

Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil:

Contribuição para o desenvolvimento
territorial sustentável

*Claire Cerdan**

Dossiê

Resumo

Este artigo analisa como os agentes rurais, nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul, no Brasil, elaboraram e implementam dispositivos de valorização das especificidades locais. Neste contexto, a consideração da diversidade biológica e cultural numa perspectiva de desenvolvimento sustentável impõe-se, mesmo que de maneira indireta. O artigo fundamenta-se no estudo de duas experiências de promoção através da origem: a carne bovina produzida nos campos nativos do Pampa gaúcho brasileiro (protegida por uma Indicação Geográfica (IG) desde 2006) e o vinho Goethe elaborado na região de Urussanga (pedido de IG em curso). Estes casos inserem-se, no nível brasileiro, nos atuais debates sobre as IG, a proteção do patrimônio nacional e do desenvolvimento rural sustentável.

Palavras-chave: Indicação geográfica, valorização da origem, diversidade cultural, biodiversidade, desenvolvimento rural sustentável.

1. Introdução

No momento em que o Brasil confirma sua posição de gigante Agrícola em nível mundial, as desigualdades aprofundam-se entre as suas regiões. As diferenças mostram-se, principalmente, entre os centros de produção situados em regiões agrícolas históricas e as frentes pioneiras nas regiões Centro-Oeste e pré-Amazônica, e entre o forte setor voltado para a exportação (produção de massa) e as agriculturas familiares.

* Pesquisadora do Centre de Coopération Internationale pour la Recherche Agronomique dans le Développement- CIRAD- Département TERA, TA 6015, 34390, Montpellier, França. E-mail : claire.cerdan@cirad.fr

O futuro e a sustentabilidade de territórios rurais marginalizados estão sendo fortemente questionados em diferentes situações: pública, acadêmica ou mesmo pela sociedade civil. No Brasil, esse tema não é novo, sendo objeto de inúmeras reflexões e trabalhos visando à construção de políticas públicas de desenvolvimento rural e de apoio aos agricultores familiares (BONNAL & MALUF, 2007). Estas últimas inserem-se no debate político global em torno da responsabilidade dos estados e das organizações internacionais na promoção do desenvolvimento sustentável. Assim, novas funções e anseios foram formulados pela sociedade civil e agentes públicos, direcionados ao mundo agrícola, ampliando a reflexão sobre a relação agricultores-territórios-sociedades.

Nessa perspectiva, observa-se uma redefinição e uma legitimação de determinados dispositivos de mercados, como os selos oficiais de qualidade; as marcas “eco”, ligadas a novos objetivos ambientais ou de desenvolvimento territorial sustentável; e outras formas de comercialização voltadas primeiramente à diversificação da oferta e segmentação dos mercados que se encontram no centro do debate sobre o desenvolvimento rural. Tais dispositivos são qualificados pelos agentes públicos ou pela sociedade civil como instrumentos potenciais ao serviço da promoção da agricultura familiar, da proteção da biodiversidade e da sustentabilidade da agricultura e de seus territórios.

Este artigo propõe analisar a contribuição das estratégias de qualidade ligadas à origem na reflexão sobre o desenvolvimento territorial sustentável. Mais especificamente, pretende-se analisar em que medida as indicações geográficas, tais como elas são definidas e concebidas no Brasil, permitem uma melhor consideração da diversidade biológica e cultural, contribuindo para novas estratégias de desenvolvimento territorial sustentável. Tal proposta é ilustrada a partir da análise de dois sistemas de produção localizados no Sul do Brasil: a carne bovina do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, no estado do Rio Grande do Sul, e o vinho dos Vales da Uva Goethe produzido na região de Urussanga, no estado de Santa Catarina.

O período atual é bastante propício, marcado por uma aproximação dos setores de estudo até então relativamente distantes: o desenvolvimento sustentável e a qualificação dos produtos. Observa-se, por um lado, que as recentes contribuições para responder aos

anseios do desenvolvimento sustentável referem-se cada vez mais à dimensão territorial. Os debates sobre as áreas protegidas e sua gestão introduziram uma dimensão patrimonial, definindo assim o papel e a apropriação dos recursos pelos agentes do território.

Por outro lado, na questão da qualificação dos produtos, o setor agroalimentar é fortemente marcado pela valorização de produtos de qualidade buscando responder às incertezas crescentes dos consumidores urbanos e estabelecer estratégias de diferenciação em mercados cada vez mais concorrentes. Os consumidores estão em busca de produtos mais saudáveis (limpos), que respeitem mais o meio-ambiente. Nessa perspectiva, as estratégias de diferenciação dos produtos locais e suas instituições contribuem para aproximar produtores e consumidores (rede), e para educar visando o desenvolvimento territorial. Elas baseiam-se, em inúmeros casos, em um processo de patrimonialização dos produtos e dos recursos territoriais.

A idéia de mobilizar as Indicações Geográficas (IG) para proteger os conhecimentos locais ligados à biodiversidade, a fim de promover a conservação desta, foi proposta por Dutfield (1997), Posey (1999) e por Downes e Laird (1999), e aprofundada posteriormente na França por antropólogos (BÉRARD & MARCHENAY, 2006), economistas da biodiversidade (BOISVERT & CARON, 2007) e geógrafos (CORMIER SALEM *et al.*, 2002; CORMIER SALEM & ROUSSEL, 2005).

As estratégias de valorização dos produtos agrícolas pela origem (indicação geográfica) baseiam-se na construção de um duplo acordo: por um lado, entre profissionais e produtores para definir as características de um produto e as formas de obtê-los¹; e, por outro lado, entre profissionais e consumidores para a comercialização dos produtos. Assim, a estratégia de valorização passa pela instalação de um dispositivo de comércio específico que inclui a definição de regras e a produção de um discurso sobre o produto e seu ambiente. Ela resulta geralmente em novas práticas organizacionais e técnicas.

