levando a uma descaracterização do produto regional. No entanto, por se tratar de uma convenção internacional de Direitos de Propriedade Coletiva, as IGs possuem regras pré-estabelecidas que asseguram a sanidade dos produtos alimentícios, contudo, sem descaracterizar elementos socioculturais, históricos e de tipicidade.



RELISE

A matéria-prima de boa qualidade é essencial para um melhor aproveitamento no processo produtivo, evitando redução do peso no produto final, além de garantir que o queijo tenha sanidade higiênico-sanitário. Porém, a deficiência na prestação de assistência técnica e na fiscalização associadas à escassez de água favorecem a perpetuação de práticas produtivas que diminuem a qualidade do queijo de coalho. A carência de assistência técnica impacta tanto na produção quanto no gerenciamento das fazendas e das fábricas de queijo da região, sobretudo quando se trata dos pequenos produtores, que acabam sendo os mais excluídos dos processos que ocorrem dentro da cadeia de laticínios da região.

A classe 4 reúne os discursos que envolvem o seguimento de normas, boas práticas de fabricação e higiene na produção do queijo que a IG preconiza e o reflexo no ganho das melhorias e nos benefícios da qualidade obtidos pelos produtores. As práticas da industrialização surgem como uma forma dos órgãos fiscalizadores para promover as boas práticas de fabricação e, conseqüentemente, melhorar a qualidade do queijo produzido na região. Há destaque para os discursos dos benefícios obtidos durante o processo de obtenção da IG, como controle da qualidade, padronização, higiene na fabricação e segurança alimentar do produto.

Nesta classe também se encontra um discurso que coloca em oposição o grupo dos produtores que fazem parte da associação e aqueles que não fazem parte, sobretudo na questão de cumprimento das normas de fabricação estabelecidas pelos órgãos de fiscalização, tendo como principal justificativa a falta de interesse em se regularizar, explicitando uma dinâmica intergrupala (endogrupo) e a alteridade (exogrupo). Os produtores afirmam que não existe problema algum em haver fiscalização, entretanto reclamam do excesso de fiscalização que eles possuem em detrimento dos produtores informais, que não são fiscalizados pelos órgãos reguladores.



RELISE

115

Melhorias não só vão vi, mas já vieram, dentro do processo, a gente, apesar de não ter a certificação, melhorou muito, principalmente, a nossa qualidade do produto. Mas melhorou também a nossa visão, a gente andou, visitou, viu outros tipos de produção e existe já uma melhoria muito grande, apesar de não ter o certificado. Os requisitos principais são melhoria da qualidade, controle permanente dessa qualidade, além de você chegar num ponto que é o ideal de se produzir, você poder manter essa qualidade e ter cuidado sempre (P01_PROD).

Eu acho que algumas pessoas desses setores não querem realmente seguir as normas do padrão mesmo da questão da ADAGRO. Eu acho que a valorização seria através da fiscalização, porque, não desmerecendo os outros, mas tem laticínios aí que a questão de higiene é terrível. Eu acho que se realmente tivesse uma dura fiscalização, a utilização realmente da fiscalização, da vigilância sanitária em cima dessas pessoas, em cima desses laticínios, eu acho que seria bem mais vantajoso e poderia ainda somar com a atividade da gente e a questão da valorização do produto seria bem maior (P02_PROD).

Um dos objetivos dessa certificação é padronizar o queijo, vamos supor, o queijo que você consome desse laticínio aqui, aí o outro que tá seguindo a mesma linha da certificação seria bem semelhante a esse, não igual, porque igual vai ser impossível, vai ser bem parecido com a forma como é feita aqui. Ela vai trazer benefício sim, pra uma pequena quantidade de produtores, como também ela vai definir uma clientela fiel, ou seja, alguém que tenha mais conhecimento (P06_IPC).

As classes 4, 3 e 2 encontram-se relacionadas como Dilemas da Indicação Geográfica na Produção do Queijo por englobar segmentos que mesmo relatando os benefícios percebidos no decorrer do processo de obtenção da IG, demonstram também preocupações em manter a tradição da fabricação artesanal do queijo, a importância de se preservar o sabor do queijo de coalho da região, a busca por novos mercados, a valorização do queijo de coalho, as melhorias de buscar a certificação de IG e as inquietações relativas ao excesso de fiscalização por parte dos órgãos reguladores para quem está seguindo a normas em detrimento da ausência de fiscalização dos laticínios não formalizados e irregulares.

