



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

**MÁRCIA FILGUEIRAS REBELO DE MATOS**

**PATRIMÔNIOS CULINÁRIOS COMO INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: ANÁLISE  
DA CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM ALIMENTAR NO BRASIL E NA ESPANHA**

**Salvador**

**2025**

**MÁRCIA FILGUEIRAS REBELO DE MATOS**

**PATRIMÔNIOS CULINÁRIOS COMO INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: ANÁLISE  
DA CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM ALIMENTAR NO BRASIL E NA ESPANHA**

Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (POSGEO) do Instituto de Geociências (IGEO) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Linha de Pesquisa Análise Urbana e Regional.

Orientador: Prof. Dr. Alcides dos Santos Caldas.  
Coorientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Laise Cedraz Pinto Matos.

**Salvador**

**2025**

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Universitária de Ciências e Tecnologias Prof. Omar Catunda, SIBI – UFBA.

M433 Matos, Márcia Filgueiras Rebelo de

Patrimônios culinários como Indicações Geográficas: análise da construção da paisagem alimentar no Brasil e na Espanha / Márcia Filgueiras Rebelo de Matos. – Salvador, 2025.

215 f.

Orientador: Prof. Dr. Alcides dos Santos Caldas.

Coorientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Laise Cedraz Pinto Matos.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia. Instituto de Geociências, 2025.

1. Propriedade intelectual. 2. Patrimônio culinário. 3. Alimento tradicional. 4. Saber fazer. 5. Gastronomia. 6. Geografia cultural. I. Caldas, Alcides dos Santos. II. Matos, Laise Cedraz Pinto. III. Universidade Federal da Bahia. IV. Título.

CDU: 911.3:641(81)(460)

MÁRCIA FILGUEIRAS REBELO DE MATOS

**PATRIMÔNIOS CULINÁRIOS COMO INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM ALIMENTAR NO BRASIL E NA ESPANHA**

Trabalho final apresentado à Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Geografia.

Salvador, 07 de outubro de 2025.

**BANCA EXAMINADORA**

Documento assinado digitalmente

 ALCIDES DOS SANTOS CALDAS  
Data: 13/11/2025 10:37:54-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr Alcides dos Santos Caldas (Orientador)  
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Documento assinado digitalmente

 LAISE CEDRAZ PINTO MATOS  
Data: 13/11/2025 13:34:45-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Laise Cedraz Pinto Matos (Coorientadora)  
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Documento assinado digitalmente

 JULIANA CRISTINA FRANZ  
Data: 13/11/2025 16:54:58-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Juliana Cristina Franz  
Universidade Federal do Rio Grande (FURG)

Documento assinado digitalmente

 LUIS PAULO BATISTA DA SILVA  
Data: 13/11/2025 16:49:13-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Luiz Paulo Batista da Silva  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Documento assinado digitalmente

 RYZIA DE CASSIA VIEIRA CARDOSO  
Data: 13/11/2025 12:56:54-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Ryzia de Cássia Vieira Cardoso  
Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Firmado por RIBAS  
ALVAREZ ALFONSO -

Dr. Alfonso Ribas Álvarez  
Fundación Juana de Vega (FJV)

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente a Deus e à espiritualidade maior, por me concederem essa oportunidade de crescimento profissional tão desejada. Foi um longo percurso, mas sempre segui fortalecida na fé, inspirada pelos meus guias espirituais, sentindo-me protegida e direcionada rumo a um propósito maior.

Agradeço a toda a minha família, em especial, meus pais, irmão e sobrinho, pelo incentivo, carinho e paciência, que sempre fizeram parte da nossa relação e que se fortaleceu ainda mais na condução desse trabalho, o qual exigiu de mim mesma ainda mais foco, disciplina e responsabilidade. Nossa amor se renova diariamente e sou imensamente grata ao universo por ter o privilégio de ter nascido nesse núcleo familiar.

Agradeço aos meus amigos “da vida toda”, em especial a Tina e a Marley, por sempre acreditarem no meu potencial e estarem positivamente na torcida. A vida nos levou para lugares bem distantes, mas durante o desenvolvimento desse estudo, tivemos a sorte dos reencontros presenciais e relembrar a minha essência me fortaleceu muito.

Agradeço aos meus amigos, que minha formação profissional me presenteou, que tanto me encorajam, trazem ideias e contribuem para a melhoria do meu trabalho, além de deixarem a rotina desta extensa caminhada mais leve e prazerosa. Considerando minha trajetória acadêmica, a imersão que o doutoramento requer e a sorte de encontrar pessoas tão generosas nesse percurso, a lista é bastante volumosa. Lembro de todos com carinho e cito aqueles que participaram de forma mais próxima nesse processo: Jana, Priscilla, Juliede, Ícaro, Lu, Diogo, Mari, Bete e Bethina.

Agradeço a minha psicóloga, Dra. Bruna Imrota, por resgatar meu potencial tantas vezes ao longo de anos de relacionamento paciente-terapeuta. No Doutorado, não foi diferente. Nem tenho palavras para demonstrar a gratidão de saber que posso contar com ela em todos os momentos, principalmente nos mais difíceis. Tentamos nessas ocasiões guardar nossos medos só para nós mesmas, mas trazer à tona e ressignificar com uma profissional talentosa, transforma todas as trevas em luz. Depois da tempestade, vibrar com alguém que vibra com você de verdade, não tem preço. Ela é essa pessoa.

Não sendo terapia, mas sendo terapêutico, aproveito para agradecer também ao *Personal Trainer Esp.* Mateus dos Santos e à equipe de Natação Peixinho Porto da Barra (em especial à Professora Peixinho, Portela e Carminha), por me ajudarem com minha saúde mental, com muito companheirismo na prática de exercícios físicos, que tanto me auxiliam a desopilar. Confesso os vários tropeços que cometí nesse período (leia-se sumiços, principalmente na reta

final), mas o incentivo de todos vocês melhorou muito minha qualidade de vida e fez toda a diferença durante esse processo.

Em relação à composição da minha orientação, considero-me privilegiada por ter tido a honra de contar com dois profissionais de tão elevado nível ao meu lado, que, com primor e minuciosa atenção, me direcionaram na condução de cada atividade idealizada. Agradeço ao meu orientador, Prof. Dr. Alcides dos Santos Caldas, pela confiança e por tantos ensinamentos. Conhecê-lo, definitivamente, mudou a minha forma de pensar no mundo e sobre o mundo. Sua entrega ao trabalho que desenvolve é inspiradora, serei eternamente grata por todas as oportunidades que me deu ao longo desse processo, e foram muitas. Não tenho palavras para dimensionar o quanto amadureci e humanizei a minha pesquisa, ao observar as suas práticas em campo. Se hoje tenho segurança em afirmar que saio do Doutorado como uma pesquisadora melhor, mais sensível ao meu redor, mais firme quanto à tomada de decisões e mais integrada à sociedade, a maior parte dessa importante mudança devo a ele.

Agradeço a minha coorientadora, Profa. Dra. Laise Cedraz Pinto Matos, por aceitar esse desafio e por me ajudar a desenvolver esse trabalho com tantas ideias inovadoras, de forma plenamente articulada com o perfil pluridisciplinar que a pesquisa delineou. Sua parceria fez toda a diferença e sua coragem, disponibilidade e entrega são contagiantes. Ter me estendido a mão e oferecido sua escuta ativa nessa brusca guinada entre áreas de atuação (das ciências exatas para as humanas), me trouxe um suporte a mais para enfrentar os desafios que essa transição naturalmente impôs. Fico lisonjeada por ter acolhido esse pleito, feliz com tanta dedicação e plenamente satisfeita pela nossa relação ter se estreitado de uma forma tão orgânica e respeitosa.

Agradeço aos meus colegas dos grupos de pesquisa Segurança Alimentar e Comércio Informal de Alimentos - SACIA (Escola de Nutrição/UFBA) e Território, Propriedade Intelectual e Patrimônio - TERPI (Instituto de Geociências/UFBA), por todas as trocas. Agradeço especialmente à Profa. Dra. Ryzia de Cássia Vieira Cardoso (SACIA), pela generosidade de sempre e disponibilidade em ajudar com sua vasta experiência, dando conselhos valiosos, que permearam a construção desse estudo, do início ao fim. Agradeço ainda à Lara (SACIA) e à Pedro (TERPI) pelo apoio e cooperação durante o desenvolvimento do trabalho, sobretudo por me ensinar opções e usos de ferramentas tecnológicas, ensinamentos que levarei sempre comigo. Ressalto ainda o apoio de Pedro no levantamento de dados, sendo um presente ser sua tutora na iniciação científica, ao longo desses anos. Agradeço ainda à Joeli (SACIA), pela proximidade que tivemos ao longo do processo, que casualmente nos uniu

algumas vezes durante o doutoramento, além de conhecer mais de perto o seu carisma e empatia, que me reergueram o ânimo em momentos de exaustão.

Agradeço a todos os colegas e amigos do curso de Gastronomia da UFBA, em especial aos Professores Odilon, Márcio, Walison e Tereza Braga, por me apoiarem desde que entrei no curso até os dias atuais. Valorizo muito suas opiniões, recomendações e mais ainda todo o lastro que sempre me deram. Contar com vocês sempre foi um bálsamo para enfrentar os desafios que a docência nos apresenta, cotidianamente. Agradeço também à Escola de Nutrição da UFBA (ENUFBA), notadamente aos colegas do DCA, pelo o apoio na resolução de questões administrativas. Destaco a contribuição da Profa. Dra. Iracema Santos Veloso que, com sua larga experiência, sempre agiu de forma empática e cuidadosa no amparo ao encaminhamento de meus processos.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFBA (POSGEO/UFBA), pela condução tranquila ao longo do doutoramento, bem como pelos recursos disponibilizados para viabilização do trabalho de campo, via Programa de Apoio à Pós-Graduação (PROAP), da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), em articulação com o POSGEO/UFBA, que custearam parte das viagens nacionais. Agradeço também aos professores e colegas do POSGEO, que contribuíram para a melhoria desse estudo, em especial à Bruno Lourenço, pela disponibilidade em ajudar, indicando com requinte e perfeição referências didáticas, que fortaleceram meu olhar científico sobre a Geografia.

Agradeço à Pró-Reitoria de Extensão Universitária da UFBA (PROEXT/UFBA) pelo fomento de parte dos custos das viagens nacionais, por meio da Chamada de Apoio a Ações Pontuais de Extensão 2024. Agradeço também à CAPES, notadamente ao Edital nº 06/2024 – Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), o qual proporcionou minha bolsa de estudos para realizar a parte da pesquisa que foi desenvolvida na Espanha.

Agradeço ao meu orientador no exterior (Santiago de Compostela, Galícia, Espanha), o Prof. Dr. Rubén Camilo Lois González, da Universidade Santiago de Compostela (USC), por ter me oportunizado realizar o intercâmbio, que fortaleceu sobremaneira meus conhecimentos em relação à Indicação Geográfica. Agradeço à Sra. Paula Solla, do *Instituto de Estudos e Desenvolvimento de Galicia* (IDEGA), pela atenção e cuidado com os protocolos e pelos esforços para a minha adaptação, desenvolvimento e conclusão de estudos na USC. Agradeço ainda ao Dr. Alfonso Ribas, da Fundação Juana de Vega, que contribuiu de forma singular para o desenvolvimento do trabalho, compartilhando contatos e me apoiando na compreensão cultural da perspectiva galega sobre o tema, o que promoveu grande avanço no trabalho de campo em solo espanhol.

Agradeço ao grupo de brasileiros, colegas bolsistas da CAPES e discentes da USC, pelo acolhimento, em especial a Joel e a Maya: dividir experiências e contar com o apoio de vocês foi fundamental para enfrentar as dificuldades, estando tão longe de casa. Agradeço às minhas colegas de apartamento em Santiago de Compostela, que se tornaram grandes amigas: Marisol (norte-americana), Bárbara (chilena) e Martina (italiana). Com o apoio delas, literalmente expandi fronteiras: não apenas me incentivaram, como também participaram das atividades de turismo enogastronômico vinculadas a este estudo, impulsionando-me a prosseguir com garra e determinação. Pela convivência cotidiana e por compartilharmos a mesma condição de intercambistas, tornaram o processo muito mais especial. Com elas, aprendi a valorizar ainda mais a vida sem descuidar das múltiplas demandas da rotina. Foi uma experiência de troca cultural, geracional e de intensa sororidade, cujo valor levarei comigo ao longo da vida.

Agradeço a todos os Professores, que tanto contribuíram nas minhas bancas de Qualificação e Defesa desta Tese, em especial ao Prof. Dr. José Antônio Souza de Deus (*in memoriam*), que após a Qualificação do Projeto de Pesquisa, se despediu desse mundo, deixando-nos um grande e reconhecido legado de aprendizado. Foi uma honra tê-lo conhecido nesta ocasião, para além do brilhante trabalho que desempenhou em vida. Estendo o agradecimento nominal ao Prof. Dr. Luis Paulo Batista da Silva, que fortuitamente veio acompanhando o projeto desde a sua concepção embrionária, na banca de seleção no POSGEO, seguindo presente e trazendo grandes contribuições nas demais etapas do processo de doutoramento.

Agradeço, em condição de paridade, a todos que de alguma maneira contribuíram durante o desenvolvimento do meu estudo, nas mais diversas áreas da minha vida. Em especial, ressalto os participantes da pesquisa (formais e informais), que refletiram diretamente nos resultados exitosos advindos desta Tese. Desejo imensamente que esse trabalho possa despertar um maior interesse social sobre o valor do patrimônio culinário no Brasil e no mundo, destacando-se o potencial de estudo das paisagens alimentares a ele relacionado, temas que me tocaram profundamente.

Destaco que todos os contatos com as pessoas dos grupos sociais, entrevistados ou não (representantes dos produtores, do turismo, dos profissionais da gastronomia, dos Conselhos Reguladores e do Órgão de Controle), só me fizeram reforçar o alto grau de seus esforços para melhorar essa realidade, a importância desse tema e o quanto é urgente o seu reconhecimento e subsídio, prospectando-se assim um cenário cada vez mais positivo, vibrante e de sucesso ascendente. Ressalto a importância do belíssimo trabalho desenvolvido pelas coletividades aqui apresentadas e a disponibilidade desses órgãos em abrir suas portas e contribuir para o bom

andamento desta Tese, notadamente: a Associação dos Produtores do Queijo Canastra (APROCAN); a União das Associações e Cooperativas e Produtores de Cajuína do Piauí (PROCAJUÍNA); a *Axencia Galega da Calidade Alimentaria* (AGACAL) e os Conselhos Reguladores do *Queixo Tetilla*, *Queixo Arzúa-Ulloa*, *Tarta de Santiago* e *Rías Baixas*. Todas as demais representações foram contactadas, em maior ou menor grau, graças a esse importante apoio de intermediação.

Ressalto também a participação da Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Turismo e Lazer de Vargem Bonita (Minas Gerais), da Diretoria de Turismo do Estado do Piauí e do *Turismo de Galicia/Xunta de Galicia* (Galícia/Espanha). Por resguardo ético inerente à pesquisa científica, não serão citados nominalmente os representantes dos produtores e os profissionais da gastronomia. Ainda assim, registro minha profunda gratidão: aprendi a admirar ainda mais o trabalho singular que desenvolvem, na condição de verdadeiros guardiões dos saberes e fazeres vinculados ao patrimônio culinário. Dirijo um agradecimento especial a todos que, com generosidade, abriram as portas de suas propriedades, acolheram-me com cordialidade e permitiram a realização dos registros audiovisuais necessários a este estudo. A hospitalidade que me foi dispensada e o genuíno interesse em contribuir para a pesquisa permanecerão para sempre em minha memória. Concluo destacando que apoiar o fortalecimento do patrimônio culinário se tornou, para mim, uma verdadeira missão de vida. A sensação de dever cumprido só foi possível graças à generosidade das pessoas que tive o privilégio de encontrar ao longo do percurso. O processo de construção do conhecimento foi árduo, mas também profundamente gratificante, e a colaboração recebida foi o que lhe conferiu real significado. Trata-se, portanto, de um trabalho tecido coletivamente, com a contribuição de muitas mãos, às quais dirijo meu sincero agradecimento.

## RESUMO

Alimentos tradicionais estão imersos na cultura do povo e no patrimônio genético específico da região de origem, subsidiando, assim, a construção da paisagem alimentar. A paisagem alimentar sintetiza as dimensões físicas, sociais e culturais de uma localidade, representando o nexo entre pessoas-comida-lugar, estando, portanto, em constante mudança. Visando a preservação de alimentos tradicionais, saberes e práticas alimentares têm sido registrados como patrimônios culturais imateriais, em âmbito nacional e internacional. Na propriedade industrial, a Indicação Geográfica (IG) é o tipo de registro mais indicado para este tipo de salvaguarda. Esta tese justifica-se devido à evidente necessidade de se estabelecer bases científicas que promovam o reconhecimento de patrimônios culinários e a importância de sua proteção por meio da IG, sendo inédita tal articulação a partir da associação da Gastronomia à Geografia. Destarte, o objetivo deste estudo é promover a construção da paisagem alimentar associada à IG, a partir de elementos que retratam a relação dialética entre tradição e inovação no processo de proteção de patrimônios culinários. Trata-se de um estudo descritivo e exploratório, no qual foram analisadas IG brasileiras e galegas, relacionando-as à gastronomia. Foram abordados tanto o método qualitativo quanto o quantitativo, sendo o trabalho organizado em três etapas: levantamentos bibliográfico e documental; estudos de casos e análise dos dados. Como recursos metodológicos, foram utilizados fichamentos, observação direta, registros em áudio e vídeo, diários de campo e aplicação de questionário e entrevistas. Como forma de análise de resultados, todos os dados obtidos foram avaliados de maneira descritiva e analítica, sendo aplicados os métodos hermenêutico-dialético, análise de discurso e modelos matemáticos, que culminaram em uma árvore de classificação. Como resultado final, a paisagem alimentar associada à IG foi construída e sumarizada por meio do desenvolvimento de um método prático, que aponta planos de ação integrados para o fortalecimento de patrimônios culinários. Foi estabelecido que os fatores de originalidade (territorialidade, tradicionalidade, tipicidade, comunalidade e cocriação) são os elementos constituintes dessa paisagem. No Brasil, a paisagem alimentar associada à IG foi um tema pouco (re)conhecido pelos grupos sociais entrevistados, enquanto na Espanha, observou-se um avanço sobre sua compreensão pelos participantes, ratificada na presença da paisagem (de forma cada vez mais representativa) na legislação europeia que versa sobre IG. Destaca-se que o forte lastro que o Órgão de Controle oferece às IG espanholas pode servir de modelo para que outros países possam melhor apoiar a criação e a manutenção de IG legítimas de seus territórios. Por fim, espera-se que esta tese possa contribuir para que mais patrimônios culinários sejam protegidos, de forma que a

comensalidade vinculada resista e a manutenção da sua existência seja celebrada, principalmente pelos produtores, verdadeiros guardiões dos saberes e fazeres tradicionalmente perpassados.

**Palavras-chave:** propriedade intelectual; patrimônio culinário; alimento tradicional; saber fazer; gastronomia; geografia cultural.

## **ABSTRACT**

Traditional foods are immersed in the culture of the people and in the specific genetic heritage of the region of origin, thus contributing to the construction of the food landscape. The food landscape synthesizes the physical, social, and cultural dimensions of a locality, representing the nexus between people-food-place and is therefore constantly changing. With a view to preserving traditional foods, food knowledge and practices have been registered as intangible cultural heritage at the national and international levels. In industrial property, Geographical Indication (GI) is the most appropriate type of registration for this type of safeguard. This thesis is justified by the evident need to establish scientific bases that promote the recognition of culinary heritage and the importance of its protection through GI, which is unprecedented in the association of Gastronomy with Geography. Thus, the objective of this study is to promote the construction of the food landscape associated with GI, based on elements that portray the dialectical relationship between tradition and innovation in the process of protecting culinary heritage. This is a descriptive and exploratory study, in which Brazilian and Galician GIs were analyzed, relating them to gastronomy. Both qualitative and quantitative methods were used, and the work was organized into three stages: bibliographic and documentary surveys; case studies; and data analysis. Methodological resources included index cards, direct observation, audio and video recordings, field diaries, questionnaires, and interviews. To analyze the results, all data obtained were evaluated descriptively and analytically, applying hermeneutic-dialectical methods, discourse analysis, and mathematical models, which culminated in a classification tree. As a final result, the food landscape associated with GI was constructed and summarized through the development of a practical method, which points to integrated action plans for strengthening culinary heritage. It was established that the factors of originality (territoriality, traditionality, typicality, communal, and co-creation) are the constituent elements of this landscape. In Brazil, the foodscape associated with GI was a topic that was little known or recognized by the social groups interviewed, while in Spain, there was progress in its understanding by the participants, confirmed by the presence of the landscape (in an increasingly representative form) in European legislation dealing with GI. It should be noted that the strong support that the Control Body offers to Spanish GIs can serve as a model for other countries to better support the creation and maintenance of legitimate GIs in their territories. Finally, it is hoped that this thesis will contribute to the protection of more culinary heritage, so that the associated tradition of communal dining will endure and its continued

existence will be celebrated, especially by producers, who are the true guardians of traditionally passed-down knowledge and practices.

**Keywords:** intellectual property; culinary heritage; traditional food; know-how; gastronomy; cultural geography.

## RESUMEN

Los alimentos tradicionales están inmersos en la cultura de la gente y en el patrimonio genético específico de la región de origen, contribuyendo así a la construcción del paisaje alimentario. El paisaje alimentario sintetiza las dimensiones físicas, sociales y culturales de una localidad, representando el nexo entre personas-comida-lugar, por lo que está en constante cambio. Con el objetivo de preservar los alimentos tradicionales, los conocimientos y las prácticas alimentarias se han registrado como patrimonio cultural inmaterial, tanto a nivel nacional como internacional. En la propiedad industrial, la Indicación Geográfica (IG) es el tipo de registro más adecuado para este tipo de salvaguarda. Esta tesis se justifica por la evidente necesidad de establecer bases científicas que promuevan el reconocimiento del patrimonio culinario y la importancia de su protección mediante la IG, siendo inédita tal articulación a partir de la asociación de la Gastronomía con la Geografía. Así, el objetivo de este estudio es promover la construcción del paisaje alimentario asociado a la IG, a partir de elementos que reflejan la relación dialéctica entre tradición e innovación en el proceso de protección de los patrimonios culinarios. Se trata de un estudio descriptivo y exploratorio, en el que se analizaron las IG brasileñas y gallegas, relacionándolas con la gastronomía. Se abordaron tanto el método cualitativo como el cuantitativo, organizándose el trabajo en tres etapas: encuestas bibliográficas y documentales; estudios de casos y análisis de datos. Como recursos metodológicos, se utilizaron fichas, observación directa, grabaciones de audio y video, diarios de campo y la aplicación de cuestionarios y entrevistas. Para el análisis de los resultados, todos los datos obtenidos se evaluaron de forma descriptiva y analítica, aplicando métodos hermenéutico-dialécticos, análisis del discurso y modelos matemáticos, que culminaron en un árbol de clasificación. Como resultado final, se construyó y resumió el paisaje alimentario asociado a la IG mediante el desarrollo de un método práctico, que apunta a planes de acción integrados para el fortalecimiento del patrimonio culinario. Se estableció que los factores de originalidad (territorialidad, tradicionalidad, tipicidad, comunalidad y cocreación) son los elementos constitutivos de este paisaje. En Brasil, el paisaje alimentario asociado a la IG fue un tema poco (re)conocido por los grupos sociales entrevistados, mientras que en España se observó un avance en su comprensión por parte de los participantes, ratificado por la presencia del panorama (cada vez más representativo) en la legislación europea que trata de la IG. Cabe destacar que el sólido respaldo que el Órgano de Control ofrece a las IG españolas puede servir de modelo para que otros países puedan apoyar mejor la creación y el mantenimiento de IG legítimas en sus territorios. Por último, se espera que esta tesis contribuya a que se protejan más

patrimonios culinarios, de modo que la comensalidad vinculada resista y se celebre el mantenimiento de su existencia, principalmente por parte de los productores, verdaderos guardianes de los conocimientos y las prácticas tradicionalmente transmitidos.

**Palabras clave:** propiedad intelectual; patrimonio culinario; alimentos tradicionales; saber hacer; gastronomía; geografía cultural.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – IG registradas pelo INPI no Brasil .....	35
Figura 2 – Signos distintivos de IG brasileiras.....	47
Figura 3 – Signo distintivo da IG Sul da Bahia.....	49
Figura 4 – Mapa da IG Queijo da Canastra. ....	73
Figura 5 – Organograma das normativas de segurança sanitária de produtos de origem animal no Brasil, destacando-se os queijos artesanais, atualmente em vigor. ....	79
Figura 6 – Mapeamento dos queijos artesanais do Brasil .....	82
Figura 7 – Maturação de Queijos da Canastra em distintas fazendas da região.....	85
Figura 8 – Adição da etiqueta de caseína no queijo com IG e produto maturado pronto para o consumo.....	89
Figura 9 – Rótulos e embalagens secundárias dos Queijos da Canastra com IG .....	94
Figura 10 – Apresentação dos queijos protegidos e da etiqueta de caseína da IG Queijo da Canastra.....	97
Figura 11 – Portes das fazendas visitadas. ....	103
Figura 12 – Vitrines para observação da elaboração do queijo com IG.....	104
Figura 13 – Doces e molhos regionais disponíveis para degustação junto ao Queijo da Canastra .....	105
Figura 14 – Queijo fresco vendido em supermercado local, na região da Canastra .....	106
Figura 15 – Marcas coletivas registradas pela APROCAN e símbolo utilizado na etiqueta de caseína .....	110
Figura 16 – Mapa da IG Piauí, destacando-se os municípios que mais produzem caju.....	111
Figura 17 – Cajuínas antes e após o tratamento térmico .....	115
Figura 18 – Cajus nativo, CCP 076 e BRS 226 .....	119
Figura 19 – Cajuínas com registro de IG.....	121
Figura 20 – Plantio e colheita de caju da unidade de produção que realiza o cultivo .....	133
Figura 21 – Fachadas dos empreendimentos gastronômicos abertos ao público vinculados às unidades de produção de cajuína com IG visitadas.....	134
Figura 22 – Mapa das IG galegas em estudo.....	139
Figura 23 – Tortas de Santiago e Tortas de Amêndoas comercializadas em Santiago de Compostela.....	143
Figura 24 – Queijos DOP Arzúa-Ulloa e DOP <i>Tetilla</i> .....	149

Figura 25 – Queijos DOP <i>Tetilla</i> e San Simón da Costa dispostos à venda em Santiago de Compostela (Galícia, Espanha) .....	151
Figura 26 – Emparrado .....	155
Figura 27 – Degustação de vinhos e produtos típicos em vinícola DOP Rias Baixas. ....	158
Figura 28 – Elementos críticos e princípio de reconhecimento da paisagem associada à IG	161
Figura 29 – <i>Ranking</i> dos dez fatores/subfatores mais importantes segundo o <i>random forest</i>	163
Figura 30 – Organograma dos sentidos mais estimulados pelos principais atores das IG Canastra e Rias Baixas, destacando-se os fatores de originalidade .....	164
Figura 31 – Árvore de classificação para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG.....	168

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Definições e características relacionadas ao patrimônio alimentar, patrimônio agroalimentar, patrimônio culinário e patrimônio gastronômico .....	32
Quadro 2 – Tipos de proteção e principais documentos necessários para o registro oficial do patrimônio culinário no Brasil.....	40
Quadro 3 – Abordagens da paisagem alimentar segundo Vonthron, Perrin e Soulard (2020).50	
Quadro 4 – Informações sobre as IG analisadas.....	60
Quadro 5 – Locais visitados para análise de rotas turísticas. ....	64
Quadro 6 – Tipo e codificação das unidades de produção analisadas na pesquisa de campo..66	
Quadro 7 – Principais normativas brasileiras de âmbito federal sobre queijos artesanais em vigor.....	78
Quadro 8 – Principais normativas do Estado de Minas Gerais sobre queijos artesanais em vigor, com destaque para o Queijo da Canastra. ....	80
Quadro 9 – Principais respostas dos produtores sobre o cenário da IG Queijo da Canastra....86	
Quadro 10 – Principais características das embalagens e dos rótulos dos Queijos da Canastra analisados .....	88
Quadro 11 – Dados do CET e dos queijos da IG Queijo da Canastra coletados na pesquisa de campo. ....	91
Quadro 12 – Principais respostas dos profissionais de Gastronomia sobre a IG Queijo da Canastra .....	95
Quadro 13 – Principais respostas do CR da IG Queijo da Canastra.....	99
Quadro 14 – Principais respostas sobre o turismo na região da IG Queijo da Canastra. ....	101
Quadro 15 – Questões críticas sobre a cultura alimentar na região produtora.....	107
Quadro 16 – Dados sobre a marca coletiva do território da Canastra .....	109
Quadro 17 – Relação da artesanalidade com o processo de filtragem com filtro de pano ....	115
Quadro 18 – Tipos de cajuínas registradas com IG, conforme o CET.....	117
Quadro 19 – Tipos de cajuínas analisadas.....	117
Quadro 20 – Informações sobre os tipos de cajus observados no estudo.....	118
Quadro 21 – Critérios de escolha e uso da cajuína na gastronomia .....	120
Quadro 22 – Características das cajuínas analisadas.....	123
Quadro 23 – Principais informações sobre a retomada das ações pós-IG.....	124
Quadro 24 – Selos e informações de qualidade contidas no rótulo das cajuínas analisadas..125	
Quadro 25 – Informações sobre questões do sistema produtivo e origem da cajuína.....	128

Quadro 26 – Informações sobre a safra dos cajus e o reflexo na produção de cajuína. ....	129
Quadro 27 – Produtos tradicionais da região de abrangência da IG Piauí .....	131
Quadro 28 – Dados sobre turismo gastronômico, com ênfase para a cajuína .....	132
Quadro 29 – Ingredientes da Torta de Santiago e da Torta de Amêndoas.. ....	144
Quadro 30 – Principais características entre os queijos DOP <i>Tetilla</i> e Arzúa-Ulloa. ....	147
Quadro 31 – Composições de paisagens vinculadas a experiências gastronômicas memoráveis. ....	166
Quadro 32 – Sugestão de resoluções para mitigação das fragilidades encontradas na árvore de classificação.....	169

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Total de entrevistados do estudo.....61

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

Acordo ADPIC ou Acordo TRIPS: Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio

AGACAL: Agência Galega da Qualidade Alimentar

A&B: Alimentos e Bebidas

APROCAN: Associação do Produtores do Queijo Canastra

BNB: Banco do Nordeste do Brasil

BPF: Boas Práticas de Fabricação

CAPES: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CE: Comunidade Europeia

CEPNUT: Comitê de Ética da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia

CET: Caderno de Especificações Técnicas

CR: Conselho Regulador

DNIT: Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes

DO: Denominação de Origem

DOP: Denominação de Origem Protegida

DVA: Doenças Veiculadas por Alimentos

EMBRAPA: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

ES: Espanha

ETG: Especialidades Tradicionais Garantidas

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDEC: Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

IG: Indicação Geográfica

IGP: Indicação Geográfica Protegida

IMA: Instituto Mineiro de Agropecuária

IN: Instrução Normativa

INPI: Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP: Indicação de Procedência