Busca-se analisar, através deste artigo, a hipótese pela qual a implantação de dispositivos de comercialização e de promoção da qualidade e da origem conduz os profissionais a considerarem

1 Trata-se aqui de delimitar uma zona de produção, definir as regras de produção e de rastreabilidade.

e reverem seu discurso sobre a diversidade biológica e cultural de seu território. Sobre o plano metodológico, os resultados apóiam-se sobre entrevistas a campo conduzidas no plano de operações de pesquisa-desenvolvimento em torno de sinais de qualidade², bem como sobre dados secundários (artigos de jornais, livros, consulta de páginas eletrônicas e análise de prospectos publicitários).

Em um primeiro momento, analisa-se o contexto brasileiro das Indicações Geográficas. Em seguida, verificam-se como as especificidades locais tornaram-se objeto de uma estratégia de qualificação e, nesse processo, como emergem as questões da biodiversidade e da sustentabilidade.

2. O contexto brasileiro da valorização dos produtos de origem e do patrimônio

No Brasil, a constituição de 1988 propõe a proteção e o registro dos bens culturais imateriais. A salvaguarda do patrimônio cultural imaterial é aplicada pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), organismo ligado ao Ministério da Cultura que efetua, desde 2004, um inventário e registro de bens culturais imateriais, nos quais estão incluídos os conhecimentos culinários. A lei nº. 9.279/96, referindo-se às indicações geográficas, é promulgada oito anos mais tarde, após serem efetuados os acordos através da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre os aspectos de direitos de propriedade intelectual, que envolvem o mercado (ADPIC). Esta lei reconhece as IG como um direito coletivo e distingue dois selos distintivos para elas: a indicação de procedên-

2 Os resultados aqui apresentados se inserem no quadro do projeto europeu SINERGI (Strengthening International Research on Geographical Indications, 2005-2008). Este projeto visa uma análise comparativa de diferentes processos de qualificação de produtos ligados à origem. Vários trabalhos e relatórios estão disponíveis no site www.origin-food.org. Os dois casos apresentados foram objeto de estudos aprofundados em dissertações de mestrado (VITROLLES, 2007; VELLOSO, 2008). Para a carne, uma quinzena de entrevistas foi realizada com técnicos, pesquisadores e produtores com relação à iniciativa do projeto de indicação geográfica. Os dados recolhidos a partir dessas entrevistas são aqui complementados pelos resultados de observação participativa realizada ao longo de reuniões sobre o território. O processo foi o mesmo para o vinho dos Vales da Uva Goethe.

cia (IP) e a denominação de origem (DO). O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é encarregado do registro das IG.

Cabe lembrar que a noção de indicação geográfica surgiu de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabores ou qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais. Ou seja, qualidades – nem melhores nem piores, mas típicas, diferenciadas – jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local. Assim, começou-se a denominar os produtos, que apresentavam essa notoriedade, com o nome geográfico de sua procedência. Os vinhos foram os primeiros nos quais se observou a influência, sobretudo dos fatores ambientais (clima, solo, relevo etc.). As qualidades de produtos como estes – ligados à origem –devem-se, todavia, ao ambiente por completo, que vai muito além das condições naturais e inclui o fator humano e suas relações sociais como elemento importante.

Desta maneira, o conceito de indicação geográfica mostra-se importante, pois valoriza as particularidades de diferentes produtos de diferentes regiões, valorizando, então, também estes territórios. Cria um fator diferenciador para produto e território, que apresentam originalidade e características próprias. Assim, as indicações geográficas não diferenciam, portanto, somente os produtos ou serviços, mas os territórios. Logo, em um primeiro momento, definiremos a IG como sendo um nome geográfico que distingue um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, porque este apresenta características diferenciadas que podem ser atribuídos à sua origem geográfica, configurando nestes o reflexo de fatores naturais e humanos.

De acordo com a lei brasileira nº. 9.279/96, a Indicação de Procedência (IP) é o nome geográfico de um país, cidade, região ou localidade que tenha adquirido notoriedade como centro de produção, fabricação ou extração de um determinado produto ou de uma determinada prestação de serviço. A Denominação de Origem (DO) é o nome geográfico de um país, cidade, região ou localidade que designa um produto ou um serviço “no qual as qualidades ou características devem-se, exclusivamente ou essencialmente, ao meio ambiente, incluindo os fatores humanos e naturais”.

A denominação de origem apóia-se sobre as provas de unicidade do produto, ou seja, de que um produto jamais poderá ser

igual se produzido fora da sua região de origem. Com relação a este selo, no entanto, ainda não é percebida nenhuma exigência particular sobre a biodiversidade cultural. Até hoje, nenhum produto brasileiro foi reconhecido como DO. Além disso, é difícil concluir sobre a percepção desta noção pelo órgão responsável. Isto é, os debates sobre este selo reforçam muito a necessidade de uma “prova científica” da ligação entre qualidade do produto e características do seu ambiente de origem. É frequentemente ressaltada, nas reuniões técnicas e nos seminários, a falta de programas de pesquisa e de resultados científicos sobre a tipicidade dos produtos e sua ligação com o meio.

Um recente projeto de pedido de DO, iniciado pelos produtores de arroz do litoral norte do Rio Grande do Sul, inclui pesquisas científicas aprofundadas. Estas mostram que as condições climáticas específicas – ligadas à proximidade do Oceano Atlântico e de uma grande lagoa – induzem o desenvolvimento de uma estrutura de grão de arroz bastante peculiar (NABINGER, 2007). Esses trabalhos têm um lugar central no dossiê de pedido de registro, pois eles demonstram as inter-relações produto-meio. Mas sua presença inibe outros elementos também necessários para as especificidades locais, ou seja, aqueles ligados aos conhecimentos locais (por exemplo, a cultura, a colheita e a preparação do arroz), além dos recursos genéticos locais. Ademais, estas iniciativas não consideram os eventuais impactos ambientais dessas produções agrícolas na região reconhecida como ambiente particularmente frágil. Conforme Chomenko (1997), por exemplo, existe uma forte incidência do cultivo do arroz relacionada à utilização de pesticidas nas lavouras, gerando uma carga de poluentes escoada na bacia da Lagoa dos Patos (RS).