Observa-se, portanto, que os produtores já percebem a melhoria da qualidade do produto por meio dos processos realizados ao longo dos anos para



RELISE

se realizar a solicitação da certificação do queijo de coalho. De forma unânime, eles reconhecem que os processos ligados a IG trouxeram benefícios para seus laticínios e irão propiciar mais vantagens, tanto para eles como para a região. Os produtores têm destacado a IG como um diferencial de competitividade para que seus produtos alcancem novos mercados e uma clientela mais exigente.

Sob outra perspectiva, o grupo dos representantes das IPCs salientam em seus discursos a IG como uma possibilidade de promoção da higienização na cadeia de laticínios local. Estes sujeitos possuíam um discurso típico da melhoria das boas práticas de fabricação do leite e do queijo, possibilitando o aumento da qualidade dos produtos e evitando doenças que poderiam ser causadas em detrimento a agentes patogênicos atrelados a falta de sanidade animal e a contaminação microbiana nos processos de fabricação, armazenamento e transporte do queijo de coalho.

Observa-se que os discursos entre os grupos encontram muitas características idênticas ou próximas, porém alguns pontos são mais destacados por determinados grupos do que por outros, evidenciando as características de especificações das clivagens sociais, as quais possibilitam diferenciações no processo de ancoragem (VALA, 1993; 1997). A IG é percebida por todos os grupos de forma bastante positiva, tendo vantagens e benefícios atrelados aos processos desenvolvidos para se obter a certificação; em contrapartida, os produtores têm seus discursos focalizados nos interesses de mercado e na valorização do produto, enquanto o grupo das IPCs focaliza as questões de segurança alimentar e higiene que o processo tem trazido para os produtores.

Para Moscovici (1961/2012), as RS são organizadas pelos indivíduos de acordo com as proposições, reações ou avaliações de cada classe, cultura ou grupo. Logo, a diferença de perspectivas entre dois grupos sobre o mesmo objeto se justifica por meio de três dimensões: informação, campo e atitude. O ponto de vista de cada grupo, a partir destas três dimensões, reflete a relação



RELISE

que cada sujeito construiu socialmente em relação ao objeto, sendo ressaltadas algumas características em um determinado grupo, enquanto no outro serão destacadas outras peculiaridades. Assim, o lugar que o grupo ocupa na sociedade possibilita que algumas informações sejam focalizadas e destacadas nos discursos mais que outras, baseado nas suas crenças, nos seus valores e nos seus interesses.

Os produtores associados e representantes de IPCs pertencem a grupos distintos, no entanto não possuem interesses conflitantes. Embora haja divergências na forma em que compreendem o processo de certificação, os dois grupos possuem interesses comuns: fortalecer a indústria de laticínios da região, agregar valor ao produto, conquistar espaço em novos mercados e desenvolver a economia local. Portanto, as RS analisadas neste estudo são emancipadas, uma vez que são o produto da circulação de conhecimento e de ideias de grupos que estão mais próximos, sendo criada versões de representações próprias e compartilhadas com os outros. Assim, possuem um grau de autonomia, funcionando de maneira complementar uma vez que resultam de uma subdivisão de um conjunto de interpretações e de símbolos (CABECINHAS, 2004).

A maioria dos atores, sobretudo os produtores, também acreditam que a obtenção da IG possibilitaria a ampliação da participação para novos produtores, atraídos pelos lucros potenciais do segmento. Entretanto, não existe uma relação direta de causalidade, visto que um dos maiores limitantes à agregação de valor é o alto custo de manutenção da IG, que envolve o controle dos processos produtivos, avaliação dos produtos por comitês de degustação, certificação e investimentos consideráveis em marketing (NIEDERLE, 2011).

Este elevado custo associado à IG torna-se um fator limitante principalmente para os pequenos produtores, que não possuem acesso a recursos financeiros para investir em outras atividades além da produção. Ressalta-se ainda que a produção de queijo de coalho no Agreste de



RELISE

Pernambuco ainda é uma atividade econômica dominada por pequenos e médios produtores, representando a base de reprodução econômica e social de centenas de famílias na região.