IPHAN: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

ISO/IEC: Organização Internacional de Normalização/Comissão Eletrotécnica Internacional  
(tradução simples)

MAPA: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

OC: Órgão de Controle

OMC: Organização Mundial do Comércio  
OMS: Organização Mundial da Saúde  
PDSE: Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior  
PIQ: Padrão de Identidade e Qualidade  
POSGEO: Pós-Graduação em Geografia  
PROAP: Programa de Apoio à Pós-Graduação  
PROCAJUÍNA: União das Associações e Cooperativas e Produtores de Cajuína do Piauí  
PROEXT: Pró-Reitoria de Extensão Universitária  
RIISPOA: Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal  
SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SIF: Selo de Inspeção Federal  
SIRGAS: Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas  
SISBI/POA: Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal  
SUDENE: Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste  
TCLE: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido  
UE: União Europeia  
UFBA: Universidade Federal da Bahia  
UNESCO: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	25
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO E DOCUMENTAL .....</b>	30
2.1 Gastronomia, patrimônio culinário e IG: considerações conceituais e análise preliminar sobre a relação entre tradição e inovação. ....	31
2.2 Reflexões sobre as especificidades existentes entre os registros do patrimônio culinário e da IG na perspectiva da Gastronomia.....	39
2.3 Paisagem: compreensão sensorial, holística e observações sobre a paisagem tradicional produtiva.....	44
2.3.1 Paisagem Alimentar: definição e relação com a Gastronomia .....	50
2.4 Galícia: exemplo espanhol de valorização e proteção do patrimônio culinário .....	52
2.4.1 Brasil e Galícia: relações histórico-culturais e gastronômicas .....	54
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	58
3.1 Levantamentos bibliográfico e documental.....	58
3.2 Estudos de casos .....	58
3.2.1 Entrevistas .....	61
3.2.2 Aplicação do Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios De Origem .....	63
3.2.3 Rotas gastronômicas .....	64
3.3 Processamento de dados .....	65
3.3.1 Considerações éticas e codificação dos resultados .....	66
3.3.2. Análise dos resultados .....	66
3.3.2.1 Capítulos 4 e 5 .....	67
3.3.2.2 Capítulo 6 .....	68
3.3.2.3 Capítulo 7 .....	69
3.3.2.3.1 Adaptação do Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem .....	69
3.3.2.3.2 Classificações descritivas da paisagem alimentar para a identificação dos padrões-ouro das realidades brasileira e espanhola.....	70
3.3.2.3.3 Metodologia para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG .....	71
<b>4 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA QUEIJO DA CANASTRA .....</b>	73
4.1 Abordagem histórico-cultural e institucional .....	74
4.1.1 Princípio da tensão sobre a regularização do queijo artesanal .....	75

4.1.2 A contribuição da gastronomia junto ao reconhecimento do queijo artesanal brasileiro: a instituição do Selo Arte e normativas atualmente em vigor .....	77
4.1.3 Principais impactos da evolução normativa sobre a produção de queijo artesanal no Brasil com ênfase na Gastronomia .....	80
4.1.4 O resgate da maturação como diferencial do produto: conflitos entre tradição x inovação a partir do entendimento das ciências gastronômicas .....	83
4.2 Abordagem técnico-tecnológica .....	86
4.2.1 Considerações preliminares sobre o processo evolutivo da IG Queijo da Canastra: do percurso pós-concessão até a recém atualização do registro .....	86
4.2.2 Uso do signo distintivo e seguimento do CET: identificação dos limites e potencialidades no pós-IG .....	88
4.2.3 Questões relacionadas aos fatores para decisão de compra do Queijo da Canastra e reflexões sobre fraudes da IG .....	94
4.2.4 Promoção da IG e da região da Canastra: eventos, produtos gastronômicos, atividades e ações turísticas .....	100
4.2.5 Paisagem, gastronomia e hábito alimentar locais vinculados à IG Queijo da Canastra: estimulando os sentidos ao experenciar o patrimônio culinário na sua origem .....	103
4.2.6 Gestão para ampliação da visibilidade da IG Queijo da Canastra: ações de apoio ao <i>marketing</i> territorial e observações sobre sua relação com a paisagem local .....	108
<b>5 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PIAUÍ .....</b>	111
5.1 Abordagem histórico-cultural e institucional .....	112
5.1.2 Disputa pelo território, evolução histórica e receptividades às inovações tecnológicas .....	112
5.1.3 As compreensões sobre o controle de qualidade e artesanalidade em um processo predominantemente semi-industrial .....	114
5.2 Abordagem técnico-tecnológica .....	116
5.2.1 Análise sobre a incorporação da tecnologia no CET da IG Piauí e reflexões sobre o gosto original do produto .....	116
5.2.2 O processo de decisão de compra da cajuína: considerações sobre gastronomia, IG e tecnologia, sob o viés das ciências gastronômicas .....	119
5.2.3 Retomada das ações pós-IG com enfoque na operacionalização do signo distintivo do produto .....	123

5.2.4 Principais gargalos no processamento da cajuína em relação ao CET e às normativas complementares vigentes .....	126
5.2.5 A possibilidade de incorporação de outros produtos típicos para a ampliação da visibilidade e da agregação de valor ao sistema produtivo vinculado à IG Piauí .....	130
5.3 Compilação das abordagens da Gastronomia Tradicional sob o enfoque da dialética entre tradição e inovação .....	134
<b>6 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DA GALÍCIA: UMA SÍNTSESE.....</b>	138
6.1 IG na Galícia: principais questões sobre as políticas que atuam na proteção desse registro .....	139
6.2 Indicação Geográfica Protegida <i>Tarta de Santiago</i> .....	142
6.3 Denominação de Origem Protegida <i>Queso Tetilla/Queixo Tetilla</i> e Denominação de Origem Protegida <i>Arzúa-Ulloa</i> .....	146
6.4 Denominação de Origem Protegida <i>Rías Baixas</i> .....	153
6.4.1 Minifúndio: a representação da paisagem alimentar galega nas Rias Baixas .....	157
<b>7 CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM ALIMENTAR ASSOCIADA À IG .....</b>	160
7.1 Paisagem alimentar: constituindo quadros .....	161
7.1.2 Metodologia para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG .....	166
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	172
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	177
<b>APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS PESSOAIS E SOCIOECONÔMICOS .....</b>	196
<b>APÊNDICE B – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO CONSELHO REGULADOR .....</b>	197
<b>APÊNDICE C – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM PRODUTORES.....</b>	199
<b>APÊNDICE D – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM PROFISSIONAIS DA GASTRONOMIA .....</b>	201
<b>APÊNDICE E – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO TURISMO .....</b>	204
<b>APÊNDICE F – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM O REPRESENTANTE DO ÓRGÃO DE CONTROLE.....</b>	206
<b>APÊNDICE G – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE) .....</b>	209
<b>APÊNDICE H – AUTORIZAÇÃO DA UTILIZAÇÃO DE IMAGEM.....</b>	212
<b>APÊNDICE I – ÁRVORE DE CLASSIFICAÇÃO.....</b>	213

<b>ANEXO A – IG E PATRIMÔNIOS CULINÁRIOS REGISTRADOS NO BRASIL....</b>	<b>214</b>
<b>ANEXO B – MÉTODO DE DEFINIÇÃO NORMATIVA PARA PRODUTOS ALIMENTÍCIOS DE ORIGEM .....</b>	<b>215</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Esta tese trata da relação entre Indicação Geográfica (IG), patrimônio culinário, gastronomia e paisagem alimentar. Embora tal associação pareça naturalmente estabelecida, muito ainda precisa ser compreendido, a partir do esclarecimento de suas definições, conexões e conflitos. Este trabalho tem como prerrogativa constituir tal nexo, de forma pluridisciplinar, tendo como disciplinas basilares a cooperar nesse processo, a Gastronomia e a Geografia.

A IG é um recurso da propriedade intelectual capaz de registrar territórios renomados devido à elaboração de produtos singulares e/ou ao oferecimento de serviços únicos. Destaca-se nesse contexto a proteção de patrimônios culinários, ou seja, alimentos que fazem parte da identidade de um determinado povo em um dado lugar, em todo o mundo. De forma similar à IG, mas com objetivos distintos, tem-se a possibilidade de proteger práticas alimentares relacionadas ao desenvolvimento de produtos tradicionais, por meio do registro do patrimônio cultural imaterial. Entretanto, considerando que a IG possibilita uma análise mais aprofundada do valor agregado ao produto (inclusive em termos econômicos), essa foi a premissa que elegeu a forma de proteção que será o elo norteador a conduzir a narrativa e correlacionar todos os conteúdos apresentados neste estudo.

É inegável ou até mesmo indissociável a relação entre IG de produtos agroalimentares e gastronomia, embora ainda se tenha uma noção muito tênue sobre esta interação. Isso ocorre porque existe um senso comum sobre gastronomia ser sinônimo de culinária, sendo muitas vezes o assunto encerrado prematuramente, fazendo jus a um olhar superficial sob o tema.

Essa realidade vem mudando com o avanço sobre o que se comprehende por saber gastronômico e a legitimação da Gastronomia (com “g” maiúsculo) como área do conhecimento científico. Inclui-se, por exemplo, a conceituação teórica que tal disciplina converge, discussão a qual permanece reverberando entre os estudiosos do assunto.

Sendo esta pesquisadora grande entusiasta e professora da Gastronomia há 5 anos (à época da seleção do presente Doutoramento), formada em Nutrição e com mestrado em Ciência de Alimentos, a experiência docente suscitou a necessidade de aprofundar os conhecimentos nas relações humanas que a área comprehende. Deve-se expor que sua formação profissional apresentou um percurso técnico-tecnológico mais intenso, de forma que o conteúdo histórico-cultural permanecia pouco explorado na rotina de trabalho, sendo uma demanda cada vez mais pungente na dinâmica de ensino-aprendizagem estabelecida em sala de aula. Diante desse cenário, trabalhando sempre na perspectiva de valorização de produtos tradicionais e na sua

relação com a propriedade intelectual (destacadamente as IG), iniciou-se assim o processo de constituição desta tese.

Nesse contexto, considerando a fragilidade comum ao processo de amadurecimento de um campo, devido ao recém reconhecimento da Gastronomia como disciplina acadêmico-científica, no Brasil, verificou-se um volume considerável de eventos dessa área vinculando-a aos biomas brasileiros, quadro que permanece repercutindo na atualidade. Logo, a primeira versão deste trabalho foi desenvolvida a partir da tentativa de relacionar a Gastronomia à Geografia, por meio do aprofundamento da conexão da IG com os biomas.

Porém, sendo o bioma um macroambiente, ao investigar com mais detalhamento, essa relação mostrou-se muito genérica. A partir desse entendimento, a contribuição da Geografia para o estudo foi reorientada para a paisagem, o que possibilitou o estabelecimento da correlação com a Gastronomia ao evidenciar as singularidades que cada IG apresenta.

Se, por um lado, esse reajuste possibilitou um laço mais concreto entre essas duas disciplinas (Gastronomia e Geografia), por outro, essa ênfase mostrou-se desafiadora. Afinal, o estudo das IG tem como pressuposto teórico central o território, categoria geográfica explicitamente apresentada nos textos que definem e regularizam a IG, como acordos e leis nacionais e internacionais.

Entretanto, quanto mais o estudo se aprofundava, mais o fato de trazer a paisagem para o centro da discussão tornava-se inevitável, pois era imprescindível evidenciar a Gastronomia como uma disciplina de destaque no enlace com a IG. Assim posto, que categoria poderia ser mais “gastronômica” do que aquela que expressa a emoção de experimentar o lugar? Aquela que permite explorar todos os sentidos e sensações que só alimentos representativos da cultura de um povo, como os legítimos patrimônios alimentares, são capazes de proporcionar? Como ofuscar a importância da paisagem para a IG, uma vez que ela frequentemente estampa o signo distintivo que diferencia o produto no mercado?

Desta forma, investigando de maneira mais minuciosa tal relação, que sempre figura na órbita do nexo entre pessoas, lugares e comidas, a paisagem alimentar foi naturalmente agregada ao estudo. Esse termo, relativamente novo na ciência e que é utilizado com diferentes perspectivas e em áreas de conhecimento distintas, tem fortalecido a compreensão cultural do alimento.

Sabe-se que, no Brasil, a IG é um tema recente quando se compara à história e à tradição desse recurso em outros países, com destaque para os europeus. Enquanto na Europa as legislações que versam sobre essa matéria são seculares, no Brasil, muito trabalho ainda precisa ser desenvolvido. Considerando essa expertise, acredita-se que conhecer as estratégias que tais

nações aplicam às rotinas das suas IG pode favorecer a implementação de práticas que contribuam para a melhoria do desenvolvimento e valorização das IG no Brasil, além da ampliação do número de registros.

Assim, com a possibilidade de realizar um intercâmbio na Espanha, por meio do advento da bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a partir do Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), os objetivos iniciais desta tese foram ampliados para atender a esta demanda. Considerando o desempenho espanhol em matéria de IG, esse país foi selecionado para a pesquisa de campo, notadamente a Comunidade Autônoma da Galícia. Ademais da imponente cultura gastronômica dessa região, há uma forte identificação dessa população com o Brasil (e vice-versa), visto que nas guerras passadas que afligiram os galegos, houve um fluxo imigratório intenso desse povo para esse país, aqui se adaptando e criando fortes vínculos.

Nesse contexto, o objetivo geral do presente trabalho foi promover a construção da paisagem alimentar associada à IG, a partir de elementos que retratam a relação dialética entre tradição e inovação no processo de proteção de patrimônios culinários. Para isso, têm-se como objetivos específicos: a) caracterizar e diferenciar os registros patrimonial e de IG, analisando sua coexistência em patrimônios culinários brasileiros; b) compreender os vínculos existentes entre IG, patrimônio culinário e gastronomia, bem como, suas implicações nos âmbitos econômico, social e político para a construção da paisagem alimentar; c) suscitar o desenvolvimento de uma metodologia prática e universal que aponte planos de ação integrados em prol da proteção de patrimônios culinários.

Como pergunta norteadora que a presente pesquisa pretendeu elucidar, tem-se: De que forma a IG, sob o viés da Gastronomia, pode compor uma paisagem alimentar associada à preservação de patrimônios culinários? Assim, tendo em vista todas as considerações apresentadas, o desenvolvimento desta tese justifica-se devido à evidente necessidade de se estabelecer bases científicas que promovam o reconhecimento de patrimônios culinários, sua associação com a paisagem alimentar e a importância da IG como recurso de proteção. Além disso, ressalta-se a relevância em difundir a Gastronomia para pessoas leigas, sendo inédita a tentativa de associá-la, de forma técnica e acadêmico-científica à Geografia. Assim, espera-se corroborar para uma compreensão mais concreta sobre essa disciplina, uma vez que sua identidade, enquanto área da ciência, permanece sendo considerada incipiente até o presente momento.

Dessa forma, esta tese encontra-se estruturada na seguinte ordem: Referencial Teórico e Documental, Metodologia, Capítulo 4, Capítulo 5, Capítulo 6, Capítulo 7 e Considerações

Finais. No Referencial Teórico e Documental expõe-se a convergência entre Gastronomia, patrimônio cultural e IG, vinculando-os principalmente sob a perspectiva dos conflitos observados entre tradição e inovação. Diferencia-se ainda o registro patrimonial da IG, sobretudo em termos de objetivos e protocolos de solicitação característicos, enfatizando suas especificidades quanto à coexistência desses registros em um mesmo ativo. Aborda-se também os conceitos sobre a paisagem, alinhamento junto a IG e sua interação com a (socio)biodiversidade, fundamentando os conhecimentos sobre a paisagem alimentar e associando-a à gastronomia. Além disso, apresenta-se as singularidades da Galícia, que desponta no mercado com IG altamente competitivas, fruto do trabalho árduo de pequenos produtores da região, bem como a relação que apresenta com o Brasil.

Na Metodologia, são apresentados os pressupostos teóricos que permitem a compreensão de todo o estudo, enfatizando o rigor metodológico aplicado na organização e desenvolvimento de todas as etapas do trabalho. Os procedimentos utilizados foram organizados para compreender o cenário brasileiro em suas minúcias e aproveitar a tradição galega para impulsionar os processos já estabelecidos ou em fase de desenvolvimento.

Nos Capítulos 4 – Indicação de Procedência Queijo da Canastra e 5 – Indicação de Procedência Piauí são apresentadas as IG brasileiras Queijo da Canastra e Piauí, respectivamente, patrimônios culinários selecionadas devido a coexistência de registros (patrimonial e de IG) e à variedade quanto a natureza do produto agroalimentar (comida e bebida). Os conhecimentos adquiridos na pesquisa de campo desenvolvida no Brasil foram aprofundados a partir das abordagens histórico-cultural e técnico-tecnológica, identificando os principais elementos da paisagem alimentar sob esse viés. No Capítulo 6 – Indicações Geográficas da Galícia: uma síntese, tem-se a summarização dos estudos das IG galegas Queijo *Tetilla*, Queijo Arzúa-Ulloa, Tarta de Santiago e Vinhos Rias Baixas, enfatizando a conjuntura de gestão e as tecnologias sociais e digitais associadas. A configuração diferenciada na apresentação dos resultados da pesquisa de campo na Espanha teve por intenção conhecer o maior número possível de IG originais dessa Comunidade Autônoma, suas principais características e dificuldades observadas e, principalmente, correlacionar tais dados à cultura organizacional galega, que se destaca internacionalmente nesse tema.

No Capítulo 7 – Construção da paisagem alimentar associada à IG, apresenta-se a construção da paisagem alimentar, a partir da análise de todas as IG. Para isso, os elementos dessa paisagem são finamente selecionados caso a caso e sua relação de causa-efeito é demonstrada a partir de quadros que sumarizam as especificidades de cada IG (parte), na perspectiva de um todo, evidenciando problemas e soluções (quando aplicáveis) em comum.

Como Considerações Finais, enfatiza-se o esforço em compreender e respeitar as singularidades de cada IG, evitando-se comparações, mas estabelecendo-se paralelos. Evidencia-se a importância de uma estrutura organizacional preparada para atender exclusiva ou majoritariamente a demanda que impõe, reconhecendo-se suas potencialidades e desafios. Nesse processo, evidencia-se que a Gastronomia, assim como a Geografia, deve ser reconhecida como uma disciplina chave para alavancar tal propulsão, integrando os principais conhecimentos acerca do tema e aproximando as pessoas da comida e suas interfaces, em uma perspectiva para além da sensorial, social e científica.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO E DOCUMENTAL

Vários autores, ao longo dos séculos, vêm discutindo os conceitos que englobam a Gastronomia, incluindo não apenas o uso e compreensão do termo de formas popular e acadêmica, mas principalmente na atualidade quanto ao seu estabelecimento científico. Nesse aspecto, sendo a graduação em Gastronomia um curso novo (haja vista que até na França, país de destaque na área, tem tal formação desenvolvida de forma técnico-profissional, ou seja, não pautada no ensino superior), observa-se que o panorama atual ainda inspira dificuldades para a consagração de sua autonomia acadêmico-científica (Rocha, 2015; Ferro, 2021; Collaço, 2013; De Castro; Maciel; Maciel, 2016; Soares et al., 2020; Matos; Cardoso, 2021).

Considerando que o saber relativo às ciências gastronômicas pode encontrar pressupostos metodológicos bem definidos em áreas mais consolidadas, como a Geografia, a relação entre tais disciplinas pode promover o desenvolvimento de pesquisas inovadoras e contribuir para a formação da identidade científica da Gastronomia, fortalecendo ainda mais a sua característica interdisciplinar, que lhe é tão peculiar (Rocha, 2015; Ferro, 2021; Collaço, 2013; De Castro; Maciel; Maciel, 2016; Soares et al., 2020; Matos; Cardoso, 2021). Nesse sentido, a Geografia tem muito a contribuir para a Gastronomia, uma vez que um dos atributos mais específicos desta área é a consagração de seus conceitos, notadamente quanto às categorias geográficas.

Isso não quer dizer que hipóteses outras não foram/são/serão (re)formuladas, ajustando-se (a)os conceitos já estabelecidos ou quiçá apresentando novas categorias que, conforme o caso, poderão derivar em um novo cenário para a área. Afinal, assim como em outras disciplinas das Ciências Humanas, a Geografia é uma disciplina viva, dinâmica, logo possui uma tendência de transformar-se junto com o avanço temporal, compreendendo diferentes tendências e culturas em todo o mundo, sem perder a devida referência aos conceitos estabelecidos outrora.

Logo, as similaridades e perspectivas da contribuição da Geografia como uma boa referência para a Gastronomia não podem ser mais evidentes. Se, por um lado, a área mais recente precisa fortalecer seus conceitos (que permanecem ainda difusos dado o volume de disciplinas que converge), por outro, ela também está em constante atualização, pois acompanha tendências mundiais que se transformam sempre.

## **2.1 Gastronomia, patrimônio culinário e IG: considerações conceituais e análise preliminar sobre a relação entre tradição e inovação**

O termo gastronomia já foi conceituado por diversos autores, embora ainda não haja um consenso ou significado único que sumarize toda a demanda inserida em seu conhecimento. Brillat-Savarin foi um dos primeiros autores ao tentar defini-la, no final do século XVIII, ao relatar que a gastronomia “é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem na medida em que ele se alimenta” (Brillat-Savarin, 1995, p. 58).

Tomando-se Freixa e Chaves (2012) como um exemplo de referência mais sistemática, tem-se que a gastronomia se expressa por meio de hábitos alimentares de cada povo, legado que perpassa gerações. Assim, cada sociedade criou sua cozinha ao longo da história, cuja seleção alimentar foi consagrada pela tradição e cultura de cada região. Tais autoras acrescentam que a gastronomia também está relacionada às técnicas de cocção e de preparo de alimentos, ao serviço, à etiqueta à mesa e à comensalidade. A gastronomia, portanto, apresenta um conceito bem mais amplo que a culinária, que é sinônimo de cozinha e refere-se ao conjunto de utensílios, ingredientes e pratos característicos de um determinado país ou região (incluindo-se técnicas e práticas utilizadas para o preparo dos alimentos) (Freixa; Chaves, 2012).

Neste vasto contexto de definições, Müller (2012) divide o que conceitua como Gastronomia Tradicional (advinda dos conhecimentos tácitos que reverberam em conhecimentos explícitos) em duas abordagens distintas: técnico-tecnológica e histórico-cultural. De forma prática, a abordagem técnico-tecnológica pode ser sumarizada como o que concerne à comida, enquanto a histórico-cultural, ao comer. Vale ressaltar que essa organização é meramente didática, uma vez que as abordagens se sobrepõem, ou melhor, são indissociáveis. É principalmente nesse aspecto de interseção que a Gastronomia se aproxima do conceito de patrimônio alimentar, notadamente do patrimônio culinário/gastronômico, e consequentemente da IG.

O patrimônio alimentar tem sido definido como o conjunto de elementos materiais e imateriais de culturas alimentares que são considerados como um legado compartilhado ou um bem comum, abrangendo componentes tradicionais relacionados a produtos agrícolas (matérias-primas), ingredientes, pratos, técnicas de preparo, receitas, costumes alimentares, rituais à mesa, bem como a dimensão simbólica e aspectos materiais, como utensílios e louças (Bessière; Tibère, 2010; Almansouri et al., 2021). Considerando a abrangência desse conceito, Zocchi et al., (2021) realizaram uma revisão bibliográfica demonstrando que a dificuldade em se definir claramente os limites do patrimônio alimentar vem sendo refletida na literatura em

conceituações cada vez mais específicas, que se alinham conforme o direcionamento que se deseja dar ênfase nas publicações científicas relacionadas. O Quadro 1 apresenta a summarização das características utilizadas para as principais definições relacionadas ao patrimônio alimentar e suas fragmentações.

Quadro 1 – Definições e características relacionadas ao patrimônio alimentar, patrimônio agroalimentar, patrimônio culinário e patrimônio gastronômico.

Tipo de Patrimônio	Principais Características
Patrimônio Alimentar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produtos agrícolas, ingredientes, pratos e utensílios de cozinha;</li> <li>- Técnicas e receitas;</li> <li>- Dimensão simbólica da comida (por exemplo, modos à mesa e rituais); - Práticas alimentares, comportamentos relacionados à alimentação e crenças;</li> <li>- Legado compartilhado e bem comum.</li> </ul>
Patrimônio Agroalimentar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produtos agrícolas;</li> <li>- Práticas de produção e conhecimento tradicional;</li> <li>- Enraizamento em áreas rurais e marginais (expresso pela categoria <i>terroir</i>).</li> </ul>
Patrimônio Culinário	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingredientes, utensílios de cozinha e receitas (<i>corpus</i> de elementos culinários e forte ênfase nas práticas);</li> <li>- Dimensões étnicas, nacionais e políticas;</li> <li>- Sociabilidade, legado, identidade, tradição e senso de pertencimento;</li> <li>- Sabores, cheiros e tradições alimentares.</li> </ul>
Patrimônio Gastronômico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingredientes, utensílios de cozinha e receitas (<i>corpus</i> de elementos culinários e forte ênfase nas práticas);</li> <li>- Dimensões étnicas, nacionais e políticas;</li> <li>- Sociabilidade, legado, identidade, tradição e senso de pertencimento;</li> <li>- Produtos, práticas e conhecimentos relacionados ao cultivo, colheita e conservação de produtos agrícolas.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Zocchi et al., (2021).

Considerando a similaridade entre os termos patrimônio culinário e patrimônio gastronômico (Quadro 1), a presente tese se apropria desses conceitos, integrando-os e nominando-os como patrimônio culinário. Ressalta-se que tal menção foi predominante nos principais textos de referência que constituíram o desenvolvimento desse estudo, o que reforça a congruência de sua padronização nesta narrativa.

Assim, consolida-se ao conceito de patrimônio culinário como o tipo de patrimônio cultural de natureza imaterial que engloba preparações de produtos alimentícios identificados por características de qualidade peculiares, bem como métodos tradicionais de produção, que podem remontar ao passado. Normalmente produzido em pequena escala, com recursos e tecnologias específicas, o patrimônio culinário está relacionado com uma dada origem geográfica, sendo capaz de tornar-se um fator crucial na melhoria da qualidade de vida da população que participa desta produção (Bryła, 2015).

Apesar de o patrimônio culinário ser reconhecido tacitamente pela sociedade, seu estabelecimento e documentação formais são obtidos por meio de registros oficiais, que têm como função perenizar o conhecimento relacionado. Dada a sua indiscutível relevância para a sociedade, a proteção do patrimônio culinário faz-se extremamente necessária e pode ser obtida por meio dos registros patrimonial e de IG. Isso porque, quando não é registrado, com o passar do tempo, o patrimônio culinário pode deixar de participar dos hábitos de uma determinada população e cair no esquecimento, bem como, com a introdução de mudanças capazes de descharacterizar a essência do patrimônio, pode-se perder sua origem e/ou a relação cultural de sua importância nos conhecimentos específicos associados, dificultando seu resgate e dissipando partes fundamentais da constituição de sua história.

Não é à toa que trabalhos com patrimônios ainda não salvaguardados/preservados incluem entrevistas com a população mais antiga relacionada ao bem imaterial em estudo, uma vez que os saberes envolvidos com a tradição costumam perpassar gerações a partir principalmente da oralidade (Ranieri; Zanirato, 2018). Na gastronomia, por exemplo, muitas receitas de famílias têm “segredos” que se perderam pela descontinuidade de sua produção pelas gerações subsequentes, interrompendo a perpetuação da receita original. Outras, foram minuciosamente descritas em cadernos de receitas e guardadas a “sete chaves”, facilitando conhecer melhor os costumes da época, muitas vezes compreendidos pelos usos de ingredientes e/ou utensílios utilizados, pessoas/etnias/grupos sociais envolvidos no preparo, formas de armazenamento da preparação final, entre outros (Müller, 2012; Beber; Gastal, 2018).

Assim, considerando o reconhecimento acerca da importância social da cultura, tradição e originalidade envolvidas na manutenção da elaboração de produtos agroalimentares típicos, tanto a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (em inglês, *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* – UNESCO) quanto o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) têm incluído diversos ofícios, modos de fazer, saberes e práticas alimentares aos patrimônios culturais imateriais. Esse advento evidencia a necessidade da proteção do patrimônio culinário como uma preocupação nacional e internacional (IPHAN, 2025a; UNESCO, 2011; Santilli, 2015).

Dessa forma, em termos de proteção patrimonial oficial, há quatro Livros de Registros no Brasil que visam salvaguardar o patrimônio cultural imaterial, o qual é conceituado como bem intangível que diz respeito às práticas e domínios culturais pertencentes à vida social. São eles: Livro dos Saberes, Livro das Celebrações, Livro das Expressões e Livro dos Lugares (Brasil, 2000a). O Livro de Registro dos Saberes é a base protocolar que tem protegido a grande maioria dos patrimônios culinários brasileiros, tais como o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras,

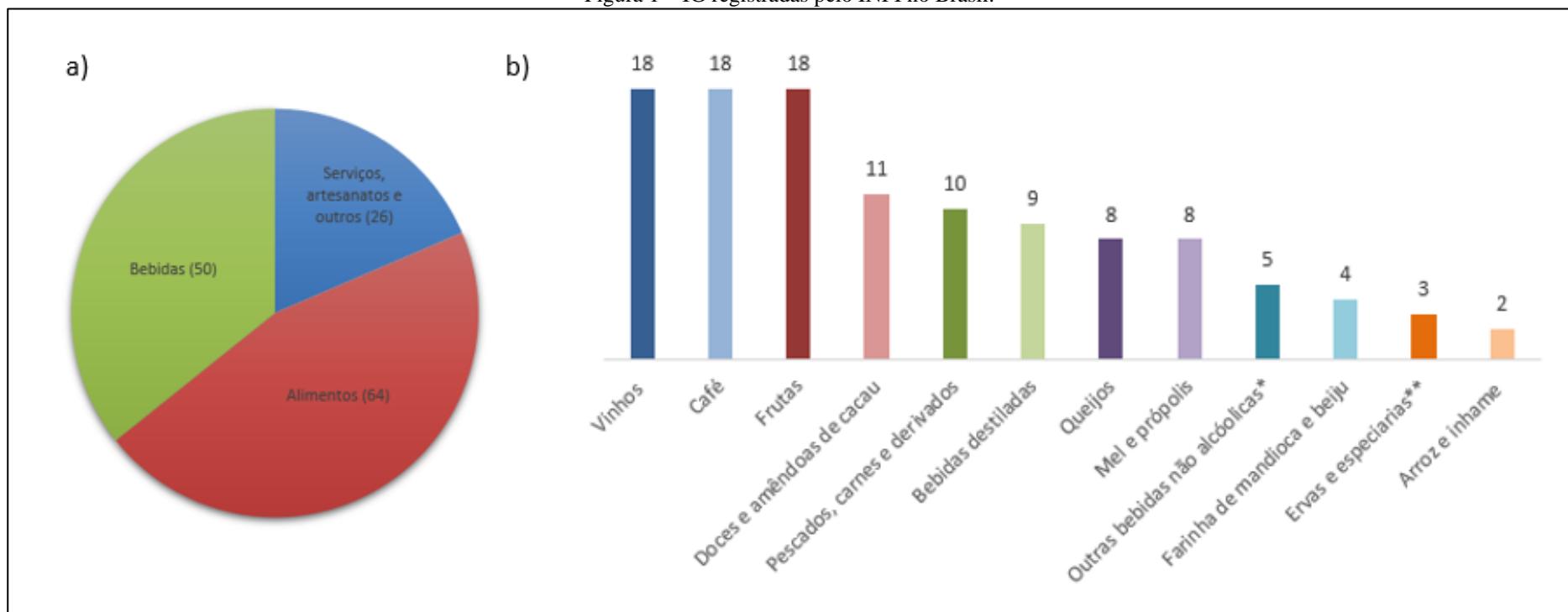
o Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas, o Ofício das Baianas de Acarajé, o Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro, o Modo de Fazer Cuias do Baixo Amazonas, a Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína no Piauí, as Tradições Doceiras da Região de Pelotas e a Antiga Pelotas e o Sistema Agrícola Tradicional de Comunidades Quilombolas do Vale do Ribeira (IPHAN, 2025b). Sendo assim, o Livro dos Saberes será o Livro de Registros a ser estudado no presente trabalho. Cabe ressaltar que, além desse, é possível verificar patrimônios culinários salvaguardados também no Livro dos Lugares (Feira de Caruaru e Feira de Campina Grande) e no Livro das Celebrações (Festividades do Glorioso São Sebastião na Região do Marajó, Festa de Sant’Ana de Caicó e Ritual Yaokwa do Povo Indígena Enawene Nawe), embora o bojo da proteção esteja voltado para o que indica o nome de cada Livro (IPHAN, 2025a).