Este enfoque científico sobre tal selo brasileiro demonstra limitações com relação à consideração da biodiversidade cultural e amontoa trabalhos que ressaltam que as provas científicas induzem, nos processos de qualificação, uma normalização dos produtos e dos sistemas de controles deixando, então, pouco espaço aos conhecimentos locais e aos agentes que dividem a cultura do produto local (CASABIANCA & SAINTE MARIE, 2000; DUBOEUF & DELFOSSE, 2000; SAINTE MARIE & BÉRARD, 2005). Nessa perspectiva, uma demanda de registro de uma DO que focaliza seus argumentos sobre trabalhos científicos parece pouco disposta a considerar os conhecimentos

locais e a biodiversidade cultural, o que implicaria na participação de numerosos agentes ao lado da esfera de especialistas.

Quanto às indicações de procedência (IP), podemos desde já reconhecer dois conceitos que repousam sobre distintas interpretações dos textos oficiais. O primeiro considera a IP como um instrumento orientado para a preservação das tradições e do patrimônio, e estabelece uma forte ligação entre a região de origem, a sua notoriedade (reputação) e o seu patrimônio (produto, homens, cultura). Esta se baseia na construção histórica e dos conhecimentos locais (*savoir-faire*) herdados. Na maioria dos casos, os proponentes desta concepção se referem ao modelo europeu.

A segunda concepção recorre à IP como um instrumento de competitividade sobre os mercados. Ela é geralmente percebida e administrada pelos agentes e promotores como uma marca coletiva. Nessa perspectiva, a reputação pode ser construída num curto espaço de tempo através de campanhas informativas e de *marketing*. O INPI ainda não tomou posição nesse debate, cuja evolução provavelmente dependerá dos futuros pedidos de indicação geográfica e de como estes irão consolidar e administrar seu selo de qualidade.

A falta de referências sobre a noção de biodiversidade cultural e a promoção de modelo de desenvolvimento ecologicamente sustentável nos textos legislativos sobre IG pode ser explicada por vários elementos. Em primeiro lugar, a lei sobre as IG refere-se à propriedade industrial (marcas, patentes), não considerando essa outra dimensão. Ao mesmo tempo, existem outros mecanismos jurídicos, como a institucionalização progressiva da conservação dos recursos naturais com o registro do patrimônio material e imaterial brasileiro coordenado pelo Ministério da Cultura (através do IPHAN) ou ainda pelas unidades de conservação sob responsabilidade do Ministério do Meio Ambiente (SANTILLI, 2000).

A legislação brasileira sobre propriedade intelectual protege hoje cinco indicações de procedência³: o Vale dos Vinhedos para o vinho (2002), o Cerrado Mineiro para o café (2004), o Pampa Gaúcho

3 Nós não consideramos aqui a *Cachaça do Brasil*, que é definida como indicação geográfica através de um decreto específico (Decreto Federal nº 4.062/01). Em abril de 2008, o INPI registrou em torno de 25 pedidos de registro para IG.

da Campanha Meridional para a carne bovina (2006), a cachaça de Paraty (2007) e o Vale dos Sinos para o couro acabado (2009). Essas cinco IP apresentam agentes, motivações e objetivos bastante diferentes. O aspecto comum entre elas reside na onipresença de apoio institucional tanto técnico e financeiro, quanto público e privado⁴ (LAGARES *et al.*, 2006; WILKINSON & CERDAN, 2008). Ao lado dessas IG, várias cadeias produtivas locais reivindicam uma forte ligação à origem e almejam, de certa forma, um reconhecimento oficial de sua especificidade e de sua origem.

3. A carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional e os vinhos dos Vales da Uva Goethe

Os dois casos estudados (carne bovina do Pampa Gaúcho e os vinhos dos Vales da Uva Goethe) localizam-se nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, respectivamente. Os produtos considerados são marcados por aspectos importantes em termos de biodiversidade cultural e de sustentabilidade.

4. Dois produtos ligados à história de povoamento do Brasil e desafiados pela modernização agrícola

Carne e vinho foram elaborados e aperfeiçoados pelos homens e pouco a pouco se tornaram produtos típicos. Na Argentina e no Sul do Brasil,

a famosa carne do pampa veio de fora, um dia, há cinco séculos, as vacas chegaram, elas se aclimataram, raças crioulas foram formadas, os produtores desenvolveram seu saber-fazer, a qualidade das forragens contribuiu... um produto típico então nasceu... (MUCHNIK, 2002).

Para melhor responder aos mercados, os criadores brasileiros introduziram raças britânicas no final do século XIX, que se adap-

4 Além do INPI e do Ministério da Agricultura, entidades de apoio à agricultura e a pequenas empresas, públicas (EMBRAPA, EPAGRI), para-públicas (SEBRAE) ou privadas (EMATER) e de pesquisa (Universidades, EMBRAPA) apóiam os produtores locais nesses processos.

taram aos campos naturais do pampa (FELIPPI, 2001). Essas raças misturam-se hoje com outros animais resultados de cruzamentos entre zebus e raças européias. Formados por vastas planícies, o Pampa corresponde, no Brasil, à metade sul do estado do Rio Grande do Sul e abrange cerca de 157.000 km². Os campos do Pampa, reconhecidos pela riqueza da sua biodiversidade, abrigam um grande número de espécies muitas vezes endêmicas, com aproximadamente 450 gramíneas, 150 leguminosas, 70 espécies de cactos, 385 pássaros e 90 mamíferos (NABINGER, 2007). Sobre a base de tal riqueza biológica, esta região é reconhecida como região destinada à engorda do gado bovino à base de pastagem, na qual se associa a qualidade da carne à originalidade do sistema de produção. Cabe salientar que apesar de sua riqueza biológica, o Pampa é um dos Biomas com menor percentual de área legalmente protegida.