No caso das IG, a dinâmica de interação entre os atores pode ficar comprometida a ponto de retardar ou inviabilizar o processo de obtenção da certificação. Também pode acarretar exclusões, seja pela definição dos requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas, que requerem custos e investimentos adicionais para os produtores (VALENTE; PEREZ; FERNANDES, 2013). Desta maneira, a obtenção e a consolidação de uma IG, sem que haja participação ativa da maioria dos atores locais, pode trazer resultados diferentes do que se deseja, podendo agravar ainda mais quadros de exclusão social (BEZERRA; NASCIMENTO JÚNIOR, 2015; THIEDIG; SYLVANDER, 2000).

Sobre o terceiro grupo (representantes de instituições governamentais), constatou-se que os funcionários entrevistados da prefeitura de Venturosa não possuíam RS sobre o processo de certificação da IG. Destaca-se que as RS são teorias do senso comum compartilhadas que se constituem por meio da articulação com as crenças e valores dos sujeitos. Ao analisar as entrevistas, foi identificado que se tratava de opiniões pontuais, portanto, não caracterizando uma RS. Eles desconheciam tanto a nomenclatura quanto qualquer informação referente ao processo que estava acontecendo na região. Apenas um dos funcionários da prefeitura apontou a necessidade de existir uma patente que valorizasse o queijo de coalho produzido no Agreste, incluindo em seu discurso contendo procedimentos que se assemelham aos processos para se obter a certificação de IG.

O terceiro entrevistado desse grupo, funcionário ligado ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), compartilha as RS do grupo dos representantes de IPC. É destacado, em sua fala, a melhoria das boas práticas de fabricação do leite e do queijo, possibilitando o aumento da qualidade dos



RELISE

produtos e evitando doenças que poderiam ser causadas em detrimento a agentes patogênicos atrelados a falta de sanidade animal e a contaminação microbiana nos processos de fabricação, de armazenamento e de transporte do queijo de coalho.

Este compartilhamento de representações pode ser atribuído à relação que este entrevistado possui com alguns das pessoas do grupo das IPC. Em vários momentos da entrevista, o entrevistado falou sobre experiências vivenciadas no processo de certificação junto aos representantes de IPC.

Evidencia-se, portanto, que a diferenciação das RS sobre o processo de certificação da IG do queijo de coalho possui relação direta com a diferentes inserções das pessoas nos campos das estruturas socioeconômicas e socioculturais. São nessas redes de relações que as RS se desenvolvem e se transformam. (CABECINHAS, 2004). Desta maneira, o campo identitário funciona como um regulador das RS (VALA, 1997), mediando o funcionamento do processo de ancoragem. Em alguns grupos são destacados determinados elementos em detrimento de outros, possibilitando que um mesmo objeto de representação social seja compreendido de maneiras diferenciadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de certificação da IG do queijo de coalho no Agreste de Pernambuco possui um caráter coletivo e envolve vários grupos. A partir do modelo de Hélice Tríplice, este trabalho identificou diferenças das RS compartilhadas em cada grupo, evidenciando assim a influência das clivagens sociais no processo de ancoramento e formação das representações sociais.

Os produtores de queijo associados representam a IG como uma oportunidade de melhorar o negócio e alcançar novos mercados. Enquanto os representantes de IPCs, como uma oportunidade de melhoria da qualidade higiênico-sanitária da cadeia produtiva de laticínios na região. Por outro lado, a



RELISE

maioria dos representantes de instituições governamentais entrevistados não possuíam representações sobre o objeto; apenas um dos entrevistados deste grupo mostrou conhecimento sobre a certificação, sendo as mesmas representações compartilhadas pelos representantes das IPC.

Portanto, destaca-se a importância de se estudar as RS sobre o processo de certificação das IG. Os resultados deste trabalho apontam que não basta apenas ter acesso à informação, mas é preciso considerar que estas informações são reconstruídas pelos atores envolvidos em função do lugar que cada grupo ocupa na sociedade. Conhecer as RS dos atores pode contribuir na formulação de novas estratégias de gestão que potencializem as possibilidades atreladas à IG.

Foi observado também que as RS sobre o processo de certificação da IG do queijo de coalho são emancipadas, uma vez possuem diferenças entre os grupos, porém não são conflitantes. Ressalta-se que os grupos trabalham com o objetivo de conseguir a aprovação da IG, possuindo os mesmos interesses, porém com ancoramentos situados em elementos contrastantes.