Nesta perspectiva, mas em matéria de propriedade intelectual, têm-se como órgãos reguladores internacionais a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e a Organização Mundial do Comércio (OMC) (WIPO, 2020; WTO, 2020), e como órgão nacional brasileiro, o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Dentre as possibilidades de proteção dessa natureza, capazes de chancelar signos distintivos nos rótulos de produtos, a Indicação Geográfica (IG) sobressai-se como o recurso que melhor contribui para a valorização de produtos gastronômicos identitários (alimentos que fazem parte da identidade de um determinado povo e lugar) (Brasil, 1996; OMC, 1994; Veiga, 2019).

O registro de IG é um recurso da propriedade intelectual que visa identificar um produto como sendo originário de um território, região ou localidade, quando uma qualidade, notoriedade, ou outra característica determinada do produto, podem ser atribuídas essencialmente a esta origem geográfica (OMC, 1994). No Brasil, a IG apresenta duas espécies distintas: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Segundo Brasil (1996), em seu artigo 177, considera-se por IP “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço”, e por DO (artigo 178), “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”.

Em termos práticos, a IP está mais relacionada à reputação do produto vinculada ao território, enquanto a DO, às qualidades oriundas dos fatores humanos e edafoclimáticos envolvidos com a região de produção. A Figura 1 apresenta o cenário atual das IG registradas pelo INPI no Brasil.

Figura 1 – IG registradas pelo INPI no Brasil.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: a) Números brutos dos tipos de produtos e serviços com IG (total = 140 IG); b) Números brutos das variedades de produtos agroalimentares com IG (total = 114 IG). \*Cajuína, camomila e erva-mate; \*\*Pimentas e açafrão. Dados: INPI (2025a).

Uma peculiaridade da normativa brasileira que difere de muitos países é a inclusão de outros tipos de produtos e também de serviços como bens passíveis à IG (Brasil, 1996; 2022a) (Figura 1a). Entretanto, é evidente que a grande maioria das IG desse país é relativa a produtos agroalimentares (Figura 1 a e b), seguida por artesanatos (rendas, bordados, redes, joias, cerâmicas, tecelagem, couro, panelas), produtos diversos (peixes ornamentais, têxteis em algodão, calçados, gnaisse e mármore) e serviço (INPI, 2025a).

Vale ressaltar que ambos os tipos de proteção coexistem, tendo-se como exemplares os queijos de Serro e da Canastra e a cajuína do Piauí como produtos agroalimentares que possuem registros de IG pelo INPI e cujos saberes e fazeres relacionados são patrimônios culturais imateriais pelo IPHAN (INPI, 2025a; IPHAN, 2025a). Entretanto, conflitos entre o produto e o saber fazer são facilmente verificados e repercutem na divergência entre os dois tipos de proteção. Logo, as distinções fundamentais relacionadas às características específicas de cada registro se tornam mais notórias quando há proteção mútua do mesmo ativo. No Anexo A, tem-se as IG e os patrimônios culinários registrados pelo INPI e IPHAN, no Brasil, evidenciando-se a simultaneidade dos ativos.

Sendo assim, segundo Santilli (2015), com o objetivo de transformar a produção da cajuína em IG, a partir da implementação de uma indústria capaz de atrair investimentos externos, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) concentrou seus esforços na padronização da bebida, com intuito de apresentar sempre a mesma cor, teor de açúcar e sabor, contrapondo as práticas locais, as quais valorizavam a diversidade, o que gerou conflitos junto aos produtores artesanais. De forma similar, os produtores de queijo minas artesanal também enfrentaram uma série de dificuldades para comercializar o seu produto tradicional (elaborado com leite cru), fora dos limites geográficos de Minas Gerais. As principais dificuldades foram impostas pela legislação sanitária federal, que obriga a adoção de prazos de maturação, equipamentos e inovações (como a substituição das bancas de madeira por ardósia) que alteram significativamente os modos de produção do queijo, e consequentemente, sua consistência e sabor (Santilli, 2015). No entanto, as mudanças foram necessárias para obtenção de um produto com atendimento aos requisitos mínimos de controle para a segurança dos alimentos.

Desta forma, para uma compreensão crítica das situações mencionadas, é pertinente avaliar a relação naturalmente conflitante entre tradição e inovação. Em termos conceituais, a palavra tradição significa há muito estabelecida ou transmitida (Kim; Ellis, 2015; Rachão et al., 2019), enquanto inovação reflete o ato ou efeito de inovar, que por sua vez, significa introduzir novidades ou mudanças (Dicionário Priberam, 2023).

Esses aspectos, aparentemente antagônicos, são altamente correlacionados e reconhecidos na história das sociedades. Conforme afirma Luvizoto (2010), a tradição é um conjunto de sistemas simbólicos, que perpassam gerações, com caráter repetitivo, mas dinâmico de tal forma que a tradição persiste e é (re)modelada e (re)inventada a cada geração. Assim posto, pode-se dizer que, se as mudanças ocorrem ao longo dos tempos, logo, as inovações transitam na perpetuação das tradições.

Entretanto, cabe ressaltar que a tradição, embora não impeça a incidência de inovações, limita-se quanto à incorporação das mesmas, de forma que as mudanças adquiridas devem ainda parecer compatíveis ou idênticas à tradição precedente. Assim, a tradição se reinventa, evitando choques entre diferentes valores e modos de vida ao longo do tempo, mas tende a manter a sua essência (Luvizoto, 2010; Hobsbawm, 1984).

Feita essa reflexão, com base nos exemplos mencionados (cajuína piauiense e queijos artesanais mineiros), sabe-se que os produtos artesanais têm suas características peculiares que precisam ser preservadas (tradição), mas também sua qualidade higiênico-sanitária necessita ser assegurada para proteger a saúde do consumidor, o que muitas vezes implica em mudanças no processo de produção (inovação).

A necessidade de ajustes inevitáveis no saber fazer tradicional pode ser melhor compreendida em cenários similares aos citados, mas nos quais se evidencia o sentimento de repulsa, nojo, ao produto elaborado com a técnica original. Nessa perspectiva, pode-se referenciar a substituição dos procedimentos tradicionais de pisar na uva (para produção de vinhos) e de mastigar mandioca (para produção de giroba – bebida alcoólica fermentada, de origem indígena), pela introdução de novos equipamentos e técnicas equivalentes (Viegas, 2006; Ribeiro; Furman; Ristow, 2020), tornando o produto em condições higiênico-sanitárias adequadas para seu consumo. Vale ressaltar que, embora não tenha sido mencionado nos estudos relacionados (Viegas, 2006; Ribeiro; Furman; Ristow, 2020), muito provavelmente tal incremento interferiu (em maior ou menor grau) nas características sensoriais das preparações, embora se admita que os produtos finais tenham se tornado compatíveis aos produtos originais, uma vez que foram mantidos seus nomes genuínos e forma de consumo pelos grupos sociais envolvidos com tais práticas alimentares.

Destarte, a introdução de novas técnicas e/ou tecnologias torna-se um advento necessário, ou até mesmo indispensável, para promover a segurança do produto final. Ressalta-se que a comprovação dessas imposições modernas foi obtida ao longo da história, por meio da evolução do grau de conhecimento científico. Este, por sua vez, deve reconhecer as peculiaridades do produto artesanal, respeitando e adaptando sempre que possível a

manutenção dos procedimentos realizados para o seu preparo, desde que a análise experimental metodologicamente testada apresente resultados seguros à saúde do consumidor. Com essa compreensão, é possível evitar o surgimento de legislações criadas exclusivamente para atender aos padrões da produção industrial de alimentos que, consequentemente, excluem os produtores artesanais.

Assim, em relação à adequação às regulamentações voltadas à produção de alimentos, observa-se recentemente um esforço do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) no controle de qualidade de alimentos artesanais, ao elaborar normativas específicas para atender a este tipo de produto (capazes de considerar, por exemplo, a variabilidade de características entre os lotes). Inclusive, nesse processo, o MAPA promoveu a certificação de qualidade Selo Arte, instituído pela Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018, e regulado pelo Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022, em produtos artesanais de origem animal, junto aos produtores que obedecem aos padrões preconizados. O Selo Arte é um dispositivo de identificação de alimentos que apresentam características e métodos de preparo próprios, tradicionais, culturais ou regionais, os quais são devidamente inspecionados observando-se suas peculiaridades, e que podem ser comercializados em todo o território nacional, desde que sejam obedecidos os controles de qualidade específicos (Brasil, 2018; Brasil, 2022b).

É oportuno frisar que, de forma similar à introdução de novas técnicas e tecnologias no processo de produção de alimentos, o incremento de normativas também visa o consumo de um alimento seguro à população. Considera-se, portanto, que o avanço em determinar técnicas, tecnologias e regulamentações específicas que melhorem a segurança de consumo de produtos artesanais, contemplando suas peculiaridades e respeitando sua tradição, pode indicar um progresso importante, uma vez que alimentos artesanais com frequência são comercializados à margem das legislações, podendo vir a causar Doenças Veiculadas por Alimentos (DVA) e levar a problemas de saúde pública (Matos et al., 2021).

Em conclusão a esta primeira análise, é extremamente necessário observar que tais reflexões não estão aqui expostas com a finalidade de impor a introdução de novas tecnologias/adequação regulamentar sobre a produção tradicional, mas sim promover um pensamento crítico a respeito. Tendo em vista essa consideração, ressalta-se que embora alterações no processo de produção sejam necessárias para atender aos requisitos legais de segurança sanitária do alimento, tais ajustes não devem descharacterizar o produto, seus modos de uso e a natureza artesanal da produção. Assim, acredita-se que a compreensão da relevância, o treinamento técnico e a participação efetiva dos produtores na incorporação de inovações são fundamentais para a manutenção do saber fazer tradicional, devido ao fato dos mesmos serem

os verdadeiros guardiões do processo de produção artesanal, elemento base na constituição dos patrimônios culinários.

## **2.2 Reflexões sobre as especificidades existentes entre os registros do patrimônio culinário e da IG na perspectiva da Gastronomia**

Embora os registros patrimonial e de IG sejam formas de preservação do saber fazer, a grande diferença entre estes ativos está em seus objetivos: enquanto o registro patrimonial visa a perpetuação da memória e tradição, de forma que as mesmas não se percam com o tempo, e sejam capazes de incentivar a promoção de políticas públicas que fomentem a salvaguarda dos bens registrados (IPHAN, 2025a), a IG é um recurso que visa proteger o território de abrangência para contribuir na diferenciação cultural dos produtos e serviços a ele atrelados (INPI, 2025b). Ou seja, enquanto um protege as práticas alimentares para preservar as questões simbólicas envolvidas (registro patrimonial), o outro o faz promovendo a reputação e identidade cultural da origem e combatendo a concorrência desleal do produto no mercado (registro de IG). Assim, de forma prática, tais distinções se dão na perspectiva entre o patrimônio intangível/cultural *versus* o produto econômico/concorrência/identidade.

As diferenças entre esses ativos tornam-se mais claras à análise ao se considerar a documentação básica exigida para abertura do processo, visando à solicitação dos registros de IG e do patrimônio culinário, junto aos órgãos nacionais oficiais competentes, INPI e IPHAN, respectivamente. O Quadro 2 sumariza as principais especificidades quanto aos documentos necessários para cada registro.

Quadro 2 – Tipos de proteção e principais documentos necessários para o registro oficial do patrimônio culinário no Brasil.

Tipo de proteção	Principais documentos necessários para a proteção
Indicação Geográfica (IG) <sup>a</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requerimento de IG;</li> <li>2. <i>Caderno de Especificações Técnicas (CET);</i></li> <li>3. Procuração, se for o caso;</li> <li>4. Comprovante do pagamento da Guia de Recolhimento da União (GRU);</li> <li>5. Comprovante da legitimidade do requerente;</li> <li>6. <i>Documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido, no caso de IP, OU documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, no caso de DO;</i></li> <li>7. Instrumento oficial que delimita a área geográfica;</li> <li>8. Se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da IG ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território.</li> </ol>
Registro do patrimônio culinário <sup>b</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. Identificação do proponente (nome, endereço, telefone, e-mail etc.);</li> <li>II. Justificativa do pedido;</li> <li><i>III. Denominação e descrição sumária do bem proposto para Registro, com indicação da participação e/ou atuação dos grupos sociais envolvidos, de onde ocorre ou se situa, do período e da forma em que ocorre;</i></li> <li><i>IV. Informações históricas básicas sobre o bem;</i></li> <li><i>V. Documentação mínima disponível, adequada à natureza do bem, tais como fotografias, desenhos, vídeos, gravações sonoras ou filme;</i></li> <li><i>VI. Referências documentais e bibliográficas disponíveis;</i></li> <li>VII. Declaração formal de representante de comunidade produtora do bem ou de seus membros, expressando o interesse e anuênciam com a instauração do processo de Registro.</li> </ol>

Fonte: Caldas et al. (2024). NOTA: 1) As informações sobre IG constantes no Quadro 2 são referentes ao caso quando o pedido é realizado por uma associação, sindicato ou outro substituto processual brasileiro, foco do presente trabalho que representa a maioria das IG registradas no Brasil (INPI, 2025b); há ainda as possibilidades de pedidos realizados por: um único produtor, pessoa física ou jurídica, estabelecido na área delimitada; ou por requerente estrangeiro originário de país com reciprocidade de tratamento dado aos brasileiros (IG internacionais que desejam registrar sua IG no Brasil). 2) As informações sobre patrimônio culinário são procedimentos comuns a qualquer pedido de registro de patrimônio imaterial, sendo destacado como patrimônio culinário no Quadro 2 para compreensão didática concernente ao tema do presente estudo. 3) *Em itálico, destacam-se as informações mais importantes a serem aprofundadas no presente estudo.* Dados: BRASIL (2022a); BRASIL (2006).

Em termos comparativos, considerando um estudo dirigido voltado ao detalhamento das questões pertinentes à presente pesquisa, serão destacados: os responsáveis pela abertura do processo de registro e a forma como o saber fazer é discriminado. Dessa forma, o requerimento de uma IG brasileira deve ser realizado por um substituto processual, que é a entidade representativa da coletividade legitimada (organizações sociais) ou, em casos bastante específicos, o produtor único (pessoa física ou jurídica), a requerer o registro de IG (INPI, 2025b), enquanto o proponente para registro patrimonial constitui de associações da sociedade civil ou instituições governamentais (IPHAN 2025a).

Assim, enquanto na IG o solicitante deseja legitimar sua tradição e obter benefícios comerciais associados aos produtos/serviços singulares, vinculados a uma dada origem, no registro patrimonial, o requerente visa à proteção do bem imaterial, independentemente de pertencer ou não a mesma, desde que conte com a anuênciam da comunidade envolvida sobre a instauração do processo (Quadro 2; item VII). Portanto, caso a IG não seja bem estabelecida quanto aos seus participantes que integram este saber fazer (que podem ser e, por essência,

deveriam constar, todos os envolvidos desde a primeira etapa de produção até a comercialização final na região de origem do produto/serviço), um grande embate se estabelece em relação à proteção do patrimônio culinário, ao evidenciar um claro conflito entre o produtor e a representação do saber fazer.

Já sobre a forma como o saber fazer é instituído nos distintos tipos de proteção, no caso da IG, isso se dá pelo Caderno de Especificações Técnicas (CET) e pelos documentos comprobatórios relacionados (itens 2 e 6 da Quadro 2), enquanto para o registro patrimonial, esta informação compõe a maioria dos documentos solicitados para a abertura do processo (Quadro 2; itens *III, IV, V e VI*). Ressalta-se que não há um protocolo específico para o registro do patrimônio culinário, bem como, faz-se necessário frisar que a proteção recai sobre os saberes relacionados a tais práticas, e não sobre a receita do produto. Como exemplo, tem-se o registro oficial pelo IPHAN do Ofício das Baianas de Acarajé e não do alimento acarajé.

Nesse sentido, é pertinente atinar que, para o IPHAN, as inovações que possam vir a ocorrer nos ativos imateriais registrados pelo órgão devem ser respeitadas, sendo compreendidas como mudanças que socialmente se desenvolveram com a ação do tempo sobre a cultura das populações envolvidas. Assim, um registro é frequentemente consultado pelo IPHAN para compreensão e notificação da continuidade de sua proteção, sendo inativado somente quando a população relacionada oficialmente comunica que não identifica mais o bem protegido como representativo de sua cultura, quando é, então, considerada desnecessária a manutenção do registro (caso nunca ocorrido na história do órgão).

Logo, ao que tange a análise do patrimônio culinário, evidencia-se que a receita original do produto gastronômico tradicional atrelado à prática alimentar protegida fica completamente desassistida. Para melhor compreensão, analisando-se novamente o caso do acarajé, são frequentes as reportagens que apontam produtoras/comerciantes do produto modificando a receita autêntica, como nos casos dos acarajés doce (G1, 2019a) e rosa (CNN Brasil, 2023). Essas situações, que sempre ganham grande repercussão na mídia e envolvem toda a sociedade no bojo da discussão, incluindo desde a população local e estudiosos da área, até as próprias baianas de acarajé (cujo ofício está protegido no Livro de Registros dos Saberes), não contam, portanto, com a atuação do IPHAN, que embora ratifique que há uma tradição protegida envolvida, deve respeitar as práticas comercialmente desenvolvidas, pois claramente foge ao escopo de atuação do órgão atuar no impedimento desta atividade. Essa situação fica ainda mais preocupante, uma vez que se verifica que no Brasil não há meios específicos dedicados à proteção de receitas alimentícias, sendo esse tema cada vez mais debatido na literatura,

principalmente à luz da proteção da propriedade intelectual (Presenza et al., 2017; Rocha, 2019).

Assim, para a IG, além do arcabouço teórico que sustenta a tradição do território quanto à notoriedade do saber fazer do produto/serviço ali desenvolvido (Quadro 2; item 6), o CET deve determinar todas as questões obrigatórias do processamento (Quadro 2; item 2). Portanto, este documento deve incluir: a) a descrição do produto ou serviço objeto da IG; b) a descrição do processo de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço, pelo qual o nome geográfico se tornou conhecido (no caso de IP) ou das qualidades ou características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e seu processo de obtenção ou prestação (no caso de DO); c) a descrição do mecanismo de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da IG, bem como sobre o produto ou serviço por ela distinguido; e d) as condições e proibições de uso da IG, assim como as eventuais sanções aplicáveis às tais infringências (Brasil, 2022a). Logo, embora tanto o registro patrimonial quanto a IG protejam o saber fazer relacionado ao patrimônio culinário, tal proteção, no contexto da IG, demonstra também seu processo de produção único, detalhando-o minuciosamente, de forma a agregar valor e a combater a fraude do produto.

Desta forma, pode-se dizer que a IG é o recurso disponível no país mais adequado para almejar a proteção de receitas tradicionais, uma vez que toda a sua produção e controle de qualidade atrelado são minuciosamente descritos no CET. Entretanto, salienta-se que, de acordo com a legislação vigente, é possível (após o prazo mínimo de 24 meses da IG concedida) modificar questões vinculadas à forma de processamento e controle do produto com IG, desde que se atenda aos critérios previamente estabelecidos em lei, dentre eles, a anuência formal (registrada em ata pelos representantes da coletividade envolvida) da representação dos produtores sobre as alterações realizadas (Brasil, 2022a). Ainda assim, considera-se que o saber fazer originalmente registrado pelo INPI, bem como as modificações posteriormente implementadas e aprovadas pelo órgão, ficam formalmente registradas e passíveis a consultas públicas. Além disso, ressalta-se que, diferente do registro patrimonial, a IG é um registro vitalício.

Faz-se necessário salientar que a IG, por meio do CET, visa detalhar as singularidades presentes no processo de elaboração do produto original, mas também deve apresentar o atendimento ao Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ). O PIQ sintetiza um conjunto de normas que define as regras para a classificação de alimentos, destacando-se os parâmetros físico-químicos que caracterizam a qualidade de cada produto consumido no mercado. Assim,

análises laboratoriais inconformes comprovam a descaracterização do alimento, que pode ser devido a falhas de processamento ou até mesmo sua adulteração (Brasil, 1993).

Em adição ao PIQ, sendo a IG um recurso da propriedade industrial, os alimentos também devem ser elaborados conforme as Boas Práticas de Fabricação (BPF), estando sujeitos à inspeção sanitária de alimentos (Brasil, 1993). Ressalta-se ainda que o PIQ de cada produto indica o atendimento indispensável não apenas a outros regulamentos técnicos específicos (como padrão microbiológico e rotulagem de alimentos), mas também a possibilidade de realização de análises físico-químicas complementares, com indicação explícita de consulta a normativas internacionais, visando à confirmação da identidade do produto. Nesse contexto, destaca-se que a adequação a regulamentações globais impede ou dificulta a aplicação de restrições sociais, ambientais, etnoculturais e outras barreiras não tarifárias, ampliando o mercado devido principalmente à segurança alimentar e do alimento, bem como aos sistemas de rastreabilidade associados (Reis, 2015).

O CET, portanto, é o documento que atesta o atendimento a todos os dados pertinentes ao(s) alimento(s) registrado(s) com IG, assegurando o compromisso com a receita tradicional e com o controle de qualidade dos alimentos. No caso das DO, ressalta-se que, se a relação de causa e efeito do produto tiver associação direta com os parâmetros físico-químicos diferenciados e o *terroir* específico do território de abrangência, a faixa que comprova a superioridade desses índices deve ser destacada. Como exemplo, tem-se em Santa Catarina o cultivo de bananas referentes à DO Região de Corupá, cujas condições geoedafoclimáticas da região produtora promovem uma menor acidez e maior relação açúcar-acidez, refletindo na produção de frutas mais doces quando comparadas a outras bananas do mercado (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Região de Corupá, 2018).

Por fim, ressalta-se que, durante o processo de estabelecimento de uma IG para solicitação e concessão do registro junto ao INPI, é possível que a receita e/ou o processamento tradicionais possam vir a ser modificados, visando-se atender aos critérios de controle de qualidade oficialmente estabelecidos pelos órgãos competentes. Entretanto, é imperativa a consideração de que os procedimentos corretivos para ajustes das não conformidades encontradas não devem, em hipótese alguma, descharacterizar o produto original. Vale ressaltar que Brasil (1993) determina que os estabelecimentos relacionados à área de alimentos adotem, sob responsabilidade técnica, as suas próprias BPF, seus programas de qualidade, e atendam aos PIQ, contribuindo para, na medida do possível, atender à manutenção do saber fazer originalmente estabelecido.

### **2.3 Paisagem: compreensão sensorial, holística e observações sobre a paisagem tradicional produtiva**

Frente à crescente exigência do mercado consumidor por produtos genuínos e oriundos de práticas sustentáveis, a interação entre Gastronomia, Geografia e Turismo torna-se essencial para elucidar questões relativas à influência do território na especificidade da matéria-prima utilizada, o que direciona os estudos para a compreensão do *terroir* e, consequentemente, da paisagem. *Terroir* é um termo francês utilizado para designar local, geralmente uma zona rural, de onde provêm um saber fazer ou produtos específicos. Frequentemente relacionado a sabores/características peculiares, tem sido utilizado na contemporaneidade como recurso de comunicação imagética junto aos consumidores, também em rótulos de produtos que exploram essa característica (Reis, 2015; Leedon et al., 2021; Matos; Cardoso, 2021). Portanto, este conceito está associado às características naturais ligadas à identidade de um lugar, apresentando-se como uma referência à relação entre sociedade, práticas sociais, meio natural e paisagem (Coelho-Costa; Coriolano, 2017).

Segundo Santos (1988, p. 8), paisagem é “tudo aquilo que nós vemos, o que nossa visão alcança [...]. [...] Não é formada apenas de volumes, mas também de cores, movimentos, odores, sons, etc”. Ou seja, a paisagem engloba a sensação de experimentar o lugar, muito pertinente ao contexto de consumo de patrimônios culinários, com destaque para as IG de produtos agroalimentares (Matos; Cardoso, 2021).

Vale ressaltar que, para além da representação do uso de recursos naturais para estimular o consumo de produtos, o cultivo dos mesmos pode representar também uma proteção contra o abandono de terrenos agrícolas, preservando a paisagem tradicional e mantendo os ambientes naturais, além de contribuir para a salvaguarda da gastronomia e da cultura tradicional (Paffarini et al., 2021). Como exemplo, Reisman (2022) ponderou que a exclusão de produtores de amêndoas na IG do *turrón* valenciano (Espanha) promoveu o abandono das amendoeiras, interferindo completamente na paisagem da região, demonstrando que o equilíbrio ecológico e a estabilidade social desse território estavam ligados à manutenção de uma paisagem produtiva.

Além disso, essa paisagem tradicional produtiva tem contribuído para a promoção da biodiversidade, ao manter o homem em seu território e consequentemente suas práticas alimentares associadas, embora deva-se advertir que as técnicas de produção precisam ser estabelecidas para evitar produtos muito onerosos e que conduzam à intensificação prejudicial ao meio ambiente (Reisman, 2022). Isso porque um alimento com IG tende a apresentar valor agregado e aumento da demanda de mercado (incluindo internacional), logo, sendo o comércio

balizado pela lei da oferta e da procura, é possível que o produto passe a apresentar um custo inacessível para a própria população envolvida com a sua produção e hábito alimentar. Assim, ressalta-se que a inovação, quando incorporada e voltada para atender o mercado consumidor, deve respeitar os limites da tradição.

A paisagem, quando apropriada devidamente pela IG de produtos agroalimentares, ilustra bem a relação do homem com os recursos naturais disponíveis e, por sua vez, as transformações que culturalmente foram estabelecidas para a produção de um alimento tradicional. Essa situação, aqui teorizada, é facilmente verificada na prática em casos de IG que possuem turismo gastronômico imbricado. Portanto, verifica-se que as comidas locais existentes têm relações com elementos como idiomas, religiosidades, tradições, história e arte que formam a identidade do território que estão vinculadas e têm efeitos significativos na preferência de destino dos turistas (Pamukçu et al., 2021).

Dessa forma, o consumidor consegue ter a experiência de entrar em contato com a história, cultura, tradição e saber fazer (bem como técnicas relacionadas) dos produtos, ao apreciar a paisagem, vivenciando-a a partir do consumo desses alimentos no seu local de origem. É o caso de IG consagradas no turismo gastronômico, a exemplo de vinhos (Thanh; Kirova, 2018) e azeite (Millán; Pablo-Romero; Sánchez-Rivas, 2018), que permitem ao turista adquirir novas experiências sensoriais com alimentos e bebidas, capazes de influenciar significativamente nos comportamentos de viagem, a tal ponto que outras IG têm prospectado essa possibilidade (Harrington; Ottenbacher, 2010; Pamukçu et al., 2021; Jimenez; Torre; Rojas, 2019).

Segundo Oliveira e Souza (2021), como a maioria das IG brasileiras está diretamente ligada ao espaço rural, principalmente pela concentração de produtos agroalimentares, pode-se inferir que elas contribuem significativamente para a melhoria do bem-estar social e dos meios de subsistência desta população, reforçando a valorização de modos de vida do campo. Assim, as IG têm contribuído em muitos aspectos para o incremento do turismo nestes territórios, pelo fato desses possuírem patrimônios natural e cultural significativos (como cultura local e relações sociais estabelecidas), sendo vislumbrada como oportunidade de consumo de um saber fazer tradicional, o que é mantém valorizada e preservada por toda a comunidade (Oliveira; Souza, 2021).

Logo, alimentos e seus meios tradicionais de obtenção e preparo integram o patrimônio culinário e fortalecem a identidade de um sistema alimentar local, refletindo positivamente na soberania e na segurança alimentar e nutricional das populações envolvidas na sua produção. Observando-se que a IG congrega a relação entre patrimônio e mercado, este registro é capaz

de sintetizar um conjunto complexo de interações tocantes à saúde, ao meio ambiente e à economia, incluindo os meios de subsistência dos agricultores e a lucratividade das empresas, representando um modelo apreciável de sistema alimentar (IDEC, 2021; Dembedza et al., 2022).

Nesse sentido, Dembedza et al., (2022) consideram que as IG podem proteger indiretamente o patrimônio culinário associado à produção desses bens, salvaguardando produtos alimentícios regionais com forte reputação entre os consumidores. Corroborando com este achado, Bowen e De Master (2011) argumentam que iniciativas baseadas no patrimônio e no território oferecem uma estratégia significativa para promover meios de subsistência rurais, criando importantes espaços para o desenvolvimento rural, particularmente em regiões economicamente vulneráveis.

Tais autores ressaltam ainda que as instituições formais são um meio necessário para resistir à homogeneização, industrialização e mercantilização que caracterizam o sistema alimentar (Bowen; De Master, 2011). No Brasil, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) apresentou como as cinco dimensões do sistema alimentar do país: negócios (1), abastecimento e demanda (2), ecológica (3), saúde (4) e governança (5) (IDEC, 2021). Logo, as IG podem ser compreendidas como microssistemas que concentram todas essas dimensões, embora uma série de desafios devam ser superados nesse processo ao longo de toda a cadeia de valor. Assim, Bowen e De Master (2011) apresentam que iniciativas que se limitam a codificar produtos culturais, sem levar em conta o contexto sócio-organizacional (garantindo a representação de todos os representantes da cadeia produtiva, privilegiando os produtores locais na construção e governança de arranjos de proteção, considerando as demandas e prioridades locais) correm o risco de se tornarem “museus de produção”, ou seja, uma espécie de vitrine rural estereotipada com a finalidade expressa de atrair turistas.