Não se pode compreender o Pampa sem a cultura gaúcha, que se construiu em torno de um modo de vida e em um ambiente voltados para a criação de bovinos e de cavalos. Os gaúchos formam um grupo social e cultural específico no Brasil (AVILA, 2005). A pecuária condiciona cada aspecto da vida cotidiana dos gaúchos: suas vestes (bombachas, calças largas abotoadas no tornozelo), seus jogos, sua comida baseada numa maneira específica de preparar a carne (churrasco) e de conservá-la (charque, carne seca ao sol e conservada com sal).

Ao seu lado, a vitivinicultura brasileira é fortemente ligada à tradição italiana e ao processo de ocupação do território brasileiro. No final do século XIX, a demanda crescente de mão-de-obra nas lavouras de café – seguida da abolição da escravatura (1888) – e a “necessidade” de povoação das regiões fronteiriças no Sul conduziram o Imperador do Brasil, Pedro II, a favorecer a vinda de famílias de imigrantes (essencialmente artesãos e camponeses alemães e italianos). Ao chegar, os imigrantes recebiam lotes de terra, cuja área variava entre cinco e 30 hectares. Muitas vezes isolados dos eixos de circulação, essas populações se estabeleceram tendo como base uma agricultura tradicional de policultura e criação de animais para o autoconsumo.

Nesse contexto, a produção de uva e de vinho para o consumo e comercialização regional destaca-se a partir do início dos anos

1920, 40 anos depois da chegada dos primeiros imigrantes. A maioria da produção é oriunda de variedades americanas (*Vitis labrusca*) ou híbridos cultivados sobre sistemas de pérgola ou latada⁵. As variedades Isabel, Bordô, Courdec são utilizadas por agricultores familiares para a fabricação de suco de uva e vinho tinto de mesa. As variedades Niagara, Villenave e Goethe para vinhos brancos típicos, originais (DESPLOBINS, 2001). Segundo o mesmo autor, as variedades Niagara e Goethe são passíveis de concorrência com vinhos elaborados a partir de variedades de *Vitis vinifera* em razão de seus aromas, que lhes conferem uma qualidade reconhecida por seus consumidores e pelo mercado. Distribuída em todo o Sul do Brasil, a variedade Goethe é um híbrido (*Vitis vinifera* x *Vitis labrusca*) que se adaptou muito bem às condições climáticas e aos solos da região, principalmente na região de Urussanga, onde ela expressa todo seu potencial, oferecendo um vinho de qualidade superior. Isso devido, sobretudo, a uma mutação natural da variedade na propriedade de um agricultor que, após ter guardado o segredo durante muitos anos, o difundiu para toda comunidade (VELLOSO, 2008). Esta tipicidade já havia sido reconhecida nos anos 50. A região de Urussanga, considerada como a “capital do vinho” é consagrada “terra do bom vinho e da cultura italiana” (REBOLLAR *et al.*, 2007, p. 30).

Os anos de glória do início do século XX desses dois produtos acabam com as novas orientações da política agrícola do Brasil. O modelo produtivista da agricultura difunde-se e conduz à emergência de novas regiões, mais produtivas. Os agricultores familiares e produtores extensivos têm dificuldades para preservar seus recursos biológicos e culturais e para justificar modos de produção que dificilmente adequam-se às novas normas de desenvolvimento agrícola e do agronegócio dos anos 1970. Em busca de novas opções produtivistas, os homens empenham-se e a lenta degradação desses ecossistemas começa.

Para melhorar a competitividade dos produtos agrícolas, os campos da região do Pampa foram sede de numerosos experi-

5 Este sistema tradicional é originário da região de Trento na Itália. O dossel vegetativo da videira é sustentado por um aramado horizontal, à altura de um homem, escorado por postes (DESPLOBINS, 2001).

mentos e de projetos de introdução de material genético exótico (vegetal e animal). Certas espécies revelaram-se ameaçadoras para a especificidade e a perenidade do ecossistema. Nos últimos anos, pesquisadores chamam a atenção aos poderes públicos e aos produtores sobre a degradação dos campos naturais. Estudos recentes estimam o desaparecimento de aproximadamente 140.000 hectares de campos naturais por ano, ao longo desses últimos 30 anos (NABINGER, 2007).

O desenvolvimento recente – e de grande amplitude – de plantações de florestas exóticas ou a monocultura de soja contribuem para esta forte diminuição. Destinadas a fornecer matéria primária à indústria de papel e celulose, as plantações de eucaliptos substituem os campos nativos e modificam a paisagem. Outro fator está ligado à estrutura agrária e ao modelo de repartição das terras. Ao lado de grandes proprietários de muitas centenas, às vezes milhares de hectares, subsistem inúmeras pequenas produções familiares. Estas representam mais de 70% dos produtores da região (RIBEIRO, 2001). Essa repartição desigual de terras pode ser associada ao processo histórico de ocupação das terras nesta região, fortemente marcada por guerras entre as fronteiras. Na medida em que a prioridade é dada aos produtores que possuem as técnicas e os meios financeiros que permitem produção e distribuição de alimentos agro-alimentares competitivos e rentáveis, a agricultura familiar é negligenciada pelo poder público, sofrendo numerosas lacunas financeiras, organizacionais e técnicas. É também nessas propriedades familiares que se encontram as parcelas mais degradadas pela falta de espaço e de pastagem para o gado.

As ameaças sobre o vinho de Urussanga são de outra natureza. Encontramos sua origem no desenvolvimento do setor vinícola. As primeiras plantas de videiras introduzidas sobre o solo brasileiro, variedades da espécie europeia *Vitis vinifera* provenientes dos Açores e da Ilha da Madeira, resistiam pouco às condições climáticas tropicais e subtropicais. Elas são então progressivamente abandonadas e deixam espaço para as variedades rústicas, particularmente da espécie *Vitis labrusca*, originárias da América do Norte. As uvas negras púrpuras, com cascas espessas, têm um aroma “foxado” e conferem ao vinho um gosto típico. Até o final dos anos 70, a viticultura

brasileira se desenvolve com essas variedades, privilegiando a produção em quantidade ao risco de alterar a qualidade dos produtos, sua imagem e sua reputação. Isso fez com que o Brasil ganhasse a reputação de fabricar vinhos de qualidade inferior.