Compreende-se que a quantidade de pessoas entrevistadas foi um fator de limitação neste estudo. Uma maior quantidade de entrevistados ajudaria a visualizar o fenômeno de forma mais aprofundada, sobretudo no grupo dos representantes das instituições governamentais. Além disso, entrevistar produtores não associados poderia ajudar a compreender outras dinâmicas intergrupais entre os atores, bem como investigar as representações sobre a IG do “Agreste de Pernambuco” deste grupo.

Desta forma, como sugestão de futuras pesquisas, propõe-se a realização do desenvolvimento de pesquisas com cada grupo de forma individual com o objetivo de identificar maiores particularidades entres os grupos. Recomenda-se o aumentando do quantitativo de representantes de instituições governamentais e incluindo outros municípios na amostra; bem como a



RELISE

realização de uma pesquisa com produtores não associados dos municípios abrangidos pela IG.

Salienta-se a necessidade de ser um projeto de obtenção da certificação de IG mais integrador, que vise beneficiar a maior quantidade de produtores locais e não apenas a um grupo de produtores atualmente associados. Desta forma, pode-se fortalecer as relações entre os atores locais, maximizando os ganhos advindos da certificação e minimizando os riscos de exclusão social que podem decorrer devido aos custos de aquisição e manutenção da IG.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Angela Maria de Oliveira; SANTOS, Maria de Fátima de Souza; TRINDADE, Zeidi Araújo. Representações e práticas sociais: contribuições teóricas e dificuldades metodológicas. **Temas em Psicologia**, v. 8, n. 3, p. 257-267, 2000.

ALMEIDA, Simone de Lira; PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de; GUERRA, José Roberto Ferreira. Representação da Produção e Consumo do Queijo Coalho Artesanal. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 2, n. 2, 2013.

AMADOR, Maria Betânia M. **A visão sistêmica e sua contribuição ao estudo do espaço pecuário de Venturosa e Pedra no Agreste de Pernambuco**. Edgard Blucher, 2009.

ANJOS, Flavio Sacco dos; SILVA, Fernanda Novo da; CALDAS, Nádia Velleda. Indicações geográficas, capital social e desenvolvimento territorial. **Redes. Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 25, n. 2, p. 721-743, 2020.

BEZERRA, Janieire Dorlamis Cordeiro; DO NASCIMENTO JÚNIOR, José Ribamar Silva. A indicação geográfica (IG) sob o ponto de vista geográfico para o queijo de coalho do Agreste de Pernambuco. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 70, n. 6, p. 326-337, 2015.

BRUCH, Kelly Lissandra. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. **Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania**, v. 1, p. 1-10, 2008.



RELISE

122

CABECINHAS, Rosa. Representações sociais, relações intergrupais e cognição social. **Paidéia (Ribeirão Preto)**, v. 14, p. 125-137, 2004.

CABECINHAS, Rosa. Identidade e memória social: estudos comparativos em Portugal e em Timor-Leste. 2006.

CABECINHAS, Rosa. Investigar representações sociais: metodologias e níveis de análise. In Baptista, M.M. (ed.) **Cultura: Metodologias e Investigação**. Lisboa: Ver o Verso Edições. 2009.

CAMARGO, Brígido Vizeu; JUSTO, Ana Maria. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.

COELHO-COSTA, Ewerton Reubens. Breves considerações sobre comida local, terroir, indicações geográficas e turismo gastronômico. **DRd-Desenvolvimento Regional em debate**, v. 9, n. Ed. esp. 2, p. 262-293, 2019.

FEREIRA, W. L.; FILHO, J. R. F. Avaliação da qualidade físico-química do queijo de coalho comercializado no município de Barreiros-PE. **Revista Brasileira de Tecnologia Agroindustrial**, v. 2, n. 01, p. 127-133, 2008.

GLASS, Rogério Fabrício; CASTRO, Antônio Maria Gomes. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos**. EMBRAPA, 2009.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Trimestral do Leite - 2º trimestre 2023**. SIDRA – Banco de Tabelas Estatísticas, 2023. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/leite>. Acesso em 06 de outubro de 2023.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Pedidos de Indicações Geográficas no Brasil**. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em 06 de outubro de 2023.

JODELET, Denise. O movimento de retorno ao sujeito e a abordagem das representações sociais. **Sociedade e estado**, v. 24, p. 679-712, 2009.