Considerando todo esse cenário e a importância da manutenção da paisagem tradicional produtiva nesse contexto, permite-se dizer, portanto, que essa paisagem pode ser melhor compreendida pelo entendimento das formas-conteúdo: “uma forma que não tem existência empírica e filosófica se a consideramos separadamente do conteúdo e um conteúdo que não poderia existir sem a forma que o abrigou” (Santos, 2006, p.14). Ou seja, a paisagem constitui um conjunto de formas-conteúdo que conotam a perpetuação da tradição ao se preservar sua memória por meio da manutenção do saber fazer passado de geração a geração: desde o uso primário dos recursos do território (a exemplo das matérias-primas) até a aplicação de técnicas específicas durante o processamento (incluindo os materiais de trabalho e equipamentos utilizados) (Matos; Cardoso, 2021).

Logo, citando-se Santos (2006, p. 66), complementa-se que a paisagem é “o conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre homem e natureza”, representando, conforme Ab’Saber (2003, pág. 9), uma “herança de processos fisiográficos e biológicos, e patrimônio coletivo dos povos que historicamente as herdaram como território de atuação de suas comunidades”. Dessa forma, a paisagem tradicional produtiva pode representar, para além de uma herança, uma imagem vinculada à identidade do território, atribuindo ao patrimônio culinário uma construção social e ao turismo gastronômico mais uma forma de consumo, que deve ser planejado de forma sustentável. Nessa perspectiva de mercado, ressalta-se que a importância dessa paisagem é tamanha que ela geralmente é representada como elemento chave do recurso imagético que ilustra o signo distintivo do produto, de forma a contribuir para a conexão do consumidor final ao local de origem (Figura 2).

Figura 2 – Signos distintivos de IG brasileiras.



Fonte: Autoria própria (2025). Dados: INPI (2025a).

Em adição, em termos de sustentabilidade (incluindo-se aqui a ambiental e social), a IG é um recurso que contribuiativamente para a manutenção da paisagem tradicionalmente produtiva. Neste contexto, apesar de não serem essencialmente concebidas como ferramentas de gestão ambiental, as IG mostraram um forte potencial, sendo frequentemente associadas à conservação da biodiversidade (Bérard; Marchenay, 2006).

Como exemplo prático dessa situação, tem-se a IG brasileira Sul da Bahia, relacionada à produção de amêndoas de cacau (*Theobroma cacao L.*). No CET do produto, é estabelecido que os sistemas de produção associados a este cultivo devem ser baseados em sistemas

agroflorestais (cacau-cabruca, cacau com erytrina e cacau com seringueira). Além disso, o CET exige que o sistema cabruca deve totalizar, no mínimo, 50% do sistema de produção do cacau plantado, e que o cacau represente o mínimo de 30% da área total produtiva, salvo em situações específicas devidamente detalhadas no CET (Regulamento de Produção do Cacau e Uso da Indicação de Procedência Sul da Bahia, 2017).

Os sistemas agroflorestais procuram imitar um bosque natural, otimizando os efeitos benéficos das interações que ocorrem entre os componentes arbóreos e as culturas e/ou animais. Assim, obtém-se uma maior diversidade de produtos, diminuem-se as necessidades de insumos externos e reduzem-se os impactos ambientais. Mais especificamente no sistema agroflorestal cabruca, ralea-se a floresta e planta-se o cacau sob a sombra das grandes árvores, sendo, portanto, menos danoso do que os sistemas de plantio direto, que fazem uso da derrubada total no preparo do solo. Esse “mosaico” de paisagem composto pelas cabrucas e fragmentos florestais é extremamente relevante para a conservação da biodiversidade da região, pois serve de corredor para o fluxo genético entre as espécies (De Oliveira et al., 2011).

É dessa forma que a IG Sul da Bahia fortalece a conservação do mico-leão-da-cara-dourada (*Leontopithecus chrysomelas*), espécie endêmica da Mata Atlântica (sul da Bahia e norte de Minas Gerais) ameaçada pela fragmentação florestal, perda de seu habitat natural e pela conversão dos agrossistemas de cacau – cabrucas – em outras culturas não compatíveis com sua coexistência (Moraes, 2011; Indicação de Procedência Sul da Bahia, 2023). Esse compromisso é tão importante que, além de estar claramente estabelecido em seu CET, tal primata é o elemento principal que compõe o signo distintivo dos produtos que possuem a referida IG (Figura 3). Essa situação corrobora com os achados de Reisman (2022), que considera que, quando explicitamente projetadas para proteger a terra, as IG são frutos fáceis para conter o declínio de diversas práticas agroecológicas não adequadas aos esquemas de *commodities*, protegendo a paisagem tradicional.

Figura 3 – Signo distintivo da IG Sul da Bahia.



Fonte: Indicação de Procedência Sul da Bahia (2023).

Faz-se necessário enaltecer que, além da relação capitalista de tendência de mercado mundial e da compreensão holística da paisagem (ao provocar mutualmente vários sentidos humanos), a comida representa cultura. Assim, é importante marcar que o consumidor de um produto com origem reconhecida busca (re)encontrar no alimento preparado tradicionalmente uma expressão da história e identidade, integrando a sustentabilidade ambiental à social, a qual é definida por Mckenzie (2004, p.12) como “uma condição de melhoria da vida dentro das comunidades, e um processo dentro das comunidades que pode alcançar essa condição”. Logo a manutenção da sustentabilidade social está relacionada à coesão social, à diversidade sociocultural e ao sentido de lugar (Åhman, 2013; Cheng, 2023).

Desta forma, observa-se que apesar do enorme potencial que os produtos agroalimentares brasileiros apresentam (diversidades biológica e cultural), são poucos os patrimônios culinários registrados no país. Assim, acredita-se que o uso de ingredientes, métodos e preparações relacionados à gastronomia local pode promover iniciativas de suporte aos patrimônios culinários brasileiros. Nesse contexto, é possível convergir esforços multidisciplinares (incluindo-se atividades econômicas correlatas, como o turismo) visando a consolidação de uma rede de proteção dos produtos agroalimentares tradicionais e, consequentemente, da população culturalmente envolvida com o saber fazer genuíno ao território.

### 2.3.1 Paisagem Alimentar: definição e relação com a Gastronomia

A memória e a imagem que vinculam o alimento à sua origem, muitas vezes são cercadas de representações da cultura do povo e do patrimônio genético específicos da região. Essa essência peculiar de um lugar contribui para a construção da paisagem alimentar. A paisagem alimentar ou *foodescape* (contração de comida e paisagem em inglês) foi mencionada pela primeira vez na literatura científica em 1995 e tem sido utilizada em várias investigações que abordam as disparidades sociais e espaciais nos sistemas de saúde pública e alimentares (Vontron; Perrin; Soulard, 2020).

A paisagem alimentar parte do nexo pessoas-comida-lugar e conceitua-se como uma construção social dinâmica que relaciona a comida a lugares, pessoas específicas e significados, estando em constante mudança juntamente com as escolhas alimentares, a alimentação e outros elementos que geram relações com a comida (Vontron; Perrin; Soulard, 2020; Park; Widjanta, 2022). Sua compreensão inclui as dimensões físicas, sociais e culturais de uma localidade, integrando o indivíduo ao ambiente, cultura e sociedade circundante (Björk; Kauppinen-Räisänen, 2019).

Segundo Vontron, Perrin e Soulard (2020), há quatro abordagens de estudo da paisagem alimentar, conforme visualiza-se no Quadro 3.

Quadro 3 – Abordagens da paisagem alimentar segundo Vontron, Perrin e Soulard (2020).

<b>Tipo de abordagem</b>	<b>Descrição</b>
Espacial	A paisagem alimentar é sinônimo de “ambiente alimentar”, sendo utilizadas estatísticas e análises espaciais para caracterizar a diversidade das paisagens alimentares urbanas e seus impactos na dieta e na saúde, à escala da cidade ou do bairro.
Sociocultural	As paisagens alimentares são moldadas socialmente e realçam as desigualdades estruturais, combinando estudos de caso qualitativos e inquéritos quantitativos sobre práticas de aquisição de alimentos.
Comportamental	Concentra-se geralmente em microescalas interiores, apresentando como as percepções dos consumidores sobre as paisagens alimentares explicam e determinam os comportamentos alimentares e a educação alimentar.
Sistêmica	Contesta o regime alimentar corporativo global e promove redes alimentares locais, éticas e sustentáveis.

Fonte: Autoria própria (2025). Dados: Vontron, Perrin e Soulard (2020).

Dessa forma, pode-se considerar que a presente pesquisa, ao aprofundar a paisagem alimentar a partir de IG agroalimentares, engloba as abordagens sociocultural (representações e forma material de lugares e espaços ligados à alimentação, uma paisagem socialmente construída) e sistêmica (a paisagem alimentar como um conceito próximo do sistema alimentar, mas pertencente a locais ligados à alimentação) (Vontron; Perrin; Soulard, 2020).

Esta tese pretendeu sumarizar dados de paisagem alimentar relacionada à gastronomia, conhecer sua dimensão quando relacionada às IG de produtos agroalimentares. Entretanto, não foram encontradas referências sobre o tema, o que reforça o caráter inovador do presente estudo. Espera-se que, a partir de dados recentemente apresentados sobre a paisagem alimentar no turismo gastronômico, seja possível assimilar elementos que corroborem para o desenvolvimento desse estudo. Nesse contexto, destacam-se dois trabalhos com essa perspectiva.

Zu et al. (2022) resumiram cinco tipos de paisagens alimentares de destino: paisagem alimentar recreativa globalizada, paisagem alimentar local encenada, paisagem alimentar glocalizada (relativa a redes globais de alimentos, onde o ambiente físico adota elementos localizados, incluindo ingredientes e embalagens), paisagem alimentar local autêntica e paisagens gastronômicas étnicas no exterior. Tal estudo propôs uma estrutura coordenada com dois eixos, o espectro da distância cultural e o espectro de atendimento aos turistas/locais, para classificar a paisagem alimentar do destino. Além disso, foi construída uma rede de seis dimensões para revelar as conotações de paisagem alimentar do destino: grau de consumo; ambiente físico; interação social e ambiente; comida e alimentação; cultura; e experiência mista do turista, sendo esta última o resultado do envolvimento e do *networking* dos turistas com todas as dimensões anteriores (Zu et al., 2022).

Park e Widyanta (2022) desenvolveram estudo tendo como objetivos compreender como e onde ocorrem as atividades de turismo gastronômico cocriativo e explorar como as características cocriativas desempenham um papel importante na influência e mudança das paisagens alimentares locais. Assim, verificaram como elementos centrais para a cocriação no turismo gastronômico a interação (entre a população local e seu cenário cotidiano), a customização (personalização aos gostos e restrições dos turistas) e a coprodução (seja a população local compartilhando a produção com o turista, seja a população local desenvolvendo novos produtos que atinjam as expectativas dos turistas; aqui, pode-se mesclar sabores clássicos aos autênticos da região para proporcionar um toque de originalidade aos produtos padronizados, como por exemplo, a adição de especiarias originais aos chocolates clássicos). Nesta tese, serão enaltecidas a interação e a coprodução.

Tendo em vista os trabalhos analisados, pode-se dizer que os turistas gastronômicos têm interesse em consumir os produtos comerciais tradicionais e aprender sobre o saber fazer envolvido em sua produção, mas também querem conhecer as preparações e os hábitos alimentares cotidianos da população residente daquela localidade, aproximando-se (mesmo que temporariamente) da sua realidade. Dessa forma, tais estudos suscitam um caminho

fundamentado para o descolamento do turismo à gastronomia. A partir das categorizações desenvolvidas, os autores ressaltam a grandeza da gastronomia no processo de construção da paisagem alimentar associada ao turismo. Nesse contexto, o turismo é marcado como um serviço de valor comercial (que é agregado com as experiências gastronômicas atreladas, tradicionais ou contemporâneas), ao tempo que enaltece a gastronomia tradicional como um importante símbolo cultural de um povo. Este símbolo, embora represente características muito particulares de cada comunidade envolvida (sendo ela culturalmente receptiva a interações com outras populações ou não), gentilmente permite o acesso aos visitantes que desejem desfrutá-la.

#### **2.4 Galícia: exemplo espanhol de valorização e proteção do patrimônio culinário**

A Espanha é o segundo destino turístico mais importante do mundo em número de visitantes, com 83,7 milhões de turistas estrangeiros viajando para o país em 2019 (OMT, 2024). Na Galícia, que é uma das 17 comunidades autônomas espanholas e está localizada na costa atlântica (ao norte de Portugal), o turismo contribuiu, nesse mesmo ano, com cerca de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) galego, gerando 120 mil empregos diretos, sendo dessa forma considerado um setor de grande relevância para a região (Turismo en Galicia, 2024; Campos et al., 2023; Carral; Río; López, 2020).

A Galícia abriga Santiago de Compostela, pequena cidade medieval (menos de 100 mil habitantes) que está localizada no interior da região e que é a sua capital. Tendo seu Centro Histórico sido declarado Patrimônio Mundial em 1985 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a sua imagem internacional está ligada à Rota de Santiago de Compostela, que também apresenta dois registros patrimoniais pelo mesmo órgão: o Caminho Francês e as Rotas do Norte da Espanha (UNESCO World Heritage Convention, 1985; UNESCO World Heritage Convention, 1993/2015; Carral; Río; López, 2020; Soares et al., 2021).

A Rota de Santiago de Compostela é popularmente conhecida como Caminho de Santiago e trata-se de uma extensa rede interligada de rotas de peregrinação que partem de diferentes pontos da Europa e cujo destino final é o túmulo do Apóstolo Tiago, na capital galega. O Caminho de Santiago tem um tráfego constante de turistas durante o ano todo, que se intensifica no verão (Soares et al., 2021; Turismo en Galicia, 2024).

O turismo no Caminho de Santiago tem um impacto considerável na economia e na sociedade, não apenas em Santiago de Compostela, mas também em toda a Galícia, pois trata-se de uma atração que tem provocado um aumento exponencial da oferta turística nacional e internacional para a região. Isso deve-se principalmente à intensa promoção no setor, ocorrida em 1993, que resultou em um aumento contínuo do número de visitantes, sendo a maioria deles peregrinos. Dados de Compostelas (documento que certifica que um peregrino completou o Caminho de Santiago), que subiram de 99.436 em 1993 para 327.378 em 2018, e o número de visitas turísticas, que passou de menos de 10.000 em 1990 para mais de 250.000 em 2013, confirmam o sucesso do incentivo ao turismo da localidade (Soares et al., 2021; Carral; Río; López, 2020).

Vale ressaltar que esse estímulo, principalmente canalizado por políticas públicas e apoiado pela publicação de diversas obras literárias e cinematográficas, resultou e permanece resultando na “reinvenção” da cidade como atração turística, traduzindo-se num aumento significativo do número de visitantes (Carral; Río; López, 2020). Nesse sentido, faz-se necessário ressaltar o livro “O diário de um mago”, do escritor brasileiro Paulo Coelho (Coelho, 1987), que contribuiu para evidenciar o Caminho de Santiago para o mundo, refletindo em um importante contingente para a região (Rodríguez; Samartim, 2016). Essa obra colaborou para a introdução novos repertórios e alavancou o consumo de novos produtos relacionados ao Caminho de Santiago, além da realização de novas práticas e da construção de imagens, que impactaram em diferentes graus e de maneiras diversas as populações envolvidas, com destaque para os visitantes brasileiros e para a comunidade compostelana (Rodríguez; Samartim, 2016; Pazos-Justo; Río; Samartim, 2018).

Embora estudos sobre o turismo na Galícia apontem como principal motivação turística a religiosa, dado a importância do Caminho de Santiago para a região, em 2019, seus visitantes referiram que a natureza (o “verde”) e a gastronomia foram os atrativos mais importantes da viagem. Isso indica que a contemplação e o lazer relacionados à paisagem, bem como a culinária desse território são fatores notáveis, que vêm impulsionando a escolha desse destino pelos visitantes. Em relação à gastronomia galega, destacam-se como principais produtos os vinhos (especialmente os brancos) e a variedade de peixes, mariscos e carnes, que são convertidos em refeições típicas muito saborosas, de preparo simples (Carral; Río; López, 2020).

Como resultado deste patrimônio culinário com importante apelo turístico, cresceu uma indústria hoteleira na Galícia com mais de 21 mil estabelecimentos, dos quais 90,7% correspondem ao setor da restauração (Hostelería de España, 2019). Devido ao seu papel

significativo na trama empresarial galega, a capacitação, o crescimento sustentável, a melhoria da competitividade e a internacionalização do setor alimentício são questões fundamentais (Cambeses-Franco et al., 2023).

O turismo gastronômico inclui a recolha de conhecimentos sobre uma cultura, uma paisagem e um grupo de pessoas através de heranças culinárias (Morón-Corujeira; Fusté-Forné, 2022). Reconhecendo a importância crescente da relação entre turismo e gastronomia na Galícia, a literatura correlata vem despontando estudos sobre esses temas, de forma associada ou não, relacionando-os à possibilidade de crescimento econômico que promovem junto aos produtores rurais. Esses trabalhos incrementam tecnologias (digitais e sociais), além de reconhecer e avaliar a importância, o papel e a contribuição do Estado para o avanço de resultados satisfatórios e duradouros (González; Piñeiro-Antelo, 2020; Piñeiro-Antelo; González, 2019; Morón-Corujeira; Fusté-Forné, 2022; Cambeses-Franco et al., 2023; Soares et al., 2021; Almomani et al., 2023; Cortés et al., 2022).

A IG é um dos recursos de inovação associados a esse cenário. Atualmente, a Espanha ostenta 433 IG reconhecidas oficialmente, com a Galícia contribuindo com 36 produtos do total registrado no país, o que a destaca como a 3<sup>a</sup> região espanhola com maior número de IG, apesar de ser apenas a 7<sup>a</sup> maior em território (empata com a Catalunha (36 IG) e perde apenas para Castela e Leão (37 IG) e Andaluzia (61 IG), sendo as duas últimas citadas as maiores comunidades autônomas do país, respectivamente) (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2024). O Brasil, que possui uma vastidão territorial 16 vezes maior que a Espanha, possui apenas 130 IG originais do país, o que equivale a aproximadamente 30% do montante espanhol (INPI, 2025a). Sabe-se que a tradição de proteção de produtos originais tem berço europeu, com regulamentações historicamente estabelecidas desde o século XVIII (Reis, 2015), entretanto, sendo o Brasil o país de maior biodiversidade do mundo (IBGE, 2019) e dono de uma vasta e reconhecida riqueza cultural alimentar (Cascudo, 2011), a disparidade entre esses números impressiona.

#### **2.4.1 Brasil e Galícia: relações histórico-culturais e gastronômicas**

Brasil e Espanha têm uma importante proximidade histórica. Em 1835, iniciou-se a migração galega para a América, devido a fatores intrínsecos à Galícia (geográficos e culturais) e por motivadores gerais e externos, como crises econômicas e políticas, desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte transatlântico e crescimento urbano dos países receptores. Os galegos se estabeleceram principalmente nos estados do Pará, Amazonas, Pernambuco,

Bahia, Mato Grosso, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e São Paulo, ocupando todas as regiões brasileiras (Viana, 2021). Estima-se que, entre 1880 a 1970, cerca de 700 mil imigrantes espanhóis vieram morar no Brasil em busca de melhores condições de vida, sendo 70% de origem galega (Silva, 2012).

Muitos imigrantes concentraram sua atividade laboral no setor de Alimentos e Bebidas (A&B), como em armazéns, bares, padarias e pastelarias, principalmente na Bahia, onde fixou-se a maior colônia de galegos do Brasil. Em Salvador, destaca-se que as vitrines dos estabelecimentos comerciais galegos eram consideradas as mais belas e chamativas do centro, onde a elite local fazia compras e se divertia (Silva, 2012).

Além de promover requinte à estética de empreendimentos gastronômicos soteropolitanos, uma das características de sua cultura comercial que pode ter favorecido os imigrantes de origem humilde a prosperarem na cidade (Silva, 2012; Rodríguez; Franco; Miranda, 2014), é possível que os galegos também tenham contribuído para um maior uso de polvo em toda a Bahia. Segundo Albán (2007, p. 451), à época da migração galega, o polvo só era apreciado por baianos que viviam ao “pé do mar”. Para a população urbana e para os procedentes do interior, o polvo causava repulsa, sendo que muitas empregadas domésticas não gostavam de preparar o produto, pois tinham medo (Albán, 2007).

Ressalta-se que o polvo à galega (ou *pulpo* à feira), é uma das preparações mais típicas e representativas da cozinha galega, com reconhecimento na gastronomia internacional (Instituto Americano de Culinária, 2009). Na atualidade, esse fruto do mar tem lugar de destaque nos cardápios de restaurantes que trabalham com pescados na Bahia, seja incorporando o polvo à galega e outras preparações internacionais clássicas ao *menu*, como o português arroz de polvo, seja adicionando o ingrediente às receitas tradicionais e/ou cotidianas do estado ou do país, como moquecas, pasteis, vinagretes e caldos.

A manutenção do hábito alimentar dos imigrantes, ainda que incorporando ingredientes do país de destino em detrimento da impossibilidade de fazer uso dos produtos originais da receita tradicional, está relacionada ao *comfort food*. *Comfort food* conceitua-se como o consumo de alimentos, com frequência fortemente relacionados àqueles considerados patrimônios culinários, capazes de catalisar emoções (através de aromas, formatos, sabores, cores e texturas) e facilitar a recordação de experiências passadas, pessoas, lugares e eventos, tornando-se um vetor de nostalgia (Bryła, 2015).

Acredita-se que o consumo, no país de destino, de alimentos originários do país dos imigrantes tem esse poder, de forma que empresas do ramo alimentício têm buscado ampliar o alcance de seus mercados para atender a essa tendência contemporânea. Como exemplo, em

2016, Viana (2016) verificou que lojas *on-line* da Espanha tinham anunciado produtos alimentícios industrializados e embutidos, além de bebidas e condimentos, para aqueles que estão fora desse território. Entretanto, faz-se necessário informar que, à época, as políticas aduaneiras do Brasil proibiam o país de receber esse tipo de remessa, apesar de haver grande procura por consumidores da nação brasileira (Viana, 2016).

Compreendendo-se que a produção e comercialização de produtos com registros e certificações de reconhecimento internacional favorecem a redução de barreiras não tarifárias e estimula acordos internacionais e o livre comércio entre os países parceiros, a IG é um recurso que pode contribuir para o maior alcance do produto fora das regiões de origem (Reis, 2015). Assim, a IG promove não só a proteção do patrimônio culinário original contra o comércio desleal, mas sua produção e usos na gastronomia favorecem o *marketing territorial*, retroalimentando o interesse em promover iniciativas que visem a proteção de produtos agroalimentares típicos. Ressalta-se que, quando há turismo gastronômico imbricado à IG, há a potencialização de seus benefícios, uma vez que o contato dos turistas com o alimento representativo da cultura local contribui para o fortalecimento e divulgação do mesmo (D'Alexandria, 2015).

Dessa forma, a IG se configura como uma grande catalisadora do potencial de consumo vinculado ao turismo gastronômico, por ser um recurso valorizado internacionalmente, capaz de agregar valor ao produto ao promover o saber fazer tradicional e relacionar a sua qualidade diferenciada ao seu *terroir* específico (La Torre; Fernández; Naranjo, 2014; Reis, 2015). Logo, compreendendo a cultura organizacional de sucesso dos galegos, notadamente no setor de A&B, e o cenário promissor e em constante evolução estabelecido na Galícia nesse ramo, espera-se conhecer tecnologias estabelecidas e emergentes utilizadas no turismo gastronômico galego, capazes de subsidiar o desenvolvimento de uma metodologia prática que vise apontar propostas ou planos de ação integrados em prol da proteção de patrimônios culinários.

Assim, torna-se pertinente destacar nesse contexto o estudo de Caldas (2006), que discute sobre o desenvolvimento territorial em regiões específicas desses dois países (Brasil e Espanha). Ao discorrer sobre a realidade brasileira quanto à produção de frutas na Bahia (Eixo Juazeiro-Petrolina) e a espanhola, na produção de vinhos na Galícia (Comarca do Ribeiro,), Caldas (2006) contrastou as realidades vividas por esses dois territórios periféricos. De forma prática, o termo periférico foi atribuído no sentido dessas regiões não estarem inseridas naquelas de maior desenvolvimento econômico dos seus países, como o Eixo São Paulo-Rio de Janeiro (no Brasil) e Catalunha, País Vasco e Madri (na Espanha).

Demarcando as significativas transformações verificadas em ambos os territórios, desde os últimos 40 anos antecedentes ao estudo de Caldas (2006) até o presente, verifica-se que as condições de resistência implicadas às regiões periféricas analisadas não cessaram. Assim, em 2009, a região do estudo no Brasil registrou a IG Vale do Submédio São Francisco, junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), enquanto a IG espanhola Ribeiro permanece inovando, ao agregar qualidades singulares aos vinhos produzidos, mantendo sua alta qualidade e despontando no mercado, a exemplo da produção do singular vinho “tostado” e da produção de vinho orgânico (Castrillo; Blanco, 2023; Castrillo; Blanco, 2024).

Logo, avaliando o estudo de caso apresentado por Caldas (1996), observa-se que, ao relacionar um grupo de produtores, em um território delimitado e com produção diferenciada frente aos demais congêneres existentes no mercado, junto a um grupo de consumidores dispostos a pagar preços elevados por produtos especiais, observa-se que a IG é capaz de gerar rendas de monopólio (Reis, 2015). Portanto, esse cenário alavanca o desenvolvimento econômico de regiões que não se encaixam aos moldes capitalistas dominantes (produção genérica em larga escala).

Como os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação aos alimentos que adquirem e as novas gerações têm buscado a demanda da experiência inovadora atrelada ao turismo, as peculiaridades de uma produção genuína atrelada à IG sintetizam uma tendência capaz de contribuir para o desenvolvimento territorial de várias localidades com características semelhantes, em todo o mundo. Logo, a Galícia pode servir de modelo nesse sentido.

### **3 METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo descritivo e exploratório (Gil, 2008), no qual foram analisadas IG brasileiras e espanholas. O trabalho foi organizado em três etapas: levantamentos bibliográfico e documental (3.1.); estudos de casos (3.2.) e processamento de dados (3.3).

#### **3.1 Levantamentos bibliográfico e documental**

Foram realizados levantamentos bibliográfico e documental (Gil, 2008), a partir de pesquisas em relatórios técnicos, normativas, trabalhos acadêmico-científicos (artigos, dissertações, teses, relatórios institucionais, entre outros) e jornais de ampla circulação (local a internacional), por meio dos bancos de dados *on-line* (Scielo, Google Acadêmico, Periódico CAPES e *Web of Science*) e acesso ao acervo da biblioteca nacional e de *sites* oficiais de jornais e órgãos/instituições (públicos e/ou privados). Além disso, foram analisados os rótulos dos produtos com IG adquiridos durante a pesquisa de campo. A intenção deste procedimento foi circunstanciar toda a pesquisa e possibilitar a coleta de informações precisas e confiáveis relacionadas ao tema.

#### **3.2 Estudos de caso**

Estudos de caso múltiplos (Ventura 2007), compostos por seis IG, constituíram o trabalho de campo da presente pesquisa, relativos a duas IG brasileiras e quatro IG espanholas. Como critérios de seleção, para garantir o reconhecimento das IG como patrimônios culinários brasileiros autênticos, inicialmente foi levantado o total de IG no Brasil cujos saberes e fazeres também possuem registro de patrimônio cultural pelo IPHAN, a saber: IG Queijo da Canastra, IG Piauí (cajuína), IG Pelotas (doces) e IG Goiabeiras (panelas) (INPI, 2025a; IPHAN, 2025b).

Com a intenção de explorar o uso na Gastronomia e consequentemente a versatilidade de transformação nas práticas alimentares, optou-se por analisar apenas as IG relativas a produtos agroalimentares, excluindo-se assim a IG Goiabeiras. Entretanto, devido ao desastre ambiental que ocorreu no Rio Grande do Sul (CNN Brasil, 2024), próximo ao período estabelecido para desenvolvimento das viagens de campo, a IG Pelotas foi suprimida. Dessa forma, a IG Queijo da Canastra e a IG Piauí constituíram os estudos de caso brasileiros desta tese.

Considerando a expertise europeia em matéria de IG e que a Espanha tem grande contribuição nesse cenário, uma análise pareada das realidades brasileira e espanhola foi planejada. Para compreender detalhadamente a cultura organizacional relacionada à gestão das IG, sendo as comunidades autônomas espanholas detentoras de governos regionais independentes, a Galícia foi privilegiada devido a sua relação histórica e proximidade cultural com o Brasil (Viana, 2021; Silva, 2012).

Para associar elementos em comum, foram escolhidas dentre as IG galegas relativas a patrimônios culinários de alimentos e bebidas, aquelas com composição e/ou forma de preparo similares às IG brasileiras selecionadas, a saber: IG Queijo *Tetilla*, IG Queijo Arzúa-Ulloa e IG Vinhos Rias Baixas. Por oportuno, incluiu-se ainda a IG Torta de Santiago (relativa a um tipo de doce), a fim de compreender minimamente o panorama da representação de produtos elaborados com variedade de ingredientes e origens, que vão compor preparações tradicionalmente reconhecidas no território, analisando-se assim possíveis peculiaridades nas dinâmicas de operacionalização da IG.

Com as IG em estudo determinadas, as viagens nacionais ocorreram entre 1º a 10 de julho de 2024, para a região da Canastra, e entre 17 a 24 de agosto de 2024, para o Piauí. No âmbito internacional, as IG galegas foram visitadas no período entre 11 de setembro até 27 de dezembro de 2024. As viagens a campo foram possíveis a partir da participação em editais de financiamento, logrando êxito na Chamada de Apoio a Ações Pontuais de Extensão 2024 da Pró-Reitoria de Extensão Universitária da Universidade Federal da Bahia – PROEXT/UFBA, bem como por meio de recursos para trabalho de campo via Programa de Apoio à Pós-Graduação (PROAP), da CAPES em articulação com a Pós-Graduação em Geografia da UFBA (POSGEO/UFBA), que custearam parte das viagens nacionais, bem como no Edital da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) nº 06/2024 – Programa de Doutorado Sanduíche no Exterior (PDSE), o qual fomentou bolsa de estudos para a pesquisa na Espanha. Todas as IG (brasileiras e galegas) analisadas constam com suas principais informações no Quadro 4.

Quadro 4 – Informações sobre as IG analisadas.