A partir dos anos 70, os primeiros esforços para a produção de vinhos finos de *Vitis vinifera* aparecem no Sul do Brasil, estimuladas por empresas multinacionais. Inovações técnicas são introduzidas e conduzem a uma sensível melhoria na qualidade dos vinhos de *vinifera*. Elas são igualmente acompanhadas de uma reorganização da cadeia vitivinícola e a emergência de vinícolas particulares⁶. Esses avanços tecnológicos definitivamente não descartaram a produção de variedades americanas, que representam ainda uma grande parte das videiras cultivadas (produção de suco e de uvas de mesa). No entanto, tensões emergem entre diferentes regiões, juntamente com um discurso dominante, no qual as estratégias de melhoramento da qualidade do vinho passam necessariamente por um abandono das variedades americanas e híbridas. Na região de Urussanga, antes da implementação do projeto de valorização, os produtores arrancavam pouco a pouco seus últimos pés de videira da variedade Goethe – variedade híbrida – que contribuiu amplamente para o reconhecimento da região.

5. A valorização pela origem para a carne do Pampa brasileiro e o vinho de Urussanga: quais os atores e quais lógicas?

Frente a essas dificuldades, organizações de produtores e agentes públicos se questionam. Como não comprometer a riqueza dos recursos biológicos e culturais específicos no Pampa e na região de Urussanga? Como valorizar aquilo que constrói a identidade e a especificidade local? A Indicação Geográfica aparece para esses agentes como um instrumento econômico de valorização de recursos locais específicos em benefício aos produtores e ao conjunto da região.

6 Aparecem neste momento sistemas de degustação/venda direta nas propriedades familiares.

5.1 A carne do Pampa brasileiro

A indicação de procedência “Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” é oficialmente reconhecida pelo INPI em dezembro de 2006. O projeto foi elaborado no plano de um programa que procura melhorar as principais cadeias agrícolas através da formação de operadores, de uma melhor organização do setor e da valorização das produções locais⁷. Em agosto de 2008, a APROPAMPA (Associação dos Produtores da carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional) reunia 66 pecuaristas, dois comerciantes, um abatedouro e recebia um apoio institucional ativo por parte do SEBRAE, da FARSUL e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Os produtores são em geral grandes latifundiários, cuja área de suas propriedades é estimada entre 500 e 15.000 hectares e o número de cabeças de gado de 800 a 10.000. As razões do número reduzido de participantes no projeto (66 pecuaristas numa região que conta com milhares de produtores) e a ausência de pequenos pecuaristas encontram-se mesmo no processo de elaboração e de difusão desse selo de qualidade. Poucos criadores na região são informados da possibilidade de valorização de sua carne pela IG. Além disso, existem outros programas de certificação menos exigentes.

O caderno de normas (ou regulamento de uso) da IG organiza-se em torno de seis critérios de produção: uma zona cobrindo 1,2 milhões de hectares, duas raças britânicas (Angus e Hereford), uma alimentação a base de pasto, um tempo de engorda mínimo de doze meses dentro da área delimitada, os pecuaristas têm a obrigação de identificar os animais (brincos) e de fornecer os animais com uma conformação específica para o abate. A definição das normas foi um processo difícil, pois os produtores não concordavam todos sobre a escolha das raças e as restrições alimentares.

A idéia era de trabalhar com raças britânicas por duas razões. De um lado, as raças Hereford e Angus são integradas há muito tempo na paisagem. Sua criação se apóia sobre um sistema de

7 O programa é coordenado pela entidade autônoma de serviço de apoio à micro e pequenas empresas (SEBRAE), o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e a Federação Agrícola do Rio Grande do Sul (FARSUL).

produção que valoriza a diversidade florística e a qualidade dos campos naturais. Por outro lado, excluir o sangue zebu da indicação geográfica era um meio de se diferenciar da produção do Centro-Oeste⁸ (VITROLLES, 2007).

As orientações propostas no caderno de normas visam diferenciar qualitativamente a pecuária no Pampa com práticas culturais que permitem valorizar e preservar o ecossistema, seus recursos biológicos e culturais (NABINGER, 2007). Isto é, a IP resulta ao mesmo tempo de uma iniciativa coletiva fundada sobre a prospecção do mercado europeu e a segmentação do mercado nacional: a valorização da carne por uma IG visa um melhor acesso aos mercados nacionais e internacionais e um ganho de competitividade em relação à produção em massa do zebu. O objetivo prioritário para o SEBRAE e os produtores é a agregação de valor através de uma melhor remuneração da carne (com relação ao fluxo do mercado à altura) de 5% em 2008, 10% em 2009 e até 15% em 2010.

A análise do dossiê de pedido de IP e entrevistas com os titulares do projeto evidencia uma discussão permanente entre os instrumentos mercantis (rastreabilidade, segurança alimentar), mas também sobre a história, os homens, a tradição e o meio natural. Durante a elaboração das normas de produção, os pecuaristas mobilizaram diferentes dimensões da ligação ao território. Eles também reafirmaram a ancoragem histórica, a importância da cultura gaúcha na pecuária e engorda do gado na região. Do mesmo modo, eles evocaram os impactos potenciais para o desenvolvimento local, sobretudo em termos turísticos e gastronômicos (AVILA, 2005; VITROLLES, 2007). Hoje, o número insignificante de pecuaristas associados ao processo e ao rigor das normas levam a um volume de produção bastante reduzido: somente 50 animais são em média abatidos a cada semana desde o início do projeto. Mesmo com essas dificuldades, os produtores envolvidos persistem em inscrever-se numa lógica de mercantilização da ligação

8 Os animais da raça Zebu (*Bos indicus*) foram introduzidos mais recentemente, sua rápida adaptação aos climas tropicais permitiram a emergência de novas regiões de produção nas zonas de fronteiras agrícolas: Centro-Oeste do Brasil e Amazônia. Hoje, os zebrus representam 80% do rebanho brasileiro.

à origem associada à valorização de seu patrimônio e buscam produtores que queiram aderir ao processo.