RELISE

JODELET, Denise. Experiência e Representações Sociais. In: MENIN, Maria Suzana de Stefano; SHIMIZU, Alessandra de Moraes (Orgs). **Experiência e Representação Social: questões teóricas e metodológicas**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. L.; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. O. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: Sebrae-RS, 2006.

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, 2005.

LEYDESDORFF, Loet; ETZKOWITZ, Henry. A Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Mode 2 and the Globalization of National Systems of Innovation. **Science under pressure**, v. 7, 2001.

MENEZES, Sônia de Souza M. **Queijo de Coalho: Tradição Cultural e Estratégica de Reprodução Social no Nordeste**. *Revista de Geografia (UFPE)* V. 28, No. 1, 2011.

MOSCOVICI, Serge. Prefácio. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Org.). **Texto em representações sociais**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 261-293.

MOSCOVICI, Serge. A psicanálise, sua imagem e seu público. 1961/2012.

NIEDERLE, Paulo A. **Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão**. 47º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre – RS, 2009.

NIEDERLE, Paulo André. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França**. Tese de Doutorado. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2011.

NIEDERLE, Paulo André; VITROLLES, D. Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. **Estudos Soc. e Agricultura**. vol. 18, n. 1, p 5-55, Rio de Janeiro-RJ, 2010.

PAQUEREAU, Benoit; MACHADO, Giseuda; CARVALHO, Sonia. **O queijo de coalho em Pernambuco: histórias e memórias**. Ed. dos Autores: Garanhuns, PE, 2016.



RELISE

PELLIN, Valdinho. Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho. **Interações (Campo Grande)**, v. 20, p. 63-78, 2019.

PIRES, Maria Luiza L. S. **O cooperativismo agrícola em questão: a trama das relações entre projeto e prática em cooperativas do Nordeste do Brasil e do Leste do (Quebec) do Canadá**. Fundação Joaquim Nabuco, 2004.

RIOS, Gilvando Sá Leitão. Cooperação e tipos de cooperativismo no Brasil. **Revista Conceitos**, v. 8, n. 15, 2006.

SANTOS, Maria de Fátima de S.; ALMEIDA, Leda Maria de. **Diálogos com a teoria da representação social**. Recife: Editora Universitária UFPE, 2005.

SANTOS, Victor Hugo da Silva. Um estudo sobre as indicações geográficas a partir do modelo de hélice tríplice. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 5, n. 4, p. 28-47, 2020.

SILVA, Fernanda Novo et al. Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. **DRd-Desenvolvimento Regional em debate**, v. 2, n. 2, p. 31-44, 2012.

SILVA, André Almeida; DA SILVA, Gabriel Francisco. Potencialidades para Obtenção de Indicação Geográfica na Rota do Vinho do Vale do São Francisco. **Cerrados**, v. 19, n. 2, p. 403-426, 2021.

SILVA, André Almeida; RODRIGUES, Bela; DA SILVA, Gabriel Francisco. Breve panorama das indicações geográficas do nordeste brasileiro e reflexões sobre os negócios locais. **Informe Gepec**, v. 26, n. 1, p. 238-256, 2022.

TAJFEL, Henry. Grupos humanos e categorias sociais: estudos em psicologia social I. Lisboa. **Portugal: Livros Horizonte**, 1982.

TAJFEL, Henry. Grupos humanos e categorias sociais: estudos em psicologia social II. Lisboa. **Portugal: Livros Horizonte**, 1983.

THIEDIG, Frank; SYLVANDER, Bertil. Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. **German Journal of Agricultural Economics/Agrarwirtschaft**, v. 49, n. 12, p. 428-437, 2000.



RELISE

125

TONIETTO, J. **Afinal, o que é Terroir?** Bon Vivant, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, abr. 2007.

VALA, Jorge. As representações sociais no quadro dos paradigmas e metáforas da psicologia social. **Análise Social**, v. 28, n. 123/124, p. 887-919, 1993.

VALA, Jorge. Representações sociais e percepções intergrupais. **Análise social**, p. 7-29, 1997.

VALENTE, Maria Emília Rodrigues; PEREZ, Ronaldo; FERNANDES, Lucia Regina Rangel de Moraes Valente. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**, v. 43, p. 1330-1336, 2013.

WOCIECHOSKI, Darlan Pez. Indicações geográficas como estratégia de desenvolvimento territorial: uma análise entre Brasil e Europa. **Estudos de Sociologia**, v. 23, n. 45, 2018.