Nome do Registro da IG	Produto(s)	Espécie de IG/Figura de proteção	Delimitação geográfica	Conselho Regulador	Cidade/município sede do Conselho Regulador (estado/comarca)	Órgão de Controle	Representantes do turismo da região da IG
<b>IG Brasileiras</b>							
Canastra	Queijo	IP <sup>a</sup>	Canastra	APROCAN <sup>b</sup>	São Roque de Minas	NA <sup>d</sup>	Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Turismo e Lazer de Vargem Bonita (MG)
Piauí	Cajuína	IP <sup>a</sup>	Piauí	PROCAJUÍNA <sup>c</sup>	Teresina	NA <sup>d</sup>	Diretoria de Turismo do Estado do Piauí e Profissional Liberal Autônoma Credenciada ao Ministério do Turismo
<b>IG Galegas</b>							
Torta de Santiago	Doce	IGP <sup>e</sup>	Galícia	CR <sup>g</sup> da IGP “Torta de Santiago” AGACAL <sup>h</sup>	Santiago de Compostela	AGACAL <sup>h</sup>	Agência de Turismo de Galicia – Junta de Galicia
Queijo <i>Tetilla</i>	Queijo	DOP <sup>f</sup>		CR <sup>g</sup> da DOP “Queijo Tetilla”	Sergude		
Queijo Arzúa-Ulloa	Queijo	DOP <sup>f</sup>		CR <sup>g</sup> da DOP “Arzúa-Ulloa”	Melide		
Vinhos Rias Baixas	Vinhos	DOP <sup>f</sup>		CR <sup>g</sup> da DOP “Rias Baixas”	Pontevedra		

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Indicação de Procedência. <sup>b</sup>Associação do Produtores do Queijo Canastra. <sup>c</sup>União das Associações e Cooperativas e Produtores de Cajuína do Piauí. <sup>d</sup>Não se aplica. <sup>e</sup>Indicação Geográfica Protegida. <sup>f</sup>Denominação de Origem Protegida. <sup>g</sup>Conselho Regulador. <sup>h</sup>Agência Galega de Qualidade Alimentar.

NOTAS: 1) As Indicações Geográficas Protegidas (IGP) na Galícia são geridas pela AGACAL, dado o pequeno porte, embora tenham produtores assumindo cargos de representação desse grupo social no CR. Devido a essa especificidade, essa formação está em processo de transição, que culminará com a gestão total pela AGACAL, o que já ocorre na atualidade; 2) Em termos práticos, as IGP europeias são equivalentes às IP brasileiras, enquanto as DOP, às DO, com o advento que nas DOP, todos os ingredientes utilizados no preparo do produto deve ser originário da área geográfica protegida na delimitação do território; 3) Os produtos galegos queijo Arzúa-Ulloa e vinhos Rias Baixas têm territórios específicos da Galícia apresentados como zonas de delimitação geográfica, entretanto, para fins didáticos, esses dados foram compilados centrando-se na referida Comunidade Autônoma; 4) Tradução livre dos termos originalmente em espanhol. Dados: INPI (2025a) e Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2024).

### 3.2.1 Entrevistas

Entrevistas foram realizadas com: representantes do Conselho Regulador (CR) da IG; produtores da IG; profissionais da gastronomia do território que trabalham com a culinária típica da região, destacando-se IG no cardápio, e representantes do turismo que compõem o território de abrangência da IG. De forma complementar, na IG Piauí, foram desenvolvidas entrevistas com uma pequena produtora de cajuína sem IG (e de outros coprodutos a base de caju) e um corretor de caju, a fim de conhecer um pouco mais sobre a logística da matéria-prima.

Na Espanha, considerando as especificidades relativas às IG espanholas, houve a inclusão de um outro grupo social ao estudo, o Órgão de Controle (OC), representado pela AGACAL (Quadro 4). Logo, o representante desse grupo foi incluído no universo amostral desse país, exclusivamente. Vale ressaltar que, no Brasil, as atribuições desse órgão integram àquelas observadas nas rotinas de controle do próprio CR da IG, de forma que tais perguntas exclusivas do Órgão Regulador galego foram aplicadas no Brasil para os representantes do CR. A Tabela 1 apresenta o total de entrevistas realizadas, por grupo social estudado.

Tabela 1 – Total de entrevistados do estudo.

Nome do Registro da IG	Grupo social (n <sup>a</sup> )					OC <sup>c</sup>	Total
	CR <sup>b</sup>	Produtores	Turismo	Profissionais da Gastronomia			
Canastra	02	03 <sup>d</sup>	02	04			
Piauí	01	02 <sup>d</sup>	02	06		NA <sup>e</sup>	
<b>Total de entrevistas realizadas no Brasil</b>	<b>03</b>	<b>05</b>	<b>04</b>	<b>10</b>	<b>0</b>		<b>22</b>
Torta de Santiago	01	01					
Queijo <i>Tetilla</i>	01	01					
Queijo Arzúa-Ulloa	01	01	01 <sup>f</sup>	13		01 <sup>f</sup>	
Vinhos Rias Baixas	01	01					
<b>Total de entrevistas realizadas na Espanha</b>	<b>04</b>	<b>04</b>	<b>01</b>	<b>13</b>	<b>01</b>	<b>23</b>	
<b>Total de entrevistas realizadas no Brasil e na Espanha</b>	<b>07</b>	<b>08</b>	<b>05</b>	<b>23</b>	<b>01</b>	<b>45</b>	

Fonte: Autoria própria (2025) Legenda: <sup>a</sup>Número bruto. <sup>b</sup>Conselho Regulador; <sup>c</sup>Órgão de Controle. <sup>d</sup>Um produtor consentiu com o registro audiovisual da produção e respondeu ao questionário socioeconômico, mas não quis participar da entrevista na IG Piauí, enquanto na IG Canastra, um produtor consentiu apenas com o uso das imagens e participação nas observações registradas nos diários de campo. <sup>e</sup>NA: Não se aplica. <sup>f</sup>Os representantes entrevistados respondiam por toda a Galícia, região das IG analisadas, cada qual em seu campo de atuação. NOTAS: 1) Na IG Piauí, houve inclusão de duas entrevistas, não apresentadas no cômputo desse quadro; 2) Tradução livre dos termos originalmente em espanhol. 3) Utilização da técnica de bola de neve para amostragem (Vinuto, 2014) e complementação desse recrutamento *in loco* em empreendimentos do setor de A&B, no caso dos profissionais da gastronomia. 4) O universo empírico planejado para a pesquisa qualitativa utilizou o critério de saturação (Rahimi; Khatooni, 2024).

Destaca-se que o universo empírico planejado para a pesquisa qualitativa utilizou o critério de saturação (Rahimi; Khatooni, 2024). Torna-se importante esclarecer ainda que a saturação ocorreu intragrupo (ou seja, dentro de cada grupo social) e intergrupo (a diversidade promoveu um retrato global da questão, no caso, da IG) (Pires, 2010).

Dessa forma, na primeira IG analisada (IG Queijo da Canastra), com o desenvolvimento de entrevistas com dois representantes de cada grupo foi possível verificar o surgimento da redundância e/ou da sobrecarga de informações, logo, este foi o número padronizado *a priori* e mantido como seguro para as análises de todos os grupos. Entretanto, considerando o caráter exploratório do estudo e a grande variedade de segmentos relacionados ao uso da IG no setor de A&B, houve o esforço de ampliação do número de profissionais da gastronomia a serem incluídos ao trabalho. Assim, foram entrevistados todos os representantes indicados por bola de neve com disponibilidade para o desenvolvimento das entrevistas à época (Tabela 1).

A replicação desse escopo na IG Piauí consolidou tal compreensão e permitiu que o número de representantes para as IG galegas fosse reduzido com segurança, o que se alinhou à maior expertise e à diversidade de IG concentradas no território espanhol, além do objetivo diferenciado que se pretendia junto às mesmas. A grande oferta de temas relacionados à IG, conduzidos por profissionais da gastronomia, manteve a ampliação de entrevistas para esse grupo social também na Galícia (Tabela 1).

Uma ressalva sobre a IG Piauí deve ser pontuada: considerando a recém retomada do processo pós-IG e a extensão territorial da região demarcada, apenas um representante do CR foi entrevistado. Porém, um dos produtores, em virtude de sua recente inserção na gestão da IG, também respondeu às questões relativas ao CR, embora sua participação tenha sido contabilizada no grupo dos produtores (Tabela 1).

As entrevistas aplicadas aos participantes foram compostas por formulários semiestruturados, contendo dados sociodemográficos e perguntas mistas (abertas e fechadas). Os formulários foram organizados em dois blocos: BLOCO 1 – Dados pessoais e socioeconômicos (Apêndice A) e BLOCO 2 – Entrevista (Apêndices B, C, D, E e F). A entrevista compreendeu questões específicas do objeto de estudo relativo a cada grupo social analisado.

Assim, as perguntas direcionadas ao representante do CR aprofundaram questões sobre o CET e a associação entre gastronomia, turismo e IG (notadamente quanto às relações comerciais nacionais e internacionais e permissão do uso do selo distintivo no rótulo de produtos à base da IG) (Apêndice B). Com os produtores da IG, foi enfatizada a relação com o produto antes e após o registro de IG (Apêndice C). Aos profissionais da gastronomia, abordou-

se o uso de produtos tradicionais locais no cardápio, com registro de IG e com potencial para, além de iniciativas de valorização da culinária local, gastronomia sustentável e desenvolvimento social, sua relação com a criação de novas receitas/tendências contemporâneas e o vínculo do estabelecimento com o turismo gastronômico (Apêndice D). Os questionamentos para o representante do turismo incluíram a relação dos roteiros turísticos da região com os produtos agroalimentares tradicionais relacionados, com destaque para a IG e o turismo gastronômico (Apêndice E). Exclusivamente para as IG galegas, as entrevistas aplicadas aos representantes do OC aprofundaram questões sobre a forma de fiscalização do produto, estrutura organizacional, bem como o protocolo que atesta a permissão do uso do selo distintivo no rótulo de produtos à base da IG (Apêndice F).

Em contrapartida, nem à pequena produtora de cajuína sem IG nem ao corretor de caju foi aplicado o questionário socioeconômico (Apêndice A), bem como, as entrevistas realizadas com os mesmos foram não estruturadas, uma vez que a oportunidade da entrevista surgiu sem planejamento prévio e foi orientada para sanar lacunas que surgiram durante o desenvolvimento da pesquisa de campo em andamento. Destaca-se ainda que, em razão das especificidades do estudo de caso da cajuína, os participantes adicionais não se enquadram na análise dos grupos sociais previamente delineados e padronizados para todas as IG, o que ratifica essa tomada de decisão. Por não possuírem vínculo direto com o processo de registro, a inclusão desses participantes comprometeria a homogeneidade pretendida na análise dos resultados no cômputo geral das IG analisadas.

### **3.2.2 Aplicação do método de definição normativa para produtos alimentícios de origem**

Com exceção dos participantes extras relativos à IG Piauí, todos os entrevistados desse estudo responderam um formulário relativo ao Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem, proposto por Meulen (2007), o qual foi adaptado com inclusão de dados do turismo gastronômico vinculado à paisagem alimentar, tendo-se como referência Park e Widyanta (2022) (Anexo B). Esse recurso tem como premissas básicas comparar o grau de originalidade do produto e compreender se os elementos do turismo gastronômico são dados significativos na perspectiva da valorização da gastronomia local e, consequentemente, capazes de contribuir para a construção da paisagem alimentar associada à IG.

### 3.2.3 Rotas gastronômicas

As rotas turísticas foram realizadas de forma complementar, na perspectiva de melhor compreender seu papel na IG, destacando-se o fato de haver influência desse serviço na gestão e processo de tomada de decisão, principalmente quanto recurso para agregação de valor ao registro. Para isso, verificou-se quais IG analisadas possuíam rotas de turismo gastronômico estabelecidas, a partir do CR da IG, a fim de se conhecer a estrutura turística que a organização social reconhece, bem como, ter uma noção prévia do seu grau de estabelecimento.

Como informação padrão, foi solicitado ao CR a indicação e a localização de unidades de produção abertas aos turistas e o suporte gastronômico vinculado (bares e restaurantes), quando aplicável, assim como seus contatos telefônicos e/ou *sites*/correios eletrônicos. Mesmo em IG sem turismo gastronômico imbricado, o CR também passou os contatos telefônicos dos produtores para agendamento prévio e marcação da visita. Todas as visitas foram realizadas, utilizando tais informações para organização da rota de visitação às unidades produtoras, independentemente de terem ou não turismo gastronômico estabelecido. A summarização desse levantamento encontra-se no Quadro 5.

Quadro 5 – Locais visitados para análise de rotas turísticas.

<b>IG Brasileiras</b>	<b>Situação da rota turística imbricada à IG</b>	<b>Cidades/municípios visitados</b>	<b>Estado</b>
Canastra	Estabelecida	São Roque de Minas, Vargem Bonita	Mina Gerais
Piauí	Inexistente	Teresina, Santo Antônio de Lisboa, Pio IX	Piauí
<b>IG Espanholas</b>	<b>Situação da rota turística imbricada à IG</b>	<b>Cidades/municípios visitados</b>	<b>Comunidade Autônoma</b>
Torta de Santiago	Inexistente	Cimadevila, Santiago de Compostela	Galícia
Queijo <i>Tetilla</i>	Inexistente	Lalín	
Queijo Arzúa-Ulloa	Em desenvolvimento	Lalín, Albá	
Vinhos Rias Baixas	Estabelecida	Vilagarcía de Arousa, Padriñán	

Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Tradução livre dos termos originalmente em espanhol.

Em caráter excepcional, considerando a robustez da rota turística da IG galega Vinhos Rias Baixas, a seleção, o contato e o agendamento dos produtores que recebem visitantes foram realizados sem a mediação do CR. Nesse caso, o CR contribuiu informando o *site* oficial da rota do vinho da IG (Ruta do Viño Rías Baixas, 2025a) e se colocou inteiramente à disposição para indicar produtores e mediar o contato, o que não foi necessário, pois o *site* cumpriu perfeitamente sua função. Vale ressaltar que esse processo diferenciado se deu devido a sua

realização ser exequível na qualidade de um turista independente, destacando-se que o turismo na Galícia é essencialmente viário, sendo comum o aluguel de carro para explorar a região.

Ressalta-se que pesquisas adicionais em *sites* contendo resenhas de visitantes às vinícolas com IG foram realizadas, com a intenção de se ter uma ideia da realidade a ser encontrada e avaliar se atendia aos critérios de turismo gastronômico imbricado à IG. Nessa busca para prover a seleção das unidades produtoras, duas vinícolas foram visitadas, porém apenas uma participou das entrevistas e consentiu com o uso das imagens do local.

Em campo, no primeiro momento, foi aplicada a técnica de observação direta (Gil, 2008), com a intenção de experienciar a rota gastronômica na qual a IG estava inserida (quando aplicável), procurando conhecer seu cotidiano neste contexto. Pretendeu-se com isso compreender minimamente esta atividade e a rede que a desenvolve, tornando possível que as entrevistas relacionadas estivessem bem fundamentadas ao contexto real (Martins, 2016).

### **3.3 Processamento de dados**

Os dados resultantes do estudo foram processados utilizando-se recursos adequados a cada caso. Dados quantitativos foram tabulados em planilha Excel, sendo seus valores expressos em números brutos e porcentagem (quando aplicável), enquanto os dados qualitativos foram registrados em diários de campo e/ou com ferramentas audiovisuais.

Os áudios foram gravados e armazenados com um celular (*Iphone 11*), a partir do utilitário “Gravador de voz”. Os vídeos foram filmados utilizando-se preferencialmente uma câmera de ação (*GoPro Hero Black 9*), sendo este equipamento em algumas circunstâncias substituído pelo celular (intempéries ambientais, como temperatura elevada ou local de baixa luminosidade). Os áudios das entrevistas foram transcritos por meio da plataforma digital *Transkriptor*, procedendo-se o texto à análise minuciosa das informações resultantes.

A delimitação da área de estudo e a espacialização dos dados foram realizadas por meio do *software QGIS 3.40.7* (QGIS Geographic Information System, 2025). Os mapas das IG brasileiras foram elaborados utilizando-se dados vetoriais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transporte (DINIT), sendo projetados no sistema de coordenadas do Sistema de Referência Geocêntrico para as Américas, representação de 2000 (SIRGAS 2000). Os mapas das IG espanholas foram elaborados utilizando-se dados vetoriais disponíveis no Centro de Descargas (2025), plataforma do Instituto Geográfico Nacional da Espanha, sendo projetados no sistema de coordenadas ETRS89/UTM zona 29N.

### 3.3.1 Considerações éticas e codificação dos resultados

O projeto desta tese foi submetido ao Comitê de Ética da Escola de Nutrição da Universidade Federal da Bahia (CEPNUT), sendo aprovado com número de parecer CAAE: 64068622.9.0000.5023. A participação de seres humanos foi condicionada à leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) pelos participantes do estudo e pesquisadores responsáveis (Apêndice G).

Em relação às entrevistas, questionários e formulários aplicados, foi garantido anonimato aos participantes, salvo quando o material audiovisual desenvolvido teve autorização de uso da imagem devidamente documentado, assinado e consentido (Apêndice H). Ressalta-se o cuidado com a proteção da imagem e a não estigmatização dos participantes da pesquisa, de forma a garantir a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou de aspectos econômico-financeiros. Em respeito ao sigilo quanto à identificação dos participantes, todas as entrevistas realizadas foram codificadas, sendo os códigos A01 a A13 referentes à IG Canastra e B01 a B13; EB01 e EB02, à IG Piauí. As entrevistas das IG espanholas, por não apresentarem trechos das entrevistas, devido à recursos metodológicos distintos daqueles aplicados aos estudos de casos brasileiros, não teve a codificação revelada. Em relação às unidades de produção visitadas, o Quadro 6 apresenta os tipos e a codificação para análise desses dados.

Quadro 6 – Tipo e codificação das unidades de produção analisadas na pesquisa de campo.

<b>IG Queijo da Canastra</b>	<b>IG Cajuína</b>	<b>IG Vinhos Rias Baixas</b>	<b>IG Torta de Santiago</b>	<b>IG Queijo Tetilla</b>	<b>IG Queijo Arzúa-Ulloa</b>
Fazenda	Fábricas e produção caseira	Vinícola	Fábrica e doceria	Fazenda	Fazenda
FACAN01 a FACAN 03	FABCAJU01 a FABCAJU03; PROCASJU01		NA <sup>a</sup>		

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Não se aplica. NOTA: Para as IG galegas, outra metodologia de análise foi desenvolvida, não sendo necessária a apresentação dos trechos da pesquisa, consequentemente sua codificação, devido a sua inaplicabilidade no decorrer da narrativa.

### 3.3.2 Análise dos resultados

O escopo da análise dos resultados segue a linha de pensamento geográfico estabelecido por Gomes (2017). De forma resumida, Gomes (2017) sustenta a tese de que a geografia é uma forma gráfica de organizar o pensamento, tendo-se por base a descrição, sendo o quadro o instrumento elementar que por sua vez reflete a síntese desse conhecimento. Para este autor, “fazer parte de um quadro significa estar exposto ao mesmo ambiente, encontrar conexões

múltiplas pelo jogo de posições, partir da localização para pensar relações, julgar proximidades ou distâncias” (Gomes, 2017, p. 36), sendo essa a premissa do estudo desenvolvido. Vale reforçar que o quadro é designado como qualquer superfície sobre a qual elementos diversos são apresentados, podendo assumir distintas formas, incluindo-se textos e imagens (Gomes, 2017).

Partindo-se desse pressuposto, as análises seguem três fundamentações interdependentes, implicitamente dispostas na estrutura do trabalho: 1) descrição da potencialidade do panorama geral; 2) levantamento dos fatores de tensão comuns e de sugestões para resolução de problemas e 3) composição de quadros. A descrição da potencialidade do panorama geral consta nos Capítulos 4 e 5, ao se apresentar de maneira minuciosa a relação dialética entre tradição e inovação, concernente às IG brasileiras. O levantamento dos fatores de tensão comuns e de sugestões para resolução de problemas está presente no Capítulo 6, sendo destacada a expertise galega. Por fim, a composição de quadros é apresentada no Capítulo 7, que promove a construção da paisagem alimentar associada à IG. O arranjo analítico-metodológico foi determinado considerando a peculiaridade de cada fundamentação teórica elencada, cuja ordem se dá por Capítulos.

### **3.3.2.1 Capítulos 4 e 5**

Os Capítulos 4 – Indicação de Procedência Queijo da Canastra e 5 – Indicação de Procedência Piauí, referentes aos estudos de casos brasileiros, IG Queijo da Canastra e IG Piauí, foram analisados a partir do método dialético, conforme apresenta Minayo (2002). As ideias de crítica, de negação e de contradição, para o entendimento da complexidade que a realidade retrata (Minayo, 2002), apresentou como inspiração o estudo de Domingues (1998), sendo a discussão centralizada no par dialético “tradição e inovação”.

Considerando a pluridisciplinaridade que o conteúdo estudado apresenta, optou-se por conduzir a narrativa utilizando-se as abordagens da Gastronomia Tradicional propostas por Müller (2012). Na Gastronomia Tradicional, a abordagem histórico-cultural trata das informações sobre a história, criação, consumo e transformações gastronômicas, enquanto a abordagem técnico-tecnológica, do processo produtivo, das especificações das matérias-primas utilizadas e das possíveis alterações ocorridas no modo de produzir/servir tradicional (Müller, 2012).

Dessa forma, o patrimônio culinário foi relacionado à abordagem histórico-cultural, enquanto a IG, à técnica-tecnológica. Este delineamento assemelha-se ao de Müller (2012),

para os inventários do IPHAN e para as Especialidades Tradicionais Garantidas (ETG), respectivamente. Embora se sobreponham, por se tratarem de temas compreendidos na perspectiva da IG (que sintetiza tais perspectivas em um ativo único), em termos didáticos, a relação simbólica está mais atribuída à tradição, enquanto a material, à inovação.

Para reforçar o conflito entre a tradição e a inovação, foram evidenciados os casos nos quais os procedimentos de inovação tecnológica aplicados para o controle da produção afetaram a cultura associada, com repercussão nos aspectos de qualidade do produto final. Considerando ainda a questão institucional que a IG agrupa, em relação ao patrimônio culinário (que transita em um universo mais simbólico), este item foi reformulado nesta tese para “abordagem histórico-cultural e institucional”, a fim de reconhecer os marcos legais que estão inerentes ao processo temporal e social relacionados.

Para garantir a acurácia do método utilizado e mantendo uma sequência de ideias fluidas ao longo do texto, o estudo foi conduzido por meio de uma organização prévia, adaptada de Minayo (2002) e Reis Netto e Chagas (2019), composta por: análise dos aspectos históricos e conjunturais vinculados às fontes de pesquisa (empíricas, bibliográficas e documentais); respeito à racionalidade das fontes; e interpretação de outras perspectivas da realidade (ou seja, além da visão da própria pesquisadora). Os dados foram tratados pela técnica de triangulação, sendo os achados posteriormente comparados com outros estudos já desenvolvidos em torno do conteúdo analisado (Minayo, 2005; Reis Netto e Chagas, 2019).

### **3.3.2.2 Capítulo 6**

No Capítulo 6 – Indicações Geográficas da Galícia: uma síntese foi realizada a análise de discurso, técnica adequada aos estudos de tecnologia e análise de política (Gill, 2008). Esse método foi selecionado devido ao interesse em desenvolver uma análise textual propriamente dita, ou seja, centrando-se no conteúdo e na sua organização (apresentada de forma eloquente), considerando a linguagem associada como construtiva de ideias e agindo sob a perspectiva de um contexto interpretativo.

Para isso, foi realizada uma série de procedimentos metodológicos, adaptados de Gill (2008). Inicialmente, foi formulada a questão de pesquisa a ser aprofundada, a saber: qual o cenário das principais problemáticas relacionadas às IG agroalimentares galegas em estudo? Posteriormente, houve a categorização dos dados (por IG), seguindo-se a análise (exame da regularidade e variabilidade das respostas e compreensão da coerência dos dados) e a descrição das principais respostas, centrando-se na pergunta a ser respondida.

Os textos utilizados para conduzir a narrativa foram principalmente as entrevistas por grupo social, sendo essa a categoria admitida no presente estudo. O relato do representante do OC possibilitou a compreensão da política de gestão de IG na Galícia; os representantes dos CR, as principais tensões entre tradição e inovação da IG relacionada; o representante do turismo, as iniciativas de integração desse serviço às IG; e aos profissionais de Gastronomia, o uso das IG na sua rotina de trabalho. Além disso, a relação entre tradição e inovação foi, sempre que pertinente, apresentada. Salienta-se ainda que os registros dos diários de campo também contribuíram para circunstanciar os achados.

Essa ordem foi planejada para se compreender minimamente o panorama de organização política das IG da Galícia, apontando os principais desafios de cada IG em estudo e apresentando as medidas de resolução dos problemas associados (em vigor ou em prospecção). Para isso, foi desenvolvida uma matriz de análise, cuja categorização incluiu esses pressupostos.

### **3.3.2.3 Capítulo 7**

O Capítulo 7 – Construção da paisagem alimentar associada à IG compilou o levantamento de elementos das IG em análise para a construção da paisagem alimentar relacionada. Foram determinadas classificações prévias das paisagens, utilizando-se as informações dos diários de campo, dos registros audiovisuais e das entrevistas, além do Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem (adaptado de Meulen (2007) e Park; Widjanta (2022)). Quadros foram constituídos a partir dessas bases.

#### **3.3.2.3.1 Adaptação do Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem**

Para todos os quadros desenvolvidos, o Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem, de autoria de Meulen (2007), serviu de base. Este autor consolidou quatro fatores de originalidade para os produtos alimentícios com origem reconhecida, sendo eles: territorialidade, tipicidade, tradicionalidade e comunalidade. A territorialidade representa o grau de conexão física entre um produto alimentício e seu local de origem; a tipicidade é definida como as peculiaridades específicas do local do processo de produção e do produto final (forte relação com a paisagem); a tradicionalidade, relaciona-se ao tempo decorrido desde o surgimento do produto alimentício em seu local de origem (carga histórica); e a comunalidade

retrata as experiências e práticas compartilhadas, refletidas na presença de múltiplos produtores (agricultores, processadores) e sua colaboração (Meulen, 2007).

Tais fatores sumarizam de forma objetiva um conjunto de variáveis que estabelece a conexão entre um produto original e o território vinculado. Para compreender todo o sistema produtivo, os fatores de originalidade são associados a três ou quatro subfatores (como agricultura/pecuária, processamento e distribuição), conforme a demanda conceitual que cada um abrange. A introdução de dados subjetivos (notas atribuídas) reflete a interpretação do que torna esses produtos diferenciados para as pessoas diretamente relacionadas à sua cadeia de valor (Meulen, 2007).

Como em produtos com IG a relação dos mesmos com o mercado é uma informação fundamental para a sua análise e o método original não apresenta um item que contemple esta questão, o presente estudo adaptou-o ao incorporar este dado. Segundo Park e Widjanta (2022), a cocriação trata diretamente do envolvimento do produto com o cliente, na perspectiva de produção e consumo, com destaque para a experiência criada na relação estabelecida entre o produtor e o consumidor, sobretudo no território de origem. Logo, observando-se a evidente complementaridade com o método consolidado por Meulen (2007), a cocriação foi incluída como fator de originalidade e seus componentes (interação, customização e coprodução), como os subfatores relacionados. O método adaptado, tal qual foi aplicado aos participantes em sua íntegra (fatores e subfatores de originalidade e pontuações quanti-qualitativas associadas), consta como o Anexo B desta tese.

### **3.3.2.3.2 Classificações descritivas da paisagem alimentar para a identificação dos padrões-ouro das realidades brasileira e espanhola**

Levando-se em consideração principalmente a relação entre tradição e inovação, desenvolvida ao longo da narrativa, foram previamente determinadas duas classificações para as paisagens associadas às IG. A primeira classificação diz respeito à forma como a paisagem repercute, fisicamente, em relação à gênese do produto com saber fazer reconhecido por sua origem: se endógena, exógena ou mista.

A paisagem endógena vai ser materializada conforme a estrutura do sistema alimentar que a originou, enquanto a exógena será derivada de fatores externos. Estes serão compreendidos conforme Meulen (2007), quando as especificidades do processo produtivo (incluindo artefatos) se relacionam de forma convincente e particular com o local de origem,

mesmo não sendo oriundo da área geográfica protegida. Já a paisagem mista tem forte relação com sua origem, entretanto, os fatores externos (a exemplo da industrialização) incluem implicações significativas em relação à identificação da artesanalidade do produto.

A segunda classificação considera a tendência dessa manifestação: se está mais perceptível no ambiente rural ou urbano. O ambiente rural tem como referência o campo; o urbano, o mercado e/ou a indústria de transformação.

Com base nessas premissas, observou-se a distinção das IG Canastra e Rias Baixas (brasileira e espanhola, respectivamente) dentre as demais IG estudadas, o que promoveu a identificação das mesmas como os padrões-ouro do estudo. Essa decisão foi tomada por ambas apresentarem paisagens essencialmente endógenas e rurais, que, neste último caso, se articulam harmonicamente com o ambiente urbano, potencializando o reconhecimento desses patrimônios culinários para além do seu local de origem.

### **3.3.2.3.3 Metodologia para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG**

Para a proposição da metodologia visando à identificação da paisagem alimentar associada à IG – estabelecida (com registro de IG deferido pelo INPI) ou em estabelecimento –, uma árvore de classificação foi desenvolvida, aprimorando a composição dos quadros e hierarquizando a contribuição dos fatores inerentes aos principais elementos. De forma complementar, *random forest* (florestas de árvores aleatórias) serviram para apontar os principais fatores e subfatores de originalidade relacionados à IG, traçando um quadro comparativo da realidade observada entre Brasil e Espanha.

Os 45 questionários respondidos pelos entrevistados do estudo foram aplicados aos modelos matemáticos estabelecidos (árvore de classificação e florestas de árvores aleatórias). Entretanto, apenas os formulários das IG brasileiras serviram de base para o método proposto ( $n = 23$ ), devido principalmente à peculiaridade espanhola em possuir OC.

Ressalta-se que, embora as IG espanholas tenham promovido o desenvolvimento de uma árvore de classificação específica para essa nacionalidade, o objetivo dessa ferramenta foi exclusivamente determinar as variáveis mais importantes relativas a esse país. Isso porque, além de possuir uma representação a mais (OC), a união de respostas desta representação e ainda dos representantes do turismo e dos profissionais da gastronomia em todas as IG não determinou a construção de um método factível, devido à duplicidade de respostas. Ou seja, como os representantes do turismo e do OC respondiam por todas as IG e como há um costume dos

empreendimentos gastronômicos oferecerem em sua carta todos os produtos com IG estudados, os resultados, por não serem específicos a cada IG, se confundiam, implicando negativamente na proposição do método. Por outro lado, os dados resultantes das florestas aleatórias foi o método capaz de evidenciar os resultados mais sensíveis dos elementos característicos da realidade galega para este tema.

Na sistematização dos dados para a construção das árvores, reitera-se que a IG Canastra foi considerada o padrão-ouro brasileiro e a IG Rias Baixas, o padrão-ouro galego. Para simular a validação externa de cada árvore de classificação, as amostras foram divididas aleatoriamente em dois grupos: um conjunto de treinamento (80%), utilizado para construir o modelo, e um conjunto de predição (20%), utilizado para testar seu desempenho.

A árvore foi construída tendo-se por base os fatores/subfatores de originalidade identificados como diferenciais entre as IG, após rodadas de treinamento-teste executadas pelo próprio modelo matemático desenvolvido. Entretanto, considerando os pontos de cortes discrepantes, os valores numéricos foram suprimidos e os dados foram remodelados numa abordagem estritamente qualitativa. Ou seja: a árvore de classificação matematicamente desenvolvida serviu de subsídio para formulação das perguntas-chave no contexto das IG estudadas.