5.2 Os vinhos dos "Vales da Uva Goethe"

Numa região onde a economia é muito diversificada, o desenvolvimento industrial, o exôdo rural e as crises agrícolas desses últimos anos conduziram ao estrangulamento do setor vitivinícola local. Em 2008, na região de Urussanga, conta-se nada mais que 171 hectares de videiras e uma quarentena de produtores de uvas cujo vinhedo cobre em média 4,5 hectares (entre 1 e 20 de acordo com os produtores). A Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe da Região de Urussanga, a PROGOETHE, foi criada em 2005. Ela agrupa sete vinícolas, doze produtores de uva, pousadas, donos de restaurantes e comerciantes. Esta estratégia coletiva se insere num movimento de valorização identitária do vinho Goethe através da implementação de uma IP (VELLOSO, 2008).

Também aqui muitas instituições estão envolvidas no projeto: o SEBRAE, a EPAGRI⁹ e a Universidade Federal de Santa Catarina, assim como o governo do Estado de Santa Catarina e as prefeituras. Como no caso da carne bovina do Pampa Gaúcho, os agentes esperam uma melhor valorização econômica de seu produto. Eles enfatizam o desenvolvimento de um produto certificado, correspondente às exigências dos consumidores. A reconstrução histórica do desenvolvimento do vinho da região e da colonização italiana juntamente com as características específicas da variedade na região permite reafirmar a inscrição territorial e a especificidade de um produto renomado em outros tempos. Ao revalorizar a variedade híbrida Goethe, os produtores tentam diferenciar-se dos vinhos ditos de qualidade inferior da variedade americana assim como os vinhos finos produzidos no sul do Brasil.

A delimitação da zona de produção foi objeto de um trabalho bastante preciso, baseado nas aptidões do solo e nas condições

9 A EPAGRI é a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina.

microclimáticas. O caderno de normas está ainda em processo de construção. Numerosas discussões giram em torno das técnicas de vinificação. Os viticultores pediram apoio a enólogos e especialistas, buscando construir um novo produto, com características que lembrem o produto local, mas também que atendam às novas exigências dos consumidores de hoje. Vários ajustes técnicos foram então elaborados: controle de temperatura de fermentação, utilização de leveduras selecionadas, melhoramento das práticas de conservação do vinho. Hoje, os vitivinicultores consideram ter melhorado suas técnicas de produção (uva e vinho), preservando sempre os aromas que marcam a tipicidade do vinho Goethe.

É interessante ressaltar que, nesses processos de construção da IG, os agentes mobilizam às vezes recursos endógenos, mas também exógenos (raças britânicas, variedade americana ou européia de uva). A importância atribuída ao local pode ser fortemente reivindicada não somente pelo viés de eventos sociais marcantes (guerras no Sul, migrações italianas), mas também pela descrição do meio e da sua biodiversidade (campos nativos).

6. A consideração progressiva da diversidade cultural e da biodiversidade e da sustentabilidade

O estudo das condições de emergência das indicações geográficas no Brasil mostra que os projetos coletivos de valorização da origem passam por um esforço de patrimonialização da produção (reativação da profundidade histórica e cultural do produto). Assim como pela projeção no futuro através da definição de estratégias de comercialização e de regras de produção (caderno de normas). Os viticultores não hesitaram em mobilizar uma fotógrafa e uma historiadora para escrever um livro sobre a história e a importância econômica da variedade Goethe na região (REBOLLAR *et al.*, 2007). Essas estratégias têm assim conduzido os promotores a “fazer o *tour* do proprietário¹⁰(...), e a reencontrar (...) às vezes reinventar um território, um passado, uma tradição... um patrimônio natural” (CORMIER SALE & ROUSSEL, 2005, p.525),

10 Para citar o Eric de Garine (CORMIER SALEM & ROUSSEL, 2005).

a portar um novo olhar, a construir uma visão compartilhada do território e de seus recursos biológicos e culturais. Isso desencadeia iniciativas coletivas inovadoras.

Enquanto os produtores da APROPAMPA começam a se inserir nos debates sobre a sustentabilidade do Pampa, os produtores da PROGOETHE inscrevem seu produto na Arca do Gosto do programa Slow Food¹¹. Ao participar desses espaços de encontro e reflexão, os agentes dos territórios começam a tomar parte nas discussões sobre a promoção e a manutenção da diversidade biocultural ou ainda mesmo sobre o turismo sustentável e gastronômico.

Essas últimas iniciativas permitiram consolidar as posições dos produtores que tiveram que enfrentar importantes resistências. Nos dois casos, na verdade, as estratégias propostas vão, de certa forma, contra os paradigmas e modelos tecnológicos dominantes. Entende-se aqui por paradigma, as idéias preconcebidas que são ditadas por hábitos, experiências, culturas, que vão, nesse caso, ao detrimento da riqueza biológica e saber-fazer locais. Os produtores de carne bovina devem então quebrar a imagem segundo a qual os campos naturais seriam pouco adaptados para a produção animal. Esta idéia é, atualmente, amplamente difundida entre os pecuaristas e os técnicos. Os trabalhos sobre as pastagens e os campos naturais confirmam que esses ecossistemas são frágeis e que sua “exploração” necessita da implementação de novas práticas de gestão dos rebanhos, com uma atenção especial para a carga animal (NABINGER, 2007). A idéia segundo a qual a qualidade do vinho produzido a partir de variedades americanas (*Vitis labrusca*) ou híbridas é inferior é amplamente propagada entre os consumidores e os produtores de “vinhos finos”. Ainda, o projeto de indicação geográfica vinhos dos Vales da Uva Goethe fazem objeto de numerosos debates e de discussão em meio à cadeia produtiva vinícola. Devemos reconhecer como produto de qualidade, um vinho elaborado a partir de uma variedade rústica? Não devemos reservar esse selo de qualidade para os vinhos finos – somente de variedades de *Vitis vinifera*?

11 *Slow food* é uma associação internacional que busca preservar as gastronomias regionais, bem como as plantas, as sementes, os animais domésticos e as técnicas agrícolas e culturais ligadas a elas.