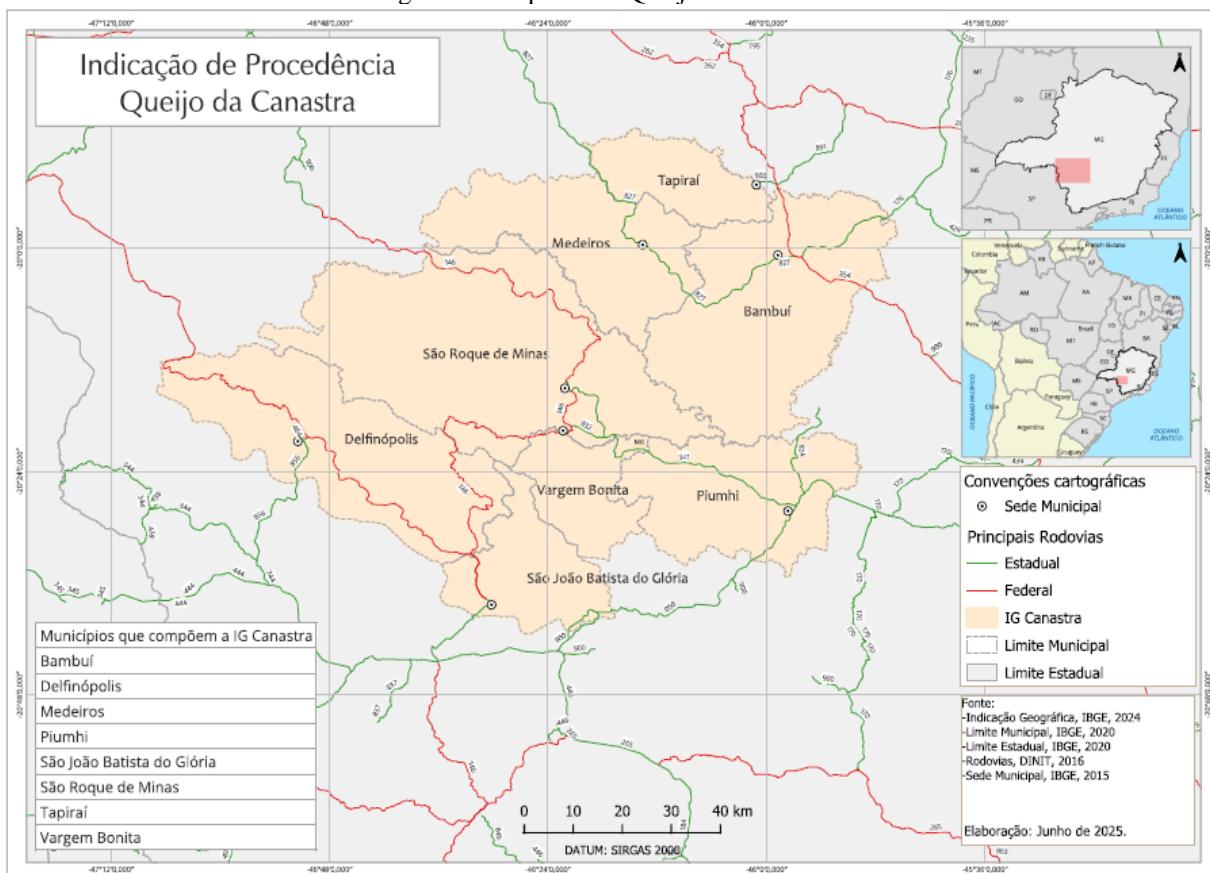
Essa decisão foi tomada tendo-se em vista que a IG Canastra (padrão-ouro) apresentou médias inferiores à IG Piauí em algumas variáveis decisivas, distanciando o modelo do resultado ideal (nota 2,0). Acredita-se que o alto rigor dos responsáveis pela IG Canastra, com sistema de autocontrole mais experiente e bem desenvolvido (além da referência do modelo francês, conforme implementado na constituição dessa IG), tenha proporcionado essa resposta.

A amostragem *bootstrap* foi utilizada para comparar ou validar externamente a árvore de classificação, com  $n = 1.000$  amostras utilizadas para treinamento e teste. Assim, foi possível obter uma distribuição empírica de acurácia como medida do desempenho do método. O valor *kappa* foi utilizado para mensurar o grau de acurácia, que pode variar entre 0 (resultados de classificação ruins) e 1 (resultados de classificação excelentes). A árvore de classificação que deu origem ao método apresentado e as informações matemáticas específicas resultantes foram obtidas por meio do software Python 3.13.5 (Python Software Foundation, 2025) e encontram-se disponíveis para consulta no Apêndice I.

## 4 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA QUEIJO DA CANASTRA

A área geográfica delimitada pela Indicação de Procedência Queijo da Canastra é representada por oito municípios: São Roque de Minas, Vargem Bonita, Medeiros, Bambuí, Delfinópolis, Piumhi, Tapiraí e São João Batista do Glória. Localizados no sudoeste do Estado de Minas Gerais, limitam-se ao norte com a região do Triângulo Mineiro, ao sul com a região do Lago de Furnas e a oeste com a região centro-oeste de Minas (RPI, 2024). A Figura 4 apresenta o mapa da região.

Figura 4 – Mapa da IG Queijo da Canastra.



Fonte: Autoria própria (2025).

A história sobre a fabricação e o consumo do Queijo da Canastra se confunde com o desenvolvimento do povoamento local, iniciado com a busca de minerais e pedras preciosas (século XIX), período no qual o queijo artesanal ali produzido já era relatado como um alimento de expressão na cultura e na economia regional. Durante a ocupação desse território, as famílias trouxeram com elas o conhecimento da produção de queijo feito a partir do leite cru e encontraram na Canastra ambiente favorável à perpetuação da arte queijeira (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Canastra, 2024).

Atualmente, a produção do queijo artesanal feita de forma tradicional segue sendo um fator cultural de significativa importância socioeconômica para grande parte das famílias rurais, gerando renda e propiciando a fixação no campo. A pecuária leiteira na região contribui com cerca de 104 milhões de litros de leite por ano (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Canastra, 2024).

O reconhecimento do diferencial do Queijo da Canastra tem bastante respaldo da população que mantém esse costume alimentar, mas conta principalmente com o protagonismo dos produtores. A continuidade das práticas tradicionais demanda reconhecimento e organização, a fim de proteger a produção, uma vez que registros oficiais dessa natureza mobilizam uma série de burocracias e embates políticos e técnico-científicos, que seguem reverberando na atualidade. Esse cenário é ainda mais desafiador na produção de alimentos de origem animal, o que evidencia a IG Queijo da Canastra como uma grande conquista do pequeno produtor que elabora esse alimento tão singular.

Assim, em 2012, a IP Queijo da Canastra foi oficialmente registrada como a 10ª IG brasileira concedida pelo INPI, sendo o registro recentemente atualizado pelo órgão em 2024, tendo a APROCAN como a entidade representativa que atua na qualidade de substituta processual da IG. Conforme o CET, o Queijo da Canastra com IP tem como um dos principais diferenciais ser elaborado a partir de leite de vaca cru integral, recém ordenhado e filtrado, ao qual adiciona-se uma cultura láctea natural (o “pingo”), além do coalho industrializado e do cloreto de sódio (sal de cozinha). É importante mencionar que este queijo é completamente produzido na propriedade rural que origina o produto final, de forma que cada produtor vai apresentar seu próprio *terroir*, que reflete de maneira geral o sabor característico da região (RPI, 2024; INPI, 2025a).

#### **4.1 Abordagem histórico-cultural e institucional**

A questão entre a legislação sanitária e a produção de queijos artesanais no Brasil é antiga e complexa. Sua importância é tão grande no desenvolvimento da IG Canastra, que estudos nesse sentido são substancialmente encontrados em plataformas de busca, incluindo seu debate crítico e técnico-científico em artigos, dissertações e teses. Ressalta-se que as publicações seguem sendo constantemente atualizadas, a exemplo de Ferreira (2011), Prete (2015), Bastos (2022) e Vasconcelos (2024).

Considerando o volume de trabalhos já desenvolvidos nessa direção e que esta tese não tem como objetivo centrar suas discussões na evolução da legislação sanitária, mas sim melhor

compreender a relação entre tradição e inovação na perspectiva da Gastronomia, esta discussão apresentará apenas os principais dados sobre tal panorama nesse contexto.

#### **4.1.1 Princípio da tensão sobre a regularização do queijo artesanal**

O estabelecimento da Lei 1.283, de 18 de dezembro de 1950, que dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal (Brasil, 1950), veio determinar o início de uma longa jornada para os queijos artesanais no Brasil. Foi com base nessa lei que o Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952, estabeleceu o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA) (Brasil, 1952).

Esse marco deu início a uma série de normativas, que aparentemente previa a fiscalização sobre os queijos artesanais observando-se as suas peculiaridades, mas na prática, provocou uma catarse que culminou na ilegalidade do produto elaborado pelos pequenos produtores, em benefício dos grandes laticínios. Os principais impactos que permearam esse processo evolutivo foram: a) a determinação da produção e comercialização do queijo minas deveria se basear em uma maturação mínima de 60 dias; b) os queijos eram obrigados a apresentar o Selo de Inspeção Federal (SIF) do Ministério da Agricultura; c) grande parte das imposições de ajustes da unidade de produção, incluindo equipamentos e utensílios, desvinculava o produto artesanal da sua tradição, ao igualar as exigências àquelas às quais são submetidas os queijos industrializados (Prete, 2015).

Essa situação se arrastou por muitas décadas e provocou importantes perdas econômicas aos produtores artesanais, se estendendo até 2002. Nesse ano, foi publicada em Minas Gerais a Lei Estadual nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002 (Minas Gerais, 2002), que versa sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal. Essa lei foi bastante estratégica para os pequenos produtores, pois desvinculou o “queijo minas artesanal” do “queijo minas” (com características de padronização industrial, referido nas legislações anteriores). Também ressaltou Minas Gerais como o primeiro estado brasileiro a criar uma lei para autorizar, qualificar e reconhecer a produção do queijo artesanal de leite cru (sem período de maturação definido) dentro de seu território, destacando a importância deste patrimônio culinário para a sua população (Prete, 2015).

Em contrapartida, alguns desafios substanciais ainda prevaleciam: a) para o produtor ter acesso à inscrição junto ao Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), pré-requisito para se beneficiar com a normativa, seria necessária a comprovação documental sobre a tradição da sua produção; b) a maturação inferior ao tempo de 60 dias deveria seguir de pesquisas

científicas comprovando a segurança do alimento; c) a normativa autorizava o comércio do produto somente dentro de Minas Gerais, de forma que a venda para outros estados se mantinha restrita (Prete, 2015).

A partir do respaldo de medidas protetivas que vinham sendo paulatinamente estabelecidas pelo governo estadual, em 2008, o Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas foi registrado como patrimônio cultural imaterial no Livro dos Saberes do IPHAN (IPHAN, 2025b). Com as evoluções temporal e normativa e dando ênfase ao patrimônio culinário, destaca-se ainda no estado de Minas Gerais a Lei nº 19.476, de 11 de janeiro de 2011 (Minas Gerais, 2011a), que regulamenta as especificidades regionais de produtos e as formas tradicionais de fabricação. Tem-se também, igualmente em nível estadual, a Lei nº 19.492, de 13 de janeiro de 2011 (Minas Gerais, 2011b), que desassocia a necessidade de registro histórico com a finalidade de regularização sanitária do queijo artesanal, além de criar a certificação especial para áreas demarcadas como de origem controlada e de interesse histórico (Prete, 2015). Isso delineou uma consideração de singularidade cujos elementos são similares aos estabelecidos formalmente pela IG, ressaltando-se que o registro de IG Queijo da Canastra ocorreu logo em seguida, em 2012 (INPI, 2025a).

Dois anos depois, a Portaria IMA nº 1.305, de 30 de abril de 2013 (Minas Gerais, 2013), veio regulamentar as queijarias junto ao Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI/POA), permitindo o comércio do queijo artesanal em todo o país. Entretanto, além de limitar-se às áreas demarcadas ou com identificação geográfica, tal norma volta a determinar prazos mínimos de maturação acima dos comercialmente praticados (superior a 60 dias), além da comprovação de tradicionalidade da produção, demonstrando claro retrocesso quando comparada à lei anterior (Minas Gerais, 2002; Prete, 2015).

Essas restrições afetavam diretamente o volume de produção. Segundo relata Prete (2015), em 2015, somente 245, dos aproximadamente 30 mil produtores de queijo artesanal de Minas Gerais que operavam legalmente, estavam registrados no IMA nessa época. Desses, apenas 60 atuavam em processo de conformidade com as normas sanitárias vigentes, culminando, de todo esse universo, em apenas 6 produtores com autorização para o comércio interestadual, por estarem devidamente cadastrados junto ao SISBI/POA. Logo, era inviável uma produção robusta de largo alcance que atendesse todo o país, ficando a venda do produto praticamente restrita à região de origem ou ocorrendo às margens da legislação.

#### **4.1.2 A contribuição da gastronomia junto ao reconhecimento do queijo artesanal brasileiro: a instituição do Selo Arte e normativas atualmente em vigor**

A realidade sobre as restrições aplicadas aos produtos no Brasil veio reverberar em todo o país em 2017, quando a brasileira Roberta Sudbrack, eleita a melhor *chef* mulher da América Latina em 2015, teve os queijos do seu estande apreendidos pela Vigilância Sanitária, durante um evento internacional ocorrido no Rio de Janeiro. Segundo João Carlos Leite, presidente da APROCAN à época, a medida de fiscalização que impediu que a *chef* comercializasse os cerca de 160 kg de linguiças e de queijos artesanais, foi o estopim para a mobilização de mudanças mais inclusivas na regulamentação. Neste episódio, a relação de confiança com seus fornecedores fez Roberta cancelar sua participação no festival, alegando questões inegociáveis de convicções ética e profissional. Vale ressaltar que os produtos estavam dentro da validade e possuíam o selo de inspeção sanitária da esfera municipal e/ou estadual, mas não o SIF, o qual garantiria a saída dos produtos do estado que o produziu (G1, 2017; 2019a; GOV.BR, 2019).

Neste mesmo ano, foi publicada a Portaria IMA nº 1.736, de 27 de julho de 2017 (Minas Gerais, 2017), que alterou a Portaria nº 1.305/2013 (Minas Gerais, 2013), no tocante ao período de maturação do Queijo Minas Artesanal. Com essa normativa, os queijos artesanais com origem reconhecida passaram a apresentar tempos de maturação mais condizentes com a cultura alimentar local, sendo expressa a maturação mínima de 22 dias para o Queijo da microrregião Canastra. Este texto mantém-se em vigor na atualidade, pela Portaria IMA nº 1.969, de 26 de março de 2020 (Minas Gerais, 2020), que padronizou esse tempo para todas as regiões do estado, com exceção do Queijo do Serro, único que apresenta 17 dias.

Durante esse período de ajustes regulamentares na esfera estadual, mais com a legalidade ainda ofuscada, os Queijos da Canastra voltaram a estampar as manchetes, devido ao seu prestigiado renome na gastronomia. Com uma participação impressionante no 4º concurso *Mondial du Fromage et des Produits Laitiers*, na cidade de Tours, na França, os produtores do Queijo da Canastra conquistaram 24 medalhas no evento, que ocorre a cada dois anos. Segundo a organização, foram 952 inscritos de 15 diferentes países. A premiação leva em consideração a qualidade dos queijos e pode ter diversos medalhistas recebendo a mesma premiação, já que a colocação é determinada pela qualidade de cada queijo em si. Ao todo, Minas Gerais somou 50 medalhas, enquanto o Brasil, 56. Ressalta-se que os queijos saíram do país escondido, com risco de os produtores serem parados na alfândega, devido às questões

legais que repercutiram na falta de autorização formal relativa à entrada dos produtos na França (G1, 2019b; 2019c).

Vale destacar que, concomitantemente e no decorrer desse período, normas federais foram sendo publicadas para promover o reconhecimento do queijo artesanal, iniciando-se com a instituição do Selo Arte, pela Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018 (Brasil, 2018). Sua operacionalização, entretanto, passou a vigorar apenas um ano depois, a partir da Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019 (Brasil, 2019), que estabeleceu o critério de regionalização, associando-a ao controle da produção artesanal. Foi essa regulamentação que veio a possibilitar, de forma efetiva, a flexibilização do comércio interestadual desses produtos. Assim, a comercialização do queijo artesanal foi condicionada à fiscalização da produção por órgãos federais, estaduais ou municipais, sendo sua normatização instituída apenas 3 anos depois, por meio da Portaria nº 531, de 16 de dezembro de 2022 e do Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022 (Brasil, 2022b; 2002c). No Quadro 7 tem-se as principais normativas federais em vigor, que tratam dos queijos artesanais.

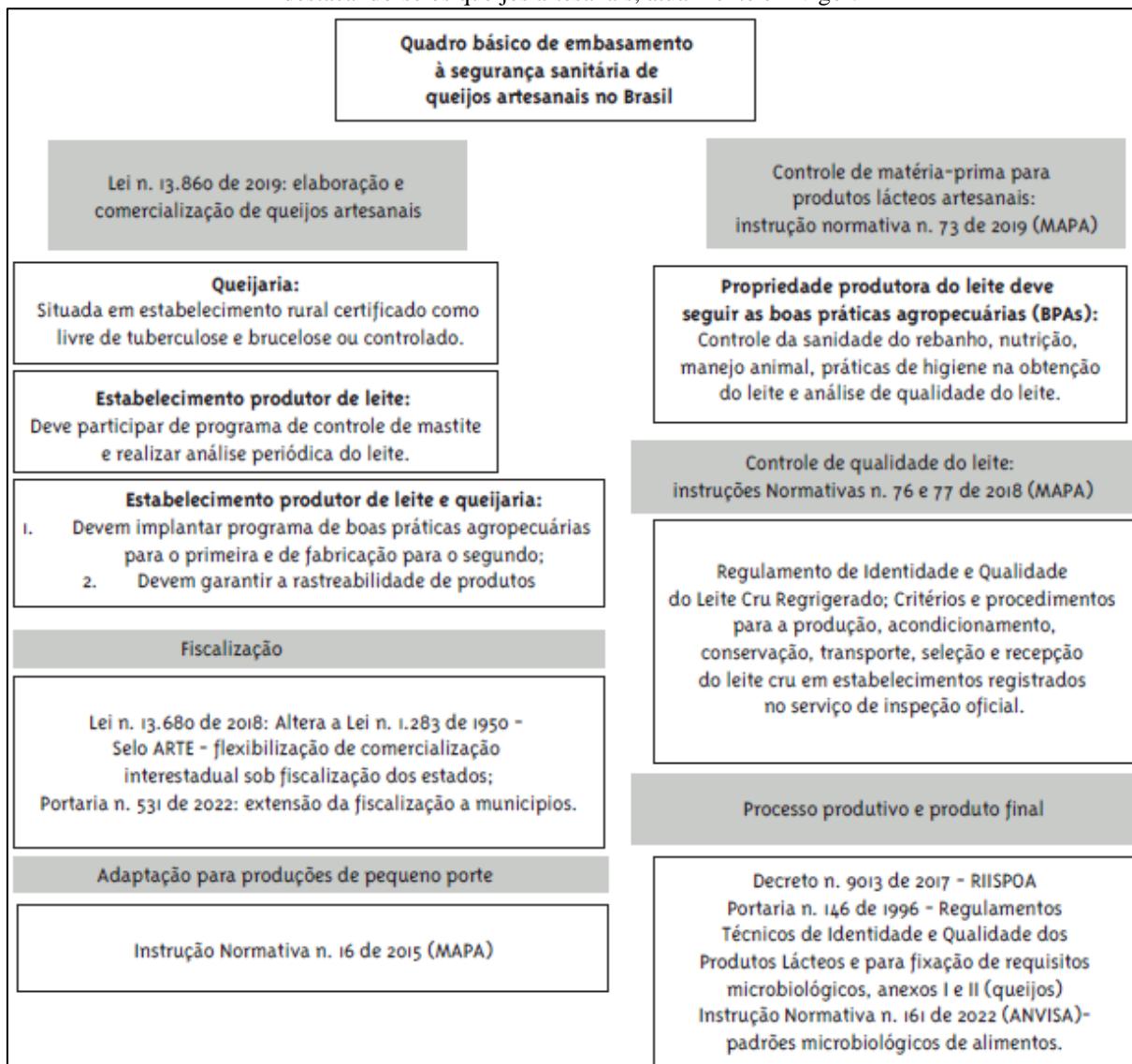
Quadro 7 – Principais normativas brasileiras de âmbito federal sobre queijos artesanais em vigor.

<b>Normativa</b>	<b>Tema</b>	<b>Referência</b>
Instrução Normativa MAPA nº 30, de 07 de agosto de 2013	Maturação de queijos artesanais tradicionais < 60 dias, com comprovação de estudo técnico científico	Brasil (2013)
Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018	Selo ARTE	Brasil (2018)
Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019	Queijos artesanais	Brasil (2019)
Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022	Selo Queijo Artesanal	Brasil (2022b)
Portaria nº 531, de 16 de dezembro de 2022	Selos ARTE e Queijo Artesanal	Brasil (2022c)

Fonte: Autoria própria (2025).

Destaca-se ainda que todo o resumo descrito a respeito à evolução normativa federal do queijo artesanal (ênfase no Queijo Minas Artesanal) foi focado em regulamentações centradas na fiscalização do produto. Outras tantas participam desse complexo sistema legal, como o atendimento ao PIQ e às BPF. Para melhor ilustrar esse cenário, a Figura 5 sintetiza as principais normas federais de segurança sanitária de produtos de origem animal no Brasil, incluindo e evidenciando os queijos artesanais nesse panorama.

Figura 5 – Organograma das normativas de segurança sanitária de produtos de origem animal no Brasil, destacando-se os queijos artesanais, atualmente em vigor.



Fonte: Vasconcelos (2024).

Por outro lado, faz-se necessário frisar que Minas Gerais segue na vanguarda da proteção legal de um de seus produtos mais aclamados. Assim, reitera-se o destaque desse estado, sobretudo quanto à apresentação de dados mais precisos sobre o tempo de maturação do queijo (minas) artesanal. As principais legislações estaduais mineiras em vigor relacionadas ao queijo artesanal estão sumarizadas no Quadro 8.

Quadro 8 – Principais normativas do Estado de Minas Gerais sobre queijos artesanais em vigor, com destaque para o Queijo da Canastra.

<b>Normativa</b>	<b>Tema</b>	<b>Referência</b>
Portaria IMA nº 1736 de 27 de julho de 2017	Altera a Portaria nº 1305/2013, de 30 de abril de 2013, que dispõe sobre o período de maturação do Queijo Minas Artesanal	Minas Gerais (2017)
Lei nº 23.157, de 18 de dezembro de 2018	Produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais	Minas Gerais (2018)
Decreto nº 48.024, de 19 de agosto de 2020	Regulamenta a Lei nº 23.157, de 18 de dezembro de 2018, que dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais	Minas Gerais (2020)
Portaria IMA nº 2322, 19 de agosto de 2024	Dispõe sobre os períodos de maturação do Queijo Minas Artesanal	Minas Gerais (2024a)
Portaria IMA nº 2303 de 20 de maio de 2024	Regulamento Técnico de identidade e Qualidade do Queijo Minas Artesanal (PIQ do Queijo Minas Artesanal)	Minas Gerais (2024b)

Fonte: Autoria própria (2025).

#### **4.1.3 Principais impactos da evolução normativa sobre a produção de queijo artesanal no Brasil, com ênfase na Gastronomia**

Ao longo de todo o percurso de regularização do queijo artesanal no Brasil, estabeleceu-se um cenário de intenso conflito entre a tradição da produção queijeira artesanal e as inovações impostas pelas regulamentações sanitárias. Ficou evidente que, na década de 1950, o governo brasileiro apresentou medidas desproporcionais ao dispor de parâmetros altamente industrializados/higienistas, inspirados em padrões internacionais (notadamente os norte-americanos), para estabelecer uma série de exigências predatórias aos pequenos produtores de queijo artesanal. Ressalta-se que esse adensamento normativo refletia a situação política daquele momento, subsequente à Segunda Guerra Mundial, quando o Estado adotou uma postura profundamente intervencionista. Vale ressaltar que, à época, aproximadamente 70% da população brasileira ainda vivia na zona rural ou suburbana, sendo os alimentos que abasteciam a zona urbana provenientes, em sua maioria, de propriedades rurais familiares com pouquíssima mecanização (IBGE, 1950; Prete, 2015).

A evolução temporal sucedeu em meio a um contexto caótico e de constante instabilidade, sendo instaurado o desrespeito às práticas ancestrais a partir de sobreposições e idas e vindas legais, de forma que o guardião do saber fazer original foi perseguido, lesado econômica e moralmente e, até mesmo, criminalizado nesse processo. Tal situação perdurou de forma regulamentar em todo o país, até a década 2000, quando medidas de reconhecimento da produção tradicional finalmente passaram a vigorar. Após uma série de ajustes e de subsídios estabelecidos por políticas públicas, frequentemente encabeçadas pelo governo mineiro (com destaque para a Lei do Estado de Minas Gerais nº 20.549, de 18 de dezembro de 2012 (Minas

Gerais, 2012)), o cenário entre tradição e inovação passou a ser reconstruído, buscando-se, na medida do possível, a harmonia entre as partes (Prete, 2015).

Com o passar do tempo, se por um lado o governo finalmente passou a reconhecer as peculiaridades e a importância cultural da manutenção da produção do alimento tradicional, por outro, o mundo contemporâneo não sustentava mais uma reprodução cultural plena, ou seja, desarticulada das medidas de controle de qualidade necessárias à comercialização de alimentos. Reconhece-se que as normativas sanitárias (extremamente higienistas) precisavam (e foram) submetidas a uma revisão, com submissão a testes científicos comprobatórios, até se chegar à configuração atual (que permanece em constante ajuste). Porém, até se estabelecer essa base, quando o governo brasileiro obrigou o seguimento de leis que partiram de modelos descontextualizados da realidade local, um processo de informalidade sem precedentes foi estabelecido e uma forte barreira de desconfiança foi erguida na relação entre fiscais e pequenos produtores artesanais, que constantemente sofriam com a perda de mercadorias apreendidas (Prete, 2015).

É oportuno salientar que o cenário atual permanece ainda bastante excludente. Para estar em conformidade com o conjunto de critérios da IN 30/2013 (Brasil, 2013), no mínimo, conhecimentos específicos e custos para sua aplicação são demandados, informações/condições ainda pouco acessadas pelo pequeno produtor artesanal. Porém, constata-se que as questões imprescindíveis ao controle sanitário, na atualidade, recaem basicamente sobre a importância indiscutível da adoção das boas práticas agropecuárias pela unidade de produção, que incluem tanto o controle do rebanho e medidas de higiene, como a implantação das BPF (Figura 5). Os resultados das provas de segurança técnico-científica, necessárias ao estabelecimento do tempo de maturação, têm ratificado o conhecimento popular local tradicional e vinculam-se aos fatores humanos e ambientais envolvidos na produção artesanal.

Logo, se o sistema de adequação às normas fosse aplicado “de dentro para fora” (ou seja, a partir da realidade dos queijeiros), provavelmente a segurança do alimento seria muito mais facilmente estabelecida. Uma abordagem de implementação com esse perfil tende a apresentar maior adesão à formalidade, contribuindo para a promoção da manutenção da diversidade de queijos artesanais no país, além de elevar a autoestima do pequeno produtor, que se reconhece como o protagonista desse processo. Em contrapartida, a filosofia controladora dos órgãos competentes, a mecanização da agricultura e a falta de incentivo à produção repercutiu na perda de interesse pela sua manutenção, principalmente por parte das gerações posteriores, aumentando o êxodo rural e favorecendo o desaparecimento de patrimônios culinários nesse percurso (Prete, 2015; Scarlato, 2011).

Isso é facilmente constatado pelo número de queijos artesanais apresentados atualmente na Arca do Gosto, instrumento desenvolvido pelo *Slow Food* Brasil cujo levantamento inclui o Queijo da Canastra. São apenas 49, número que destoa em um país que é um dos maiores do mundo e destaca-se internacionalmente pelas ricas diversidades ambiental e social que concentra. O *Slow Food* é um movimento social internacional que trabalha para o favorecimento da manutenção, valorização e proteção de patrimônios culinários, sendo a Arca do Gosto o recurso utilizado para a catalogação mundial que identifica, localiza, descreve e divulga alimentos especiais ameaçados de extinção (Figura 6) (Slow Food Brasil, 2025).

Figura 6 – Mapeamento dos queijos artesanais do Brasil.



O reflexo do atual contexto brasileiro atinge negativamente a Gastronomia Tradicional principalmente a partir destes três problemas: a) a redução da utilização de leite cru; b) a reinvenção do tempo de maturação; c) a série de ajustes de estrutura física, além da proibição de equipamentos e utensílios nas queijarias. Sendo os três fatores vinculados à maturação, para aprofundar o debate a partir da ciência gastronômica, é necessário primeiro compreender o quão

fundamental é essa etapa na produção de queijos artesanais, sendo ele o fio condutor de todo o raciocínio a respeito dessa trama.

#### **4.1.4 O resgate da maturação como diferencial do produto: conflitos entre tradição x inovação a partir do entendimento das ciências gastronômicas**

Por serem feitos com leite cru, os queijos artesanais apresentam maior probabilidade de causar DVA, uma vez que o tratamento térmico da pasteurização no qual o produto industrializado é submetido elimina as bactérias nocivas à saúde humana, que são capazes de levar à morte. Dentre elas, destacam-se a *Listeria monocytogenes*, a *Escherichia coli*, a *Campylobacter jejuni* e várias bactérias dos gêneros *Brucella* e *Salmonella*, sendo as duas primeiras capazes de sobreviver durante o período de maturação inferior a 60 dias (Wolke, 2003).

Logo, embora alguns autores defendam que as práticas alimentares deveriam seguir exatamente como antigamente, tratando a própria manutenção da tradição queijeira artesanal como um “controle natural” comprovado, acredita-se que esse tipo de relato é, na melhor das hipóteses, romântico e, na pior, irresponsável. Embora a tradição secular que vários queijos de leite cru carregam consigo possam inferir o contrário, a realidade é que surtos alimentares igualmente fizeram (e permanecem fazendo) parte da evolução histórica mundial, ampliando-se os casos conforme o aumento da população e da produção, consequentemente, da dificuldade de se controlar todas as variáveis do sistema produtivo (Mcgee, 2014; WHO, 2024). Além disso, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), observa-se que a grande subnotificação de casos e surtos de DVA é uma situação reconhecida em estudos epidemiológicos em todo o mundo, inclusive na atualidade, cenário esse que não diminui o risco, apenas a noção de perigo associada ao consumo de alimento contaminado pela população (WHO, 2024).

Em contrapartida, a utilização do leite cru na produção de queijo artesanal é um dos fatores que, junto ao tempo de maturação, mais agrega valor (sensorial, cultural, nutricional e econômico) ao produto. Diferente dos leites pasteurizados, o leite cru preserva grande parte das bactérias benéficas à saúde encontradas no leite, conhecidas como lactobacilos. Com a capacidade de digerir lactose, os lactobacilos liberam ácido láctico, que retarda o crescimento de outros microrganismos (inclusive os patogênicos). Sua metabolização no produto (ênfase para produção de enzimas), junto a outras bactérias comumente encontradas na unidade de produção, vai promover o desenvolvimento de características nutricionais e sensoriais diferenciadas em

cada queijo produzido, sendo comuns àqueles preparados no mesmo território e submetidos aos mesmos saberes ancestrais compartilhados (Mcgee, 2014).

Ressalta-se que, no Queijo da Canastra, o “pingo” é uma mistura de cloreto de sódio (em contração elevada) e de bactérias láticas endógenas, também conhecidas na gastronomia como cultura mãe (Furtado, 1980; Mcgee, 2014; Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Canastra, 2024). Esses microrganismos refletem a tradição e, consequentemente, o *terroir* da região, uma vez que são uma das grandes responsáveis pelos atributos de cor, sabor, aroma e textura típicas do produto (Furtado, 1980). Logo, as qualidades do leite que origina o queijo têm total relação com os cuidados com o rebanho, notadamente com a sua alimentação e tipo de pasto no decorrer dos dias, ao longo das estações do ano (Mcgee, 2014; RPI, 2024). Não à toa, tem-se as menções nominais dadas ao produto no comércio, a fim de reforçar características distintas dos queijos da região, sob essa perspectiva.

Em atendimento a todas as legislações vigentes, o Queijo da Canastra passou a apresentar tempo de maturação mínima de 14 dias (Minas Gerais, 2024a). Segundo o *Taste Atlas* (2025), guia *on-line* que trata da gastronomia internacional e conta com a participação de viajantes do mundo todo, o Queijo da Canastra, de textura semi-dura ou ligeiramente mais macia, ao ser submetido a um tempo de maturação mais longo (40 dias), passa a ter características semelhantes ao *Grana Padano*, queijo duro tradicional italiano, também feito com leite cru. Esse dado foi confirmado na pesquisa de campo.

Vale ressaltar que o Queijo da Canastra também pode desenvolver fungos brancos durante o processo de maturação, naturais do ambiente de produção e do *terroir* da região, destacando-se o gênero *Penicillium* (César, 2019). Esse tipo de fungo possui grande reconhecimento na gastronomia, pois promove o desenvolvimento de queijos de massa mais cremosa, ao provocar a hidrólise (“quebra”) das moléculas de proteína e de gordura presentes no produto (proteólise e lipólise), resultando em mudanças de textura e de aroma, esse último relacionado a notas sutis de cogumelo e alho (César, 2019; Mcgee, 2014). Com tantas características peculiares, em 2022, o *Taste Atlas* apresentou uma lista dos 50 melhores queijos do mundo: o Queijo da Canastra estava em primeiro lugar no *ranking* (CNN Brasil, 2022).

Salienta-se que, se não fosse a persistência dos produtores artesanais, toda essa riqueza poderia estar perdida. Durante o percurso de legalização do queijo artesanal, baseando-se em um dos ajustes do RIISPOA, que permitiu o consumo do produto na forma fresca a partir de 8 (oito) dias de maturação, quando feito a partir do leite cru e conforme as práticas já consagradas tradicionalmente pelos queijeiros (Prete, 20115), foi necessário restabelecer a cultura de maturar o queijo na região da Canastra. Com a população local preferindo queijos frescos,

durante um longo período, o queijo minas frescal era o queijo típico da região (G1, 2019b). Aliado a esse trecho (hoje revogado), o uso de prateleiras de madeira também precisou ser reintroduzido, pois devido a sanções legais esse material estava proibido em qualquer etapa da produção de queijo. A Figura 7 apresenta a maturação de distintos Queijos da Canastra.

Figura 7 – Maturação de Queijos da Canastra em distintas fazendas da região.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTAS: 1) A primeira vitrine apresentada é cênica. A maturação ocorre em outro espaço da fazenda, sendo também possível a visualização pelo visitante. 2) Os queijos com fungos brancos podem cobrir a etiqueta de caseína, ainda assim, permanecem visíveis no produto (foto central).

Logo, observa-se que tais práticas essenciais às singularidades do Queijo da Canastra não se perderam graças ao empenho em se resgatar a sua originalidade e investir na recuperação deste patrimônio (G1, 2019b). Vale ressaltar que já é cientificamente comprovado que o uso da madeira na produção de queijos favorece a formação de biofilme, uma espécie de colônia bacteriana que se autossustenta e está relacionada à produção de queijos seguros e de qualidades sensoriais bastante apreciáveis (Ferreira, 2011; Bastos, 2022).

Recentemente, o esforço em resgatar a cultura do Queijo da Canastra foi finalmente reconhecido internacionalmente. Em dezembro de 2024, os "Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal" foram registrados como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO (2024). Nesse conflito entre tradição e inovação, embora as práticas sanitárias tenham começado a se ajustar ao sistema de produção do queijo artesanal (e não ao contrário, como foi duramente implantado no passado), o cenário atual ainda retrata um paradoxo. Se, por um lado, as práticas artesanais da produção queijeira têm um doloroso histórico de enfrentamento ao sistema dominante, por outro, mesmo comercializados na ilegalidade, seus produtos sempre foram um dos mais requisitados na gastronomia.

## 4.2 Abordagem técnico-tecnológica

O primeiro CET do Queijo da Canastra passou a vigorar a partir de seu registro, em 2012 (INPI, 2025a). Embora seja uma IG da espécie IP, os documentos disponíveis para consulta enfatizam a relação do microclima da região e seus fatores humanos na produção desse queijo especial, o que tende a enaltecer a força da IG no mercado (RPI, 2024; Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Canastra, 2024).

### 4.2.1 Considerações preliminares sobre o processo evolutivo da IG Queijo da Canastra: do percurso pós-concessão até a recém atualização do registro

Após 12 anos de IG, o diferencial do produto, seu valor agregado e a percepção sobre as mudanças ocorridas com o registro são fatores importantes a serem avaliados na perspectiva dos produtores. O Quadro 9 apresenta as principais respostas sobre estas questões.

Quadro 9 – Principais respostas dos produtores sobre o cenário da IG Queijo da Canastra.

Diferencial da IG Queijo da Canastra
“A Canastra se diz que, como os franceses falam, que tem um <i>terroir</i> . Mas na realidade, cada propriedade tem seu <i>terroir</i> . Cada propriedade vai ter seu sabor. Que são várias coisas que influenciam nisso, né? Raça do rebanho, alimentação. E eu acho que o fundamental disso tudo, que dá mais sabor no queijo, é a dedicação e o amor que o produtor tem na hora de fabricar esse queijo e cuidar dele, sabe?” – A07 (Produtor)
Valor agregado da IG Queijo da Canastra
“Agregou aí de... 300 a 500% de média. Aí eu tô [sic] falando de média porque tem produtor que não tem o mercado mais consolidado, tá começando, então começa a vender a 40, 50, 60 reais, mas já tem produtor, nós aqui, vendemos a 100 reais. Se for pensar o preço médio de 20 reais de queijo fora da Indicação Geográfica, é uma valorização fantástica.” – A05 (Produtor)
Diferença do produto antes e após a IG
“Talvez a IG tenha trazido reconhecimento, digamos, mais prestígio para o queijo em si, mas algo que trouxe, em aspecto qualitativo mesmo, eu acredito que não, porque a qualidade está mais relacionada à questão sanitária, e a questão sanitária está sob fiscalização, sob o poder do MAPA, do Ministério da Agricultura. Porque a IG em si não fala de exames, de análises, a IG trata dessa amarração do produto ao território em que ele é produzido. E isso pra gente acaba valorizando o produto, porque o Canastra é um dos queijos, no meu ponto de vista, mais falsificados do Brasil. Então a IG nesse ponto, ela faz com que a gente tenha esse reconhecimento de que o nosso é o autêntico Canastra, por ser produzido aqui. Então isso acaba sendo um reforço em termos de marca, de mercado, mas em qualidade em si acho que não.” – A06 (Produtor)
Principais problemas em relação à IG
“Existe muito um trabalho de <i>marketing</i> externamente e pouco internamente. A maioria dos produtores da Canastra não sabem o que significa Indicação Geográfica, o que é IG. Então eles deixam de ganhar e se valorizar com isso. Eu acho que hoje, com o meu entendimento, o que falta é nós, produtores, saber mais sobre isso e poder passar isso para os nossos consumidores. Um dos diferenciais da Canastra é essa Indicação Geográfica, mas quem mais precisa saber, às vezes, não sabe o que é, o produtor. Então, falta isso ainda. [...] Pra mim, que hoje eu sei o que é Indicação Geográfica, a gente entende estar no mercado, valorização sim, mas em pequena quantidade, porque são poucos produtores, como eu disse, que estão se valorizando com isso.” – A07 (Produtor)

Fonte: Autoria própria (2025).

Os retornos positivos e convergentes dos produtores permanecem alavancando ações em prol da IG Queijo da Canastra. Porém, destaca-se negativamente o fato de poucos produtores fazerem uso desse recurso na região, provavelmente por não (re)conhecerem os benefícios associados ao mesmo (Quadro 9). Cabe destacar que, atualmente, apenas 48 queijeiros da Canastra têm registro de IG (APROCAN, 2025).

Em 2024, houveram modificações de alguns pressupostos desses documentos (RPI,2024), situação prevista e em conformidade com a normativa vigente (Brasil, 2022a). Dentre as alterações, destacam-se: a inclusão do município de São João Batista do Glória à área geográfica delimitada; ajustes no CET; e a inclusão do nome do produto ao nome geográfico, passando de “Canastra” para “Queijo da Canastra” (RPI,2024).

Cabe destacar que São João Batista do Glória, antes de sua emancipação, pertencia aos municípios de Piumhi e Delfinópolis, territórios demarcados à área originalmente delimitada da IP. Além de ser predominantemente rural, tem o leite como seu principal produto, favorecendo o grande volume de queijo produzido (RPI,2024), o que reforça o esforço da substituta processual em incluir o novo município à IG, respeitando-se a tradição e o microclima relacionados à origem.

Sobre o CET, a maioria das mudanças realizadas foi de ordem estrutural, técnica e/ou higiênico-sanitária, de forma a atender às novas normativas pertinentes e corrigir equívocos que foram negligenciados na primeira versão do documento. Tem-se como principais alterações a substituição da “água clorada” por “água potável”; a previsão do período de maturação (ambas incluindo e ressaltando a observação à legislação vigente para a fabricação de queijo a partir do uso de leite cru); e ajustes concernentes às penalidades previstas (com a exclusão da suspensão definitiva e a inclusão da previsão de cassação/cancelamento do registro de produtor, com direito à reintegração, descrevendo-se a aplicabilidade para cada situação). Logo, observa-se que a grande maioria das modificações publicadas no novo CET, incluindo o ajuste que culminou na inclusão do termo “Queijo” à antiga “IG Canastra”, apontam para uma rede de gestão integrada, focada no fortalecimento do patrimônio culinário junto a sua origem, promovendo a inserção do produtor e a condução educativa no controle das inconformidades relacionadas à produção (RPI,2024).

#### **4.2.2 Uso do signo distintivo e seguimento do CET: identificação dos limites e potencialidades no pós-IG**

Com os produtores conscientes sobre o papel da IG e seu prestígio no mercado, ressalta-se a presença do signo distintivo e de selos de qualidade complementares nos rótulos dos produtos, como é possível verificar no Quadro 10. Este achado está em consonância com Menozzi et al. (2022), que verificaram que a valorização do signo distintivo DOP (a grosso modo, o equivalente à DO brasileira), pelos consumidores de queijos da França e da Itália, aumentava quando combinado com outros selos de qualidade. Logo, trata-se de uma estratégia para ampliar a visibilidade de produtos diferenciados no mercado.

Quadro 10 – Principais características das embalagens e dos rótulos dos Queijos da Canastra analisados.

Fazenda	Menção à Canastra no rótulo	Embalagem, rotulagem, presença de signo distintivo, selos de qualidade, tecnologias digitais e informações adicionais
FACAN01	Queijo Minas Artesanal – Microrregião Canastra	Embalado à vácuo como embalagem primária, com rótulo. Embalagem de papelão como embalagem secundária. Sacola plástica para o cliente levar o produto para casa, com logomarca da unidade de produção. Rótulo de acordo com as normas de rotulagem. Selo Arte e Selo de inspeção IMA. Logomarca da APROCAN. QR Code direcionando para o site da empresa (em construção). Menções sobre origem/produto artesanal: Serra da Canastra – Minas Gerais, Brasil; Microrregião Canastra. Elaborado com leite cru; Sem lactose. Presença da etiqueta de caseína.
FACAN02	Queijo Minas Artesanal <sup>a</sup>	Papel manteiga como embalagem primária e caixa de papelão como embalagem secundária. O rótulo fica colado à embalagem secundária. Rótulo de acordo com as normas de rotulagem. Selo Queijo Artesanal Brasil e Selo de inspeção SIM. Selo 0% lactose. Presença de fungos inerentes à maturação. Na embalagem secundária: Logomarca da APROCAN. Menções sobre origem/produto artesanal: Queijo Minas Artesanal Canastra. Canastra. Produzido na Serra da Canastra, Minas Gerais. Elaborado com leite cru. Presença da etiqueta de caseína.
FACAN03	Queijo Minas Artesanal – Microrregião Canastra	Queijo embalado no plástico filme, com rótulo. Não há embalagem secundária. Rótulo de acordo com as normas de rotulagem. Signo de IP/IG Brasil. Signo IP Canastra. Selo de inspeção SIM. Logomarca da APROCAN. Selo de medalha de prata em concurso internacional. Menções sobre origem/produto artesanal: Microrregião: Canastra. Termo leite cru apenas na indicação dos ingredientes. Presença da etiqueta de caseína. Obs.: diferente dos demais queijos com selo de caseína, esse produto não a apresenta no centro da base, mas sim na sua lateral (ficar evidente quando empilhar).

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>A menção à Microrregião Canastra estava apresentada na embalagem secundária. NOTA: Obs. = observação.

Em contrapartida, há questões críticas sobre tais ativos de qualificação no produto. Sobre o uso das etiquetas de caseína, a APROCAN realiza todo o controle da produção de queijo (volumes produzidos, comercializados e descartados), visando obter um contingente específico para a expedição e liberação dessa tecnologia para uso dos queijeiros. Com base na quantidade de queijos produzidos, por unidade de produção, elas são encomendadas pela

substituta processual a uma empresa especializada na França, que imprime nas mesmas os dados que garantem a identificação e rastreabilidade do produto. O número de registro impresso identifica o produtor (três primeiros dígitos) e o produto (cinco últimos dígitos), ressaltando-se que todos os queijos registrados com a IG têm direito ao uso desse selo e sua conferência está disponível no *site* da APROCAN (APROCAN, 2025).

Ao chegar ao Brasil, as etiquetas são distribuídas aos produtores pela APROCAN, conforme os códigos e a quantidade produzida por cada queijeiro que, na finalização da etapa da prensagem para o início da etapa de salga, adiciona a etiqueta de caseína ao queijo. A adesão da etiqueta inicia-se à superfície do alimento com o apoio da umidade do sal grosso com o soro e o peso sob o produto com a viragem do mesmo (para as etiquetas colocadas na base do queijo) ou com a pressão do molde do queijo sob as mesmas (no caso das etiquetas laterais). Após a maturação, a etiqueta de caseína apresenta-se no produto final como uma tatuagem (Figura 8).



Fonte: Autoria própria (2025).

Essa tecnologia foi testada no Queijo da Canastra em 2014, sendo liberada para uso em 2018, após uma série de pesquisas no Brasil e no exterior, com utilização contínua iniciada pela

IG em 2019, permanecendo na rotina de controle até os dias atuais (dados obtidos de palestra realizada na sede da APROCAN, em 03/09/2024). Entretanto, apesar de toda a gestão para garantir a qualidade do produto, não há menção desse recurso no CET, o que em tese exime a sua obrigatoriedade de uso. Além disso, ressalta-se que o porcionamento do queijo pode prejudicar o controle, pois resulta no corte da etiqueta e, provável e consequentemente, na perda dos números (ou parte deles) para adequada consulta, embora esteja expressamente indicado no rótulo que o seu fracionamento deve ocorrer na presença do consumidor final.

Assim, em termos de registro do produto, a obrigatoriedade relacionada à origem é de “fazer uso da Indicação de Procedência “Canastra” nos produtos protegidos pela mesma” (RPI,2024; Artigo 30, a. do CET), sem informações mais detalhadas sobre esse sistema. Entretanto, apesar de todos os queijos analisados conterem a etiqueta de caseína com o número de registro do produto (Quadro 10), faz-se necessário informar que apenas um dos três produtores analisados utilizou o signo distintivo “Indicação de Procedência Canastra” em seu rótulo, conforme previa o antigo CET (à época em vigor), e também o “IG Brasil – IP”, este último estabelecido de forma facultativa pelo INPI, mas que identifica claramente que o produto é uma IG da espécie IP (Regulamento de Uso Indicação Procedência “Canastra Para o Queijo Minas Artesanal”, 2012; Brasil, 2021). Vale ressaltar que, com a atualização do CET, o item que regularizava a rotulagem conforme o descrito foi completamente excluído. Apesar disso, o site da APROCAN mantém a informação (extraoficial) que é a etiqueta de caseína que garante a origem do produto, conforme o modo de produção estabelecido pelo regulamento de uso (APROCAN, 2025), o que tecnicamente trata-se de uma incongruência.

Logo, observou-se que a menção à Canastra está obedecendo estritamente a Portaria IMA nº 2303 de 20/05/2024 (Minas Gerais, 2024b), que instrui que a identificação da microrregião (Microrregião Canastra) deve vir posterior à denominação “Queijo Minas Artesanal”. Destarte, a forma e a apresentação gráfica desses dados no rótulo ficam a critério do próprio produtor, que claramente tem evidenciado o termo “Queijo Minas Artesanal”, mas não a IG/microrregião Canastra. Inclusive, a depender do fracionamento, até a menção à microrregião fica com legibilidade prejudicada ou posicionada de forma marginal à embalagem do produto, desvalorizando-a. Com a falta de padronização dos nomes dos tipos de queijos, conforme estabelece o CET, os diversos nomes fantasiais ou relativos ao detalhamento do sistema de produção podem dar a entender que tem vários Queijos da Canastra, mesmo a receita sendo única para todos eles. O Quadro 11 apresenta os dados do CET e os registros dos diários de campo sobre os queijos com IG.

Quadro 11 – Dados do CET e dos queijos da IG Queijo da Canastra coletados na pesquisa de campo.

Dados do CET da IG Queijo da Canastra				Dados da pesquisa de campo			
Tipos	Dimensões (Peso)	Presença de olhaduras	Características Gerais	Fazenda	Queijo da Canastra comercializado (tempo de maturação)	Características específicas do produto <sup>d</sup>	Valor
Queijo da Canastra <sup>a</sup>	17 cm de diâmetro e 7 cm de altura (900g a 1,3kg)	Pode apresentar poucas olhaduras mecânicas ou de fermentação (redondas e brilhantes) dispersas no queijo.	De formato cilíndrico, plano ou ligeiramente abaulado nas laterais, o queijo apresenta uma casca de crosta fina, de cor amarelada, tendendo a escurecer com a maturação. O odor da casca é suave, com toques que lembram cheiro de gordura do leite, sendo possível a presença de manchas e fungos <sup>b</sup> na mesma, quando os queijos estão maturados. A massa do queijo possui consistência semidura, com tendência à macia, homogênea; sua cor pode ser ligeiramente amarelada, podendo apresentar as bordas de tonalidade mais escura, sobretudo nos queijos maturados	FACAN01	Tradicional (14 dias)	Casca e interior em textura similar, macia.	95 (Kg)
Queijo da Canastra Merendeiro	10 cm de diâmetro e 6 cm de altura (300g a 400g)				Tradicional Extra Maturado (dois meses)	Olhaduras e sabor adocicado.	160 (Kg)
Queijo da Canastra Real	28 cm a 35 cm de diâmetro e altura entre 10 cm e 18 cm (5kg a 7kg)	Apresenta obrigatoriamente olhaduras redondas e brilhantes			Real Extra Maturado (cinco meses)	Lembra o parmesão. Gordura é extravasada do queijo.	178 (Kg)
			Produção da Manhã <sup>3</sup> (25 dias)	FACAN02	Produção da Tarde <sup>c</sup> (25 dias)	Menos gorduroso, com presença discreta de mofo branco na casca	130 (un)
					Extra Maturado (seis meses)	Mais gorduroso, com presença discreta de mofo branco na casca	170 (un)
					QMA/MC (20 dias)	Duro, com sabor e características similares ao parmesão	170 (un)
				FACAN03		Casca e interior em textura similar, macia. Sabor fresco e leve.	100 (un)

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Conhecido popularmente como Queijo da Canastra “Tradicional”; <sup>b</sup>No CET, tem-se leveduras.: <sup>c</sup>Informação relatada oralmente pelo queijeiro, não há informação desse detalhe no rótulo; <sup>d</sup>Opinião pessoal da pesquisadora. NOTA: un = unidade; Kg = Quilograma. Dados do CET: Adaptado de RPI (2024).

Conforme o Quadro 11, nas fazendas visitadas, poucas apresentaram todos os tipos de Queijo da Canastra, embora o “Tradicional”, com maturação entre duas a três semanas, estivesse sempre presente. A diferenciação entre os tipos era mediada pelo tamanho e tempo de maturação do produto final, sendo os maiores e mais maturados com maior valor agregado. Como informação adicional, foram observados na pesquisa de campo alguns outros queijos sem a proteção da IG, igualmente artesanais (uso de leite cru) e de mesma procedência, à disposição para venda nas próprias fazendas produtoras. Esses queijos ou tinham o mesmo preparo, mas dimensões distintas daquelas previstas no CET (menor que o Merendeiro, por ser feito com a sobra da massa), ou aplicavam outros ingredientes/formas de preparo ao produto final.

Acredita-se ser possível que a inconsistência dos dados do rótulo e a variedade de nomes e tipos de queijos produzidos na região pode vir a causar confusão junto aos consumidores finais. Os leigos poderão ter dificuldade de compreender as informações na ausência de alguém que saiba apresentar o produto, explicando as diferenças. Os experts em IG que têm interesse por esse produto em específico, mas que não conhecem as peculiaridades do Queijo da Canastra, podem buscar por um signo distintivo no rótulo, a fim de identificar se é um produtor com IG, e não encontrar, conforme apresentou o resultado da pequena amostragem deste estudo, com conformidade plena em apenas 33% dos fornecedores ( $n = 1$ ) (Quadro 11).

Além disso, embora esta pesquisadora tenha observado a presença da etiqueta de caseína em todos os queijos analisados (inteiros e no tamanho tradicional), não encontrando nenhuma fazenda ou empório na região que realize a venda do produto já fracionado (algumas realizaram fracionamento na presença e mediante solicitação do consumidor final), sabe-se que frequentemente há ocorrência habitual dessa prática nos mercados de diversos portes que comercializam esse tipo de produto, em todo o mundo. Nesse cenário, é possível que os consumidores que conhecem o produto busquem a etiqueta de caseína no queijo em cunha e não a encontrem, interferindo na decisão de compra por receio de fraude. Ressalta-se ainda que nem sempre as etiquetas encontram-se no centro do produto, podendo estar na barra lateral ou desalinhada ao centro, a critério do produtor, aumentando a possibilidade dessa incidência, uma vez que, em geral, a mesma apresenta-se camuflada sob o rótulo do produto (Figura 8).

Por fim, destaca-se que há Queijos da Canastra sem a etiqueta de caseína, mesmo estando em plena conformidade com o CET, que é o caso do tipo Merendeiro e frações menores de queijo não previstos no CET. Embora saiba-se que o tamanho do queijo não é somente uma questão estética, mas sim um fator indispensável à obtenção de características específicas ao produto final que se deseja obter (Paula; Carvalho; Furtado, 2009), o mesmo produtor, saber fazer, ingredientes e fatores edafoclimáticos foram empregados ao produto, que por fim

apresenta o mesmo rótulo (sem os signos distintivos da IG, assim como os produtos que fazem jus e possuem tal registro).

Portanto, para um consumidor pouco familiarizado com o produto original, seria bastante controverso, tendo como base todas essas informações, desqualificar o “mesmo produto” devido exclusivamente ao seu tamanho, principalmente no caso do queijo Merendeiro, que deveria seguir o mesmo rigor do queijo Tradicional. Por comodidade ou pelo preço, se guiando pelo rótulo, poderia ele a vir comprar um queijo menor em algum empório (mais prático, econômico e fácil de levar na bagagem, por exemplo), sem desconfiar da inferioridade dos padrões sensoriais que se espera do produto tradicionalmente reconhecido. Nesse último caso, a depender da diferença dimensional, acrescenta-se o fato de que provavelmente só paladares muito treinados, como os *sommeliers* de queijo, seriam tão específicos a ponto de identificar o requinte dessa diferenciação.

Em outras palavras: esta pesquisadora, apesar da expertise em IG iniciada desde o mestrado, não conhecia o uso da etiqueta de caseína na IG Queijo da Canastra, até visitar a região. Antes da pesquisa de campo, dedicou-se exclusivamente ao estudo de documentos oficiais, publicizados pelo INPI: ao analisar o CET do produto, não entrou em contato com esse advento, mas sim com os dados de rotulagem (em vigor à época). Ao conhecer o produto original com IG, procurou o signo distintivo em seu rótulo, encontrando-o em apenas um, dos três fornecedores avaliados. Conheceu, na pesquisa de campo, versões menores do produto (um adequado conforme o CET e outro ainda menor não previsto nesse documento), aparentemente com as mesmas características (ênfase no produtor, na origem, no saber fazer e no rótulo), mas sem a etiqueta de caseína.

Destarte, não há dúvidas sobre o diferencial tecnológico no uso de etiquetas de caseína ao produto, sendo provavelmente a forma mais segura na atualidade para garantir a legitimidade do produto, combatendo fraudes ao inserir o código de rastreio diretamente no alimento. Entretanto, existem algumas arestas a serem aparadas para tornar o recurso mais facilmente reconhecido por leigos e convededores de IG e/ou de queijos, a partir do ajuste no CET, bem como melhores esclarecimentos nos meios de comunicação associados à IG.

Sendo a IG Queijo da Canastra com frequência envolvida em casos de fraudes dos seus produtos originais (Canal Rural, 2024), um debate sobre essa questão torna-se urgente, sugerindo-se a avaliação de adoção de um signo distintivo (preferencialmente do tipo figurativo) no rótulo do produto com IG, indicando nele a necessidade de conferência do registro junto à etiqueta de caseína impressa ao queijo. Nesse aspecto, a regularização sobre o fracionamento também seria oportuna, padronizando e promovendo essa conferência. De forma

complementar, acredita-se que o *QR Code* encontrado em um dos rótulos analisados pode ser uma estratégia auxiliar, capaz de resolver dúvidas a respeito. Entretanto, o único produto que o apresentou, quando a ferramenta foi utilizada, indicava-se “site em construção”, impossibilitando a checagem das informações (Quadro 10). Os rótulos dos produtos analisados são apresentados na Figura 9.

Figura 9 – Rótulos e embalagens secundárias dos Queijos da Canastra com IG.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Em destaque vermelho, as referências à origem do produto.

Esses dados convergem para os achados nas entrevistas realizadas, relativos ao parco número de produtores com IG. Afinal, na prática e a partir da análise desse cenário, um produtor sem IG pode considerar pouco vantajoso empreender para poder fazer uso do registro, que além de oneroso, incrementa a rotina de controle de produção, em cumprimento ao CET (Quadros 9 e 10; RPI, 2024). É possível ainda que os produtores sem IG possam se beneficiar dessas brechas, notadamente a inconsistência do rótulo (tecnologia de comunicação mais eficaz entre o produto ao consumidor), o que contribui para ratificar a não adesão ao registro.

#### **4.2.3 Questões relacionadas aos fatores para decisão de compra do Queijo da Canastra e reflexões sobre fraudes da IG**

O fator primordial na seleção de queijos da região pelos consumidores locais tem sido a confiança no produtor (estabelecida principalmente pela higiene empregada em seu sistema produtivo), resposta consideravelmente superior à verificação dos rótulos sobre a informação quanto à procedência (Quadro 12). Por sua vez, é oportuno salientar que este dado pode

compreender um viés característico (e privilegiado) dos locais próximos às fazendas produtoras, que conseguem realizar a aquisição do queijo diretamente da mão do produtor.

Quadro 12 – Principais respostas dos profissionais de Gastronomia sobre a IG Queijo da Canastra.

<b>Processo de decisão de compra do Queijo da Canastra</b>
“Qualidade do processo de produção, higiene, com certeza bastante importante. E se é um produtor formal, se emite nota fiscal, se é uma empresa formal, a gente depende disso. [...] A gente busca a característica no prato. É o que vai agradar no paladar. Depois disso a gente trabalha a questão de preço e posicionamento de mercado. Então eu tenho pratos hoje com, por exemplo, o queijo do [nome do produtor], que é um queijo bastante valorizado no mercado. Tem opções de comprar queijo Canastra no preço muito menor? Tem, tem opção. Mas o preço não é necessariamente o ponto que a gente busca. Eu busco mais qualidade do que preço.” – A04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“O produtor. A gente é um produtor só. Por ter referência na cidade da higiene da chamada casinha, casinha onde é produzido o queijo, na fazenda. Então, o queijo se é um queijo bom, a primeira coisa tem que ser a higiene do local que é feito. Então, nós temos a informação, a referência da pessoa que faz para a gente aqui, a gente já usa dela faz dois anos, a questão da higiene é perfeita. A gente vê que o queijo dela, quando a gente parte ele, o queijo que é muito ruim, ele tem muita renda, ele fica esfareladinho [sic]. Pelo menos não é um bom sinal, vamos dizer assim. Então, ela nunca teve esse problema. Quando ela percebe que o queijo não saiu de acordo com o que ela gosta, também ela já avisa a gente. Então, o fator nosso é a higiene. – A09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Para a nossa produção, o que eu sempre visei é a qualidade... e preço, com certeza.” – A10 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
<b>Verificação da procedência no rótulo</b>
“Não. Acaba que eu tenho parentes que produzem o queijo, né?” – A04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Não. A informação é da cidade. De pessoas que pegam com ela há anos. E do tempo que ela está conhecendo a gente, da postura dela com a gente. Alguns queijos que não saímos de acordo, ela mesmo já descarta lá.” – A09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“[...] Sempre que passa alguma pessoa, às vezes fala assim, ah, mas lá em tal cidade eu acho queijo Canastra mais barato do que aqui. Então, às vezes, eu custumo colocar muito pro cliente: é mesmo Canastra? Como que o senhor sabe que o queijo que o senhor tá comprando é feito aqui? Ah, um rótulo, alguma coisa, a pessoa falou que era daqui... Então, assim, o que eu acho que deve se levar em conta na hora de comprar um produto é saber realmente a origem, a procedência, quem faz, ter o conhecimento. [...]” – A10 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Não, porque o meu vem direto da fazenda.” – A11 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Sim, com certeza. Pra gente é muito importante [...]” – A12 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
<b>Diferencial do Queijo da Canastra</b>
“A característica dele após o processo de maturação é bem peculiar. Então, quando a gente degusta um queijo desse ali a partir de 20 dias de maturação, às vezes até menos do que isso, o sabor é diferente, a textura é diferente, e isso é o que determina que é um queijo diferenciado na região de Minas. Minas é famosa pelos queijos. A gente tem queijo do Serro, que é maravilhoso, em várias regiões. Mas o queijo Canastra tem um sabor diferenciado e isso até que fez ele ganhar a visibilidade que ele tem hoje.” – A04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“O queijo Canastra é um queijo específico da região. Englobam nele questão da água, do tipo de pasto e do tipo de leite. Então eles chamam de <i>terroir</i> , se não estou enganado, o nome disso. Então são sete cidades que englobam a região do Canastra que tem até o selo que pode ser usado como queijo Canastra. Então o sabor dele dá uma diferença no queijo. Dá um sabor um pouco mais picante. Então o principal é isso aí. A questão do pasto, terra, água. Essas coisas assim. E ele é feito apenas com leite cru, sal, pingo e coalho. Não pode se colocar nenhum outro produto nele, senão descaracteriza o queijo Canastra.” – A09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Eu acho que o alto teor de gordura, o leite em si, que dá o diferencial, as pastagens aqui da nossa região, como já foi várias vezes falado, estudado sobre as pastagens. Então, o diferencial é esse.” – A11 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
<b>Desconhecimento do termo Indicação Geográfica/IG</b>
“Eu acho que é pontuar melhor algumas coisas, locais, empreendimentos, localização mesmo no mapa, sabe? Pra melhor localizar e encontrar. Pra facilitar o acesso.” – A03 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Muito pouco. Na época de escola, eu tô [sic] com 47. Nem sei nem quanto tempo faz.” – A09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“[...] Detalhadamente, não.” – A11 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Os resultados do Quadro 12 e as observações registradas nos diários de campo denotam a preocupação em selecionar o melhor produto, inclusive em relação ao custo benefício, conforme as especificidades de cada empreendimento, sempre exaltando a qualidade como fator fundamental. Ressalta-se que um dos profissionais da gastronomia entrevistados destacou tanto o queijo de uma das fazendas produtoras, que incluiu o nome do fornecedor (produtor com IG) na lista de ingredientes do seu menu (“queijo canastra fresco da Fazenda do “nome do produtor””).