Revelamos que de um ponto de vista social, os membros das duas associações demonstram grande satisfação de sua iniciativa. Durante as entrevistas, eles declararam estar dispostos a participar de novos convites privados ou públicos para testemunhar sua experiência e para contribuir na construção de um projeto favorável à sua região. Sendo o número de experiências ainda bastante reduzido e a noção de IG ainda pouco conhecida, os promotores das quatro primeiras IG brasileiras geralmente são solicitados para participar de formações e conferências. Pouco a pouco, essas associações de defesa e promoção dos produtos são consideradas no seio das regiões como novos agentes de desenvolvimento territorial sustentável, representando uma parte da sociedade civil. Esse fato foi enfatizado nos trabalhos sobre a IG Vale dos Vinhedos onde se demonstra o papel central da associação na definição do plano diretor do município (FLORES, 2007; CERDAN *et al.*, 2008). Esses promotores encontram-se mobilizados, portanto, para falar também dos problemas ambientais de sua região e se engajar nos projetos de preservação dos recursos naturais.

O interesse da ONG internacional BirdLife¹² de associar os produtores da APROPAMPA nas suas ações de conservação do bioma Pampa se inscreve nesta perspectiva. Os produtores tiram lições dessas trocas: seu projeto é sólido, reconhecido como processo sério, a emergência do tema da gestão dos recursos naturais e os potenciais papéis das IG, sua importância – no início inesperada (ou ignorada) – da dimensão ambiental como força de venda de seu produto. Em seguida, é necessária a construção de um dispositivo de troca e a elaboração de um discurso coletivo integrando uma visão nova sobre a valorização econômica e a preservação do patrimônio local.

Essa fase corresponde à construção da relação de troca de produtos entre os produtores do projeto e os consumidores. A mobilização da noção de diversidade biológica e cultural pelos agen-

12 *BirdLife International* é um movimento de conservação da natureza e dos pássaros, cuja esfera de ação estende-se desde a ação local até o nível da política internacional.

tes entra, então, no processo de especificação e de diferenciação. A carne bovina do Pampa não é somente um produto de origem certificada – qualidade superior –, ela contribui também para a “promoção do desenvolvimento sustentável do Pampa, conciliando valor agregado e proteção ambiental” (extraído da entrevista de um pecuarista da associação na revista eletrônica especializada ECODEBATE, 2007)¹³. Os promotores de IG constroem, assim, um discurso em torno de seu produto, que ultrapassa a simples conexão do produto a sua origem. São, portanto, anunciadas e asseguradas práticas de segurança alimentar, bem como práticas ecológicas e culturais (pecuarista gaúcho, vitivinicultura italiana). No momento no qual, no Brasil, a noção de IG não é ainda bem conhecida pelos consumidores, os promotores devem demonstrar a originalidade de suas estratégias com relação a uma marca coletiva. A demanda crescente de países europeus por produtos socialmente e ecologicamente corretos ou produtos que afirmem uma identidade cultural motiva os produtores a reforçarem seu discurso e suas práticas numa perspectiva de desenvolvimento sustentável. A associação dos pecuaristas do Pampa, que visa o mercado europeu, incorporou muito rapidamente a oportunidade da colaboração com uma ONG ambientalista, sabendo que, em breve, isso será uma importante vantagem competitiva.

Elementos de diferentes naturezas são mobilizados pelos promotores do projeto. Alguns visam reforçar a credibilidade coletiva frente aos consumidores, concorrentes e membros da sociedade local. Podemos citar, por exemplo, a colaboração de instituições públicas e a definição de regras e de controle. Outros visam reforçar o conhecimento mútuo entre produtores e consumidores e a instaurar uma relação de troca baseada na confiança. Eles se referem a selos oficiais, marcas, logos, ou ainda a momentos de convivialidade, a visitas a vinícolas e degustação de vinhos, cartazes, pratos publicitários, filmes ou livros ilustrados.

13 LANNA, 11 dec.2007, www.ecodebate.com.br

7. Elementos de conclusão

A indicação geográfica é ainda uma noção pouco conhecida no Brasil. No entanto, muitos pesquisadores e agentes se interessam e trabalham para uma melhor apropriação e uma maior difusão do conceito¹⁴. A ausência de enquadramento e de políticas públicas claramente definidas deixa a porta aberta a todas as interpretações de textos legislativos e as utilizações possíveis desse selo de qualidade. A indicação geográfica no Brasil não parece, *a priori*, um instrumento para estabelecer uma ponte entre valorização econômica e preservação da biodiversidade ou implementar processo de desenvolvimento territorial sustentável. Todavia, a análise de dois projetos de indicação geográfica, mostra que, apesar dessas falhas, tal estratégia obriga os agentes locais a repensarem suas inter-relações com o meio. Levados a buscar um novo olhar sobre o seu território – ou ao menos um novo discurso – eles tomam consciência de certos problemas ligados à conservação dos recursos bioculturais. Conectados em seu próprio jogo, eles tornam-se parceiros potenciais para a construção de um mundo rural sustentável e a defesa da biodiversidade cultural.

Recebido em 10.2.2009
Aprovado em 18.3.2009

Referências

- AVILA, M. N. L. Elementos comprobatórios do reconhecimento do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional como indicação de procedência do produto carne e seus derivados. **Relatório final**, 2005, 249 p.
- BERARD, L.; MARCHENAY, P. Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. **International social science journal**. Cultural diversity and biodiversity, v. 187, 2006.

14 O Ministério da Agricultura MAPA organiza desde 2007 cursos de capacitação sobre as IG, vários eventos, oficinas de trabalho, seminários, simpósios, buscando, de certa forma, discutir os desafios e as perspectivas de desenvolvimento das IG no Brasil.

BONNAL, P.; MALUF, R. S. Do uso da noção de multifuncionalidade e território nas políticas agrícolas e rurais no Brasil. In: LIMA, E. N.; DELGADO, N. G.; MOREIRA, R. J. (Org.). **Mundo Rural IV - configurações rural-urbanas: poderes e políticas**. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2007.