Esse dado assemelha-se às práticas comuns ao mundo dos vinhos, no qual além da procedência com IG, valoriza-se a vinícola produtora como mais um fator de agregação de valor ao produto. Considerando que todo o queijo registrado com IG é produzido totalmente na mesma unidade de produção (da ordenha à venda), esse raciocínio é bastante apropriado. Assim, além de cumprirem com o CET, a sua especificidade converge para o microclima e extrapola para uma dimensão tão subjetiva quanto inquestionável: as mãos de cada produtor. Os tipos de produtos permitidos para comercialização segundo o CET da IG Queijo da Canastra são apresentados na Figura 10.

Figura 10 – Apresentação dos queijos protegidos e da etiqueta de caseína da IG Queijo da Canastra.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Etiqueta de caseína demonstrativa, cedida para registro fotográfico pela APROCAN.

Com a análise dos rótulos das matérias-primas disponibilizadas pelos entrevistados (quando presentes), observou-se que haviam fornecedores de queijos dos profissionais de Gastronomia que não eram produtores registrados com IG (conforme listagem disponível no site da APROCAN (2025)), mas apresentavam selos de inspeção estadual/municipal e atendiam à legislação específica sobre a menção à Microrregião Canastra no rótulo do produto (Minas Gerais, 2024b). Houve ainda uma suspeita da atuação ilegal de alguns fornecedores, conforme características rotineiras de não conformidades relatadas pelos respondentes e a inexistência de rótulos e/ou etiquetas de caseína nos produtos. Em adição, os resultados ratificam que os profissionais da gastronomia ainda não (re)conhecem a IG (Quadro 12), que tampouco parece ser uma informação buscada ou conhecida pelos produtores da região (Quadro 9). Nesse contexto, dentre os relatos dos profissionais da gastronomia que tinham maior clareza sobre o assunto, apenas um pareceu se referir à etiqueta de caseína (“selo”; Quadro 12), com certa apelação de uso facultativo.

Sobre a relação da IG Queijo da Canastra com a questão de fraudes e mercado, principalmente o gastronômico, o Quadro 13 apresenta as principais considerações realizadas a respeito por representantes do CR do produto. Observa-se que um longo caminho ainda precisa ser traçado para ampliação da IG, seja pelo reduzido número de produtores (uma vez que o controle da produção passa por um crivo a mais, a do CR do produto), seja pela ampliação do mercado, com a gastronomia sendo evidenciada como uma grande parceira nesse processo. Nesse aspecto, verificam-se medidas para promover o uso do queijo com IG em empreendimentos gastronômicos, estreitando o laço com os consumidores finais, principalmente a partir da participação de eventos na área e do projeto Parceiro Guardião (Quadro 13; APROCAN, 2025). Entretanto, a garantia da rastreabilidade ou de uma estratégia capaz de promover o uso devido do produto como ingrediente especial (e seu (re)nome) em preparações culinárias ainda é uma questão a ser amadurecida, conforme as circunstâncias, a fim de proteger o produto quanto à apropriação indevida (Quadro 13).

Quadro 13 – Principais respostas do CR da IG Queijo da Canastra.

<b>Fraudes e auditoria</b>
“Hoje o controle basicamente é feito pelos colaboradores, né, do quadro aqui da APROCAN e depois a gente passa por uma aprovação de diretoria e Conselho Regulador. Então a gente faz visitas nas fazendas, onde a gente vai observar se aqueles queijos que foram produzidos estão atendendo a qualidade. A gente tem análises que não são feitas em todos os lotes, mas são análises microbiológicas e físico-químicas que a gente precisa atender, inclusive para a legislação, para saber a qualidade do queijo, de toda a matéria-prima. Mas ainda falta muito a desenvolver, eu acho que não só para a Canastra, mas para todas as IGs, a certificação desse produto lá na ponta, onde ele está sendo de fato comercializado. Nas lojas, nos empórios, isso vai um pouco além do alcance das associações, que geralmente são muito pequenas. É um ponto que a gente precisa desenvolver em parceria com algumas outras entidades pra que a gente consiga... Pra que a gente consiga verificar isso lá na ponta mesmo. O produto acabado, pronto pra entregar pro [sic] consumidor. Então é um gargalo que a gente ainda precisa entender como é que a gente vai trabalhar no Brasil inteiro.” – A01 ( <i>Representante do CR</i> )
<b>Mercado</b>
“As relações comerciais internacionais ainda são inexistentes, a gente tem um pouco de dificuldade com relação a regularização [...] E o custo de manutenção do registro pra SIF, pra industrial, ele é muito alto e inviabiliza manter. Então por isso que a gente mantém o caminho pelo Selo Arte, que é um registro pra comercialização a nível nacional. [...] A gente precisa ter mais flexibilidade do Ministério da Agricultura, um pouco mais interesse a nível federal e estímulo para a gente tentar buscar mercados lá fora também. Então, o primeiro deles é a nível de registro que já vai impedir que os queijos saiam do Brasil de uma forma legal, a inviabilidade econômica de manter o SIF nas queijarias. E a nível nacional, a gente tem ampla venda, né, os produtores que tem né, a IG já, e trabalham no seu queijo, vemos algumas dificuldades em relação ao frete, para a gente é bem inviável, bem caro e oneroso. Os transportes são longos, sabe, o tempo de transporte também. A gente já trabalha com transportes terrestres com caminhão refrigerado que já ajuda um pouco a preservar a qualidade dos queijos. Mas o custo disso é muito alto para o cliente final que compra os queijos. Então, o que eu vejo para essa distribuição ampla a nível nacional seria com questões de frete logística que ainda, em um eixo nos extremos do Brasil, pra gente que tá praticamente no meio do caminho, de uma ponta a outra, acho que dificulta isso.” – A02 ( <i>Representante do CR</i> )
“[...] Para o mercado nacional a gente já tem de praticamente todos os estados do país, a grande maioria, Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Goiás e o sul do país. Então, é uma relação forte, absorve praticamente quase todo o queijo que é produzido aqui. A gente tem um mercado crescente para a região Nordeste e Norte também. Então, a relação é bem interessante com todo o território.” – A01 ( <i>Representante do CR</i> )
<b>Relação entre Gastronomia e IG</b>
“Hoje nós ainda não temos nenhum caso de produto que utilize [o Queijo da Canastra] e que utilize [essa informação] no rótulo. A gente tem alguns problemas com uso indevido. Por exemplo, produção de pão de queijo que utiliza ali Canastra, mas sem consulta nenhuma, sem receita aprovada pelo Conselho Regulador, nem nada disso. Então, hoje nós ainda não temos nenhum produto que utilize e que faça uso correto da IG. Temos alguns casos de uso indevido que a gente sempre luta para barrar. A gente já identificou alguns casos e a gente sempre notifica, tem algumas ações judiciais correndo aí também, mas não utilizamos o Queijo da Canastra como ingrediente em nenhuma receita certificada ainda, vamos dizer assim. [...] A gente utiliza em alguns bares, em alguns restaurantes, eles utilizam ali no cardápio o que aquela receita possui, Queijo da Canastra. E aí a gente tem um programa dentro da associação que a gente chama de Parceiro Guardião, que são parceiros oficiais, que eles se cadastram na APROCAN, viram, tornam-se associados da APROCAN inclusive, e aí a gente faz todo o acompanhamento e controle e fornecimento de queijos dos associados da APROCAN, que são os que a gente tem mais controle. Então aí sim, a gente faz uma parceria para que eles possam utilizar nos seus cardápios ali, que aquele prato está levando o Queijo da Canastra e assim por diante.” – A01 ( <i>Representante do CR</i> )
<b>Visibilidade de eventos gastronômicos</b>
“Com certeza, acho que inclusive foi um dos pontos que mais deu visibilidade foi a participação no concurso né, la na França, que aconteceu em 2015, que é o que trouxe realmente uma visibilidade para a IG da Canastra de forma mais geral, da população de forma geral.” – A01 ( <i>Representante do CR</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

#### **4.2.4 Promoção da IG e da região da Canastra: eventos, produtos gastronômicos, atividades e ações turísticas**

Sobre a ocorrência de eventos com essa intenção (promover a gastronomia local), todos os grupos sociais entrevistados consideraram importante, havendo divergências sobre a frequência. Assim, a grande maioria apoiou o incentivo de mais eventos dessa natureza na região, embora alguns respondentes estivessem satisfeitos com o volume já estabelecido pelos governos municipais que englobam a região protegida, ao longo do ano.

Em relação aos produtos e serviços correlatos à IG, o turismo e outros elementos gastronômicos são temas fundamentais à rede de proteção e fortalecimento da IG Queijo da Canastra. Assim, observa-se que esta IG está amparada em uma estrutura de turismo gastronômico rural bastante solidificada. Isso deve-se principalmente à sinalização robusta e ao georreferenciamento *on-line* da região, com destaque para as fazendas produtoras. O turista que aluga um carro não tem dificuldade em transitar, pois mesmo as estradas sendo de barro, elas estão bem cuidadas e indicadas em todo o trajeto, guardando-se as devidas proporções relativas à zona rural. Os principais dados sobre o turismo na região da IG Queijo da Canastra, são apresentados no Quadro 14, que evidencia que, mesmo não sendo o principal motivo turístico, o queijo tem um papel de destaque na região da Canastra, sendo a paisagem característica pouco vinculada ao produto em todas as entrevistas realizadas. Essa dissociação chama a atenção, uma vez que a paisagem parece estar estreitamente relacionada ao turismo de aventura, não avançando em relação ao queijo, mesmo ambos ocupando praticamente a mesma área.

Quadro 14 – Principais respostas sobre o turismo na região da IG Queijo da Canastra.

<b>Principais Motivos do Turismo na Canastra</b>
“O ecoturismo e o queijo. E agora o café que está em crescência [sic] também. [...] Eles vêm aqui à procura do parque ou do queijo.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“A nascente do rio São Francisco, que é um marco daqui. A sua primeira queda, que é a Cachoeira Casca D’Anta, com 186 metros. [...] E também o queijo, né? O queijo, o <i>terroir</i> que está situado, né? Então, nascente, Canastra e o queijo.” – A13 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Relação Gastronomia e Turismo na Canastra</b>
“É o problema que nós passamos aqui, né? Não tem como você ter um turismo se você não tiver um bar e um restaurante bom. Aqui [no município e em outro município], que é a nossa cidade vizinha, nós sofremos com isso, porque às vezes tem turista e é uma segunda-feira e não tem restaurante aberto. Então é uma junção, turismo sem bares, restaurantes, ninguém vai. Você não vai pra Tiradentes pra ver cachoeira, você vai pra Tiradentes pra comer. É um turismo diferente. E é o que falta aqui pra gente. Tem muito que melhorar. [...] O pessoal às vezes vem para conhecer a serra, aí acaba descobrindo que está numa região dos melhores queijos do mundo. Então acaba ficando mais, movimenta mais a economia local. Tanto que nós temos produtores que faziam o queijo para consumo da família, vendiam o queijo baratinho, começou a ficar famoso porque é gostoso, o pessoal passava. Hoje nós temos família que vive do queijo Canastra vendido para turistas.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Perfil de Turistas na Canastra</b>
“Nacional. A gente recebe turismo estrangeiro, mas esse dado eu não consigo sem o Observatório do Turismo. Mas é nacional mesmo. Hoje a gente tá vendo que Minas tá viajando dentro de Minas. Pessoal do Sul tá subindo bastante. Então já tá mesclando bem. Mas a massa mesmo é São Paulo e Rio de Janeiro.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Eventos Gastronômicos e Turismo na Canastra</b>
“Nós temos aqui um dos cinco maiores festivais gastronômicos de Minas, que é o Aromas e Sabores da Canastra. São três dias de evento. Quarenta e um estandes de alimentação com queijo Canastra. E é um festival famoso na região. Você tá numa cidade hoje que tem 2.300 habitantes. No festival do ano passado passou 12 mil pessoas. E você imagina uma cidade desse tamanho com 12 mil pessoas aqui dentro. Então fomenta uma economia. Queria eu ter mais festival gastronômico, mas esse é um festival específico, fica muito caro de se fazer, mas ele é todo através de lei de incentivo do governo e da CNIC. [...] Ocorre uma vez por ano. [...] Eles querem o festival gastronômico porque sabem que ali eles vão ter um lucro maior, mas quando falam de fazer algo menor é mais complicado.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Outros Produtos Gastronômicos Tradicionais e Rotas na Canastra</b>
“Tem [rotas gastronômicas], tem os guias que fazem. [...] Por pousadas, redes sociais [divulgação dessa experiência]. Agora a gente tá começando em rede de televisão. Semana passada nós recebemos aqui [no município] 11 jornalistas. Um de cada estado. Com o programa do governo que viaja a Minas pra transformar algumas regiões em destinos gastronômicos.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“Nós temos aqui o restaurante [nome do restaurante], que ele faz um macarrão flambado dentro do queijo Canastra e ficou famoso e o pessoal vem à procura disso, à procura desse produto gastronômico. [...] Eu acho que as quitandas é muito boa aqui [sic]. A gente tem um produto que chama “joão deitado”, que não sei se você já comeu, mas é muito bom, que é uma massa de mandioca assada no forno à lenha dentro da palha de banana. [...] O pão de queijo, aqui se come muito pão de queijo recheado. Pão de queijo recheado com carne de porco caipira, que faz uma diferença também. Tem bastante coisa. [...] A pamponha aqui, ela é recheada com queijo Canastra. Pamponha no resto do Brasil não tem queijo. Pra gente, pamponha não existe, ela sem queijo. Então a hora que eles comem isso num café da manhã na pousada, eles acham incrível. Estão bastante elogios, graças a Deus. [...] Os doces, falta um incentivinho aí pro pessoal. [...] Tem muito doce de abóbora, doce de figo aqui na região. Cidra, ainda se faz muito, que é um doce que quase se não acha por aí. Então tem bastante. Doce de leite, que é famoso. Goiabada. Aqui na região nós temos muito pé de goiaba, no meio do mato. Então, na época dela, o pessoal colhe e faz as goiabadas cascão, que dá quase para um ano inteiro, de tanta goiaba que tem. Goiaba nativa, sem agrotóxico, sem nada. [...] Eles vêm aqui à procura do parque ou do queijo. Mas esses outros produtos, eles vão descobrindo ao longo da sua viagem.” – A08 ( <i>Representante do Turismo</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Nesse sentido, foi constata-se que não há uma operacionalização efetiva para rotas gastronômicas, apesar do amplo repertório de patrimônios culinários, ainda pouco explorado no comércio local. Embora em outras entrevistas e em conversas informais com a população

nativa a macarronada preparada no Queijo da Canastra e o *joão deitado* tenham sido bastante citados, ambas as preparações não estavam disponíveis para degustação desta pesquisadora. Em um dos casos, no dia da visita (meio da semana), o restaurante estava fechado e, no outro, foi explicado que é um produto que só está disponível ao comércio às sextas-feiras, devido à ocorrência de feira itinerante responsável pela oferta exclusivamente nesse dia.

Um advento a esse cenário é que, como a associação de produtores tem forte engajamento social junto aos produtores, com sua sede localizada no município que concentra a maioria das fazendas produtoras do queijo com registro de IG (São Roque de Minas), não raro ela participa do planejamento turístico dos visitantes que entram em contato com essa representação, inclusive se colocando à disposição para esse apoio no próprio *site* da APROCAN (APROCAN, 2025). Dessa forma, embora tenham projetos independentes de rotas incluindo as unidades produtoras da região, apoiadas pela APROCAN, sugere-se a criação de um portal vinculado à tal organização social, mapeando as unidades produtivas abertas à visitação turística, informando também seus contatos e informações básicas de funcionamento (dias e horários disponíveis). Para isso, seria oportuno realizar um plano de ação integrado para fortalecer o turismo gastronômico na região, incluindo parceiros no apoio à visitação das unidades produtoras (restaurantes, bares, lanchonetes, cafeterias, etc). A IG recém registrada, IG Café da Canastra, poderia também participar dessa estratégia e agregar ainda mais valor a esta iniciativa.

Vale ressaltar que nem todos os produtores recebem turistas, uma vez que não tem recursos humanos disponíveis para esse serviço, embora o turismo tenha sido mencionado como de extrema importância para a região em questão, por todos os grupos sociais em estudo, contribuindo para o aumento de renda em relação à comercialização do queijo e sendo um dos nichos de consumidores mais atendidos em algumas fazendas. Logo, o turismo de aventura/ecoturismo (para conhecer trilhas) é citada pelos entrevistados como a tipologia mais buscada na Canastra, embora observe-se um esforço em promover o turismo gastronômico da região, destacadamente a partir da organização de eventos dessa natureza (Quadro 14). Acredita-se que o turismo gastronômico é uma área que merece mais investimento, principalmente pelo grande potencial de retorno financeiro, sendo o serviço oferecido limitado quanto à oferta (poucos receptivos para atender a demanda, sobretudo agências, e preços de *transfer* para acessar as unidades produtoras com valor, em geral, abusivo).

#### **4.2.5 Paisagem, gastronomia e hábito alimentar locais vinculados à IG Queijo da Canastra: estimulando os sentidos ao experienciar o patrimônio culinário na sua origem**

Sem desrespeitar ou negligenciar a série de dificuldades e excessivos ajustes já apontados, um ponto de grande qualidade da IG Queijo da Canastra é a paisagem rural, que conversa com muita harmonia com o controle sanitário vigente. As fazendas são de diferentes dimensões e estilos (desde fazendas de grande porte e apelo turístico a pequenas fazendas familiares), mas todas aquelas visitadas permitem que o turista conheça integralmente o processo produtivo de forma segura ao alimento. A Figura 11 apresenta os diferentes portes das unidades analisadas, sendo estes definidos considerando a área de atendimento ao cliente/turista, não necessariamente a quantidade de queijo produzida por dia.

Figura 11 – Portes das fazendas visitadas.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Grande porte; <sup>b</sup>Pequeno porte; <sup>c</sup>Médio porte. NOTA: Linhas tracejadas dividem ambientes dentro da mesma fazenda e linhas contínuas fazendas distintas.

Foi observado que as queijarias estão desenhadas em formato de “vitrine”, com *layout* de vidro ou com janelas de acesso (protegidas por telas) (Figura 12). Ressalta-se que nem todas as fazendas realizam a visitação no momento da ordenha do leite, uma vez que a estrutura não

permite (reduzido número/escala de funcionários e/ou horário incompatível com atendimento da demanda turística, entre outros), sendo as demais etapas mais fáceis de se acompanhar, variando com o horário da produção e da visitação à queijaria.

Figura 12 – Vitrines para observação da elaboração do queijo com IG.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Pequeno porte; <sup>b</sup>Médio porte; <sup>c</sup>Grande porte. NOTAS: 1) Linhas tracejadas dividem ambientes dentro da mesma unidade de produção e linhas contínuas de unidades de produção distintas. 2) Fotos pouco nítidas são relativas ao registro embacado devido às telas de proteção.

Sobre o uso de outros alimentos típicos, vale ressaltar que os queijos oferecidos para prova e compra nas próprias unidades de produção, com frequência eram apresentados junto a outros produtos artesanais da região, estes últimos nem sempre disponíveis para degustação. Dentre os produtos, sobressaem-se doces (doce de leite e de frutas, como goiabadas, geleias e compotas), molhos e antepastos (Figura 13). Além destes, têm-se azeite de abacate, cafés, produtos de charcutaria e bebidas prontas (como cervejas e kombuchas).

Figura 13 – Doces e molhos regionais disponíveis para degustação junto ao Queijo da Canastra.



Fonte: Autoria própria (2025).

Nas cidades visitadas, pratos à base de Queijos da Canastra em bares, lanchonetes, sorveterias e restaurantes locais são apresentados em todas as opções, de entradas a sobremesas, como dadinhos de tapioca, pastéis, sanduíches e hamburgueres, pães de queijo (recheados ou não), risotos, macarronadas, sorvetes e *cheesecakes*. Como produtos de cafeteria, tem-se sequilhos, bolos e brigadeiros. Vale citar que estes últimos muitas vezes só são possíveis de adquirir sob encomenda, em feiras itinerantes ou estão disponíveis no desjejum de hospedagens que trabalham com um cardápio regional. Segundo o *Taste Atlas* (2025), o Queijo da Canastra harmoniza bem com vinho tinto, cerveja preta e goiabada.

Sobre o hábito alimentar relacionado ao Queijo da Canastra pela população local, uma particularidade foi confirmada. O queijo com IG fica quase que restrito à venda nas próprias fazendas, além de empórios e restaurantes considerados turísticos, na região. Queijos produzidos sem o registro e/ou vendido fresco tem mercado de mais fácil acesso à população nativa, como supermercados e restaurantes locais (Figura 14).

Figura 14 – Queijo fresco vendido em supermercado local, na região da Canastra.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Em destaque vermelho, queijos frescos da região, vendidos sem rótulo.

Ainda sobre essa questão, um fato se destacou: em restaurantes a quilo, indicados por transeuntes locais, havia disponibilidade do queijo maturado como cortesia, enquanto o queijo fresco deveria ser pesado para ser cobrado o seu consumo. Ou seja, a população canastreira aparentemente permanece preferindo o queijo fresco ao maturado.

Ressalta-se que quando se reavalia a antiga ficha técnica do produto (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Canastra, 2012), em vigor à época da pesquisa de campo, mas recentemente atualizado (excluindo-se essa informação na íntegra, deixando apenas “tempo de maturação conforme a legislação vigente”) havia a possibilidade de se encontrar o produto IG em três distintos pontos de maturação: fresco (com menos de quatro dias), meia cura e curado (a partir de duas semanas). Logo, acredita-se que essa inovação tecnológica aplicada aos produtos com IG provavelmente foi realizada, para além da obrigatoriedade de seguir a lei, com o intuito de reforçar o valor agregado ao produto, a partir do estabelecimento do maior tempo de maturação e, consequentemente, maior relação com o *terroir* da região.

Vale destacar que os queijos maturados mencionados nesses episódios não possuíam registro de IG, não sendo observada a presença da etiqueta de caseína em nenhuma das ocasiões. Além disso, embora o tipo maturado oferecido apresentasse aparência similar ao Queijo da Canastra registrado, o sabor era consideravelmente distinto, inferior àqueles provados nas fazendas produtoras registradas com IG, contendo as características defeituosas comentadas no Quadro 15 e também problemas de trincas na casca (Sobral et al., 2017).

Quadro 15 – Questões críticas sobre a cultura alimentar na região produtora.

<b>Uso do Queijo Fresco</b>
“É o seu sabor, sua qualidade, sua textura, seu processo de maturação. Você pode degustar o de fresco, meia cura, curado, estritamente curado. É um queijo que você armazena sem geladeira, ele fica naturalmente maturando. Tem várias utilidades na gastronomia, né? Então, é um queijo que tem um aspecto aí de utilização gastronômica e de degustação amplo. [...] Quando o queijo nasceu, ele era maturado. A partir dos anos que veio o automóvel, 60, 70... Não, 60, 70, 50 chegou o automóvel, né? E aí, a partir dos anos 70, 80, 90, o queijo era maturado com 4, 5, 6 meses. Ele foi caindo o período de maturação, até chegar a dois, três dias. E aí você vende uma massa fresca. E essa massa fresca, ela não tem sabor nenhum, ela não identifica <i>terroir</i> nenhum. O que identifica o <i>terroir</i> é o processo de maturação. Então, resgatar o processo de maturação, que nossos antepassados morreram, os velhos morreram, ninguém sabia mais. Nós tivemos que resgatar todo esse aprendizado. Buscando tecnologia na Europa, trazendo professores de lá pra cá, conversando com gente aqui ainda mais velha, foi contando como é que era e tal, e nós fomos resgatando isso. Então, como o queijo, a cada um mês ele muda de sabor sensorial, então você pode criar pratos variáveis à medida que ele vai alterando o sabor. Então, <i>linkar</i> tudo isso, resgatar tudo isso e inovar também, por que não, é fantástico.” – A05 ( <i>Produtor de queijo</i> )
<b>Controle de Qualidade</b>
“Não, a IG não mudou a qualidade do produto final. Essa qualidade nós mudamos quando os franceses chegou [sic] aqui, provou os nossos queijos e falou: “vocês têm os melhores queijos do mundo, mas vocês precisam avançar e vocês podem avançar mais”. E aí ele explicou que nós deveríamos ter adotado quatro conceitos básicos. Primeiro, <u>água potável na queijaria</u> . Porque quando você utiliza água de qualquer fonte, essa água pode estar contaminada com coliformes ou com outros microrganismos que vai dar sabor amargo putrefante ao queijo. Então, você tem que ter cuidado. Ah, claro, pode até ter um risco sanitário, mas muito mais do lado sensorial do produto. Porque não é que os coliformes, à exceção da <i>Escherichia coli</i> , não é que os outros coliformes não faz mal [sic] para a saúde humana, mas a maioria coloca gostos inadequados ao consumo do queijo. São gostos que o paladar humano não se adapta. Então, água potável, <u>animais livres de zoonoses</u> . Ah, mas então é risco sanitário? Pode até ser, mas na maioria das vezes um animal doente produz menos leite, O leite está com alta carga de bactérias que não são as bactérias benéficas, que atrapalha a coagulação, que fermenta, que você tem que jogar fora porque ele se perde. Então ele é prejuízo no bolso. Não quer dizer que você vai consumir, vai passar mal, vai adoecer. Nem sempre. Na maioria das vezes, é muito mais do lado sensorial, da qualidade física, biológica e sensorial do queijo. Então, animais livres de zoonoses, <u>boas práticas de ordenha e fabricação e o conceito de rastreabilidade</u> . E aí é que começou então o entendimento nosso para a questão da IG. Quando você fabrica um queijo e ele é um produto de qualidade e você o coloca no mercado, sem a devida proteção, sem a devida origem, outros lugares podem fabricar o queijo e colocar como queijo Canastra e é o que acontece. Então, além de a IG, quando nós descobrimos o que era indicação geográfica com os franceses, e eles nos ajudaram a construir o processo, o estudo que foi conduzido ao INPI, um dos grandes objetivos era a proteção da marca do queijo Canastra. Porque as práticas, boas práticas, nós já havíamos adotado, mostrou a qualidade excepcional do nosso queijo. Então, começou o queijo Canastra de Araxá, queijo Canastra do Serro, queijo Canastra minas <i>milk cheese</i> , Canastra feito em Boston, nos Estados Unidos. Então, a IG veio com esse produto, garante a rastreabilidade, nós criamos mecanismos através do uso da etiqueta de caseína, para garantir a rastreabilidade do nosso produto. E, claro, nós agora temos origem, nós temos um documento de identidade O nosso queijo tem um documento de identidade que é a Indicação de Procedência, um aí das IG, um dos dois tipos de IG.” – A05 ( <i>Produtor de queijo</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Em consonância com as observações dos diários de campo, o Quadro 15 e as conversas informais com os moradores locais ratificaram esses achados, que referiram essa preferência

como característica à população local. Ou seja, ainda há uma questão cultural importante sobre as práticas alimentares da região, que merece ser aprofundada, incluindo uma avaliação sobre a possibilidade de coexistência do Queijo da Canastra com outros queijos característicos do hábito alimentar local (sejam eles artesanais ou pasteurizados, originais da microrregião ou não). Dentre os relatos apresentados sobre essa questão, destaca-se a informação de que os costumes mudaram com a produção em massa/larga escala (Quadro 15). Com esse advento, o Queijo da Canastra original, intensamente amadurecido, foi sendo reduzido a uma massa fresca, sabor que foi incorporado pela própria população e perdura como hábito alimentar local até os dias atuais, sendo o resgate da maturação um trabalho intensamente desenvolvido em prol da IG.

Esse resultado corrobora com Sobral et al. (2018), que verificaram que 62% das 24 propriedades analisadas na região da Canastra maturavam o queijo de 3 a 4 dias, comercializando-o na forma fresca. Além disso, os entrevistados confirmaram que vendiam o queijo fresco, maturando-o por aproximadamente 15 dias apenas nos casos de participação em concursos. Os autores do estudo acrescentaram que os dados obtidos poderiam ter relação com a não participação dos queijeiros no programa Queijo Minas Artesanal, não serem cadastrados pelo IMA e não possuírem nenhuma certificação. Assim, apesar do trabalho de qualidade indiscutível estabelecido pela APROCAN, avalia-se que há ainda um longo percurso a ser realizado pelo governo e pelas organizações sociais locais para conscientizar os produtores da região sobre a necessidade de se atender às normativas vigentes, a fim de melhorar a qualidade do produto final.

Ou seja, há um reconhecimento de que o queijo maturado é preferido por pessoas de fora, o que pode repercutir na prática de uma maturação para fins comerciais, na perspectiva de atingir outros mercados (que não o interno). Nesse contexto, vale destacar que, para além do queijo e das comidas típicas canastreiras, o maturador de queijo é o *souvenir* mais disponível à venda nas lojas de produtos da fazenda, podendo talvez representar um “fetiche” desse patrimônio (Veloso, 2006).

#### **4.2.6 Gestão para ampliação da visibilidade da IG Queijo da Canastra: ações de apoio ao *marketing territorial* e observações sobre sua relação com a paisagem local**

Com o destaque da riqueza dos patrimônios culinários observados na Canastra e as particularidades da IG dessa região, reitera-se a importância do controle estabelecido no

processo de obtenção e manutenção de registros, selos e certificações, comprovando a qualidade da produção e fortalecendo seu prestígio como produto diferenciado. Vale ressaltar