BOISVERT, V.; CARON, A. Compétition entre les normes dans le construction de marchés pour la biodiversité. In: **ERS (47th Congress) and ASRDLF (44th Congress)**, Paris, 29 Ago-2 Set 2007, n. 22, 2007.

CASABIANCA, F.; SAINTE MARIE, (de) C. L'évaluation sensorielle des produits typiques. Concevoir et Instrumenter l'épreuve de la typicité. In: **67th EAAE Seminar**, Le Mans (France), Paris Inra ESR, Parle Universita degli Studi di Parma: 269-276. 2000.

CERDAN, C.; SOUZA, M. C.; FLORES, M. El patrimonio cultural como elemento estratégico para el desarrollo territorial: dos casos de la inmigración italiana en Brasil. In: **Desarrollo territorial rural con identidad cultural: experiencias y proyecciones en América Latina**, Lima, IEP-RIMISP: 65. 2008.

CHOMENKO, L. Impactos negativos do arroz irrigado nos ecossistemas e recursos hídricos. In: Reunião da Cultura do Arroz Irrigado, 22, Balneário Camboriú, 1997. **Anais**. Florianópolis: EPAGRI, 1997.

CORMIER-SALEM, M. C.; JUHÉ-BEAULATON, D.; BOUTRAIS, J.; ROUSSEL, B. (Ed.) **Patrimonialiser la nature tropicale**. Dynamiques locales, enjeux, internationaux. Paris, IRD Éditions, coll. Colloques et séminaires.

CORMIER-SALEM, M. C.; ROUSSEL, B. Conclusion. In: **Patrimoines au Sud**. Paris, France: IRD, 2005.

DOWNES, D. R.; LAIRD, S. A. **Innovative Mechanisms for Sharing Benefits of Biodiversity and Related Knowledge**. Case Studies on Geographical Indications and Trademarks. *Documento preparado para UNCTAD Biotrade Initiative*. 1999.

DESPLOBINS, G. **Résistance ou réactivité des producteurs face aux incitations des dispositifs institutionnels: les viticultures Riograndense et Catarinense du sud-brésilien**. Mémoire de Master of Science (CNEARC, Montpellier) sous la direction de Pascal Byé et Fabrice Dreyfus, 2001.

DUBEUF, B.; DELFOSSE, C. Quels enseignements tirer des modifications des aires de production des fromages AOC pour éclairer la question de l'argumentaire de délimitation ? In: **The Socio-economics of Origin Labeled Products in Agri-food Supply Chains: Spatial, Institutional and co-ordination Aspects**. INRA, Actes et communications du département ESR, v. 17, 2000.

DUTFIELD, G. Can the TRIPS Agreement Protect Biological and Cultural Diversity? **Biopolicy International Series**. Nairobi: ACTS Press. n.19, 1997.

FELIPPI, E. E. Ecosystèmes et pauvreté: la pampa brésilienne et les facteurs institutionnels et historiques dans la formation d'un développement inégal. In: **Colloque Pauvreté et Développement Durable**, Bordeaux, 22–23 novembre 2001, n. 17, 2001.

FLORES, M. La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. **OPERA**. Bogotá, v. 7, 2007.

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.

MUCHNIK, J. Les systèmes agroalimentaires localisés: intérêt, approche, interrogations. In: **Colloque SYAL**, 16-18 Outubro 2002, Montpellier, CD ed. CIRAD, França. 2002.

NABINGER, C. **Os campos sul-brasileiros: bioma Pampa como parte dos campos sulinos. Por que uma IG dentro do Bioma? Como delimitar esta IG? Apresentação (Bento Gonçalves), outubro 2007, 47 diapositivos**. 2007.

POSEY, D. A. **Cultural and spiritual values of Biodiversity**. Nairobi: Unep, Intermediate technology publication, 1999.

REBOLLAR, F.; VELLOSO, C. Q.; ERN, R.; VIEIRA, H. J.; SILVA, A. L. **Vales da Uva Goethe**. Urussanga: PROGOETHE, 2007.

RIBEIRO, C. M. **Pecuária familiar na região da campanha do RS: definições e estratégias**. 2001.

SAINTE MARIE, (de) C.; BERARD, L. Comment les savoirs locaux sont pris en compte dans l'AOC. In: **Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France**, CIRAD/iddri/IFB/INRA/CEMAGREF/Ifremer, Ed. QUAE, França: p.183-190, 2005.

SANTILLI, J. **A proteção legal aos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade: o artigo 8 da Convenção da Diversidade Biológica e as propostas para sua implementação no Brasil e em outros países.** Brasília: ISA, 2000.

VELLOSO, C. Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC).** 2008. Dissertação de mestrado em Agroecossistemas (Universidade Federal de Santa Catarina), 2008.

VITROLLES, D. **Construction sociale et institutionnelle du lien à l'origine dans le cadre de l'émergence des Indications Géographiques au Brésil: Cas de la viande do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.** 2007. Dissertação de mestrado em geografia (Université Lumière Lyon 2, France), 2007.

WILKINSON, J.; CERDAN C. **A Brazilian perspective on geographical indications.** In: **SINER-GI Final conference**, Genebra (Suíça), 23-24 juin 2008.

Abstract

Placing value on the products and patrimony of rural lands in southern Brazil: contribution to sustainable land development.

This article contributes an analysis of the way in which agents of rural development have elaborated and implemented mechanisms to place value on the local specificities within two states of Brazil's southern region. Within this context, consideration of biological and cultural diversity from a perspective of sustainable development imposes itself, whether directly or indirectly. We base our argument on two case studies of experiences that promote these mechanisms through placing emphasis on *origins*: i) beef produced in native pastures of Rio Grande do Sul and ii) Goethe wine, made in the Urussanga region of Santa Catarina. Both cases are considered illustrative of the current phase of evolution of debates dealing with the interface of geographic origins, protection of national heritage and sustainable rural development.

Keywords: rural development, sustainable development, cultural heritage, Southern Brazil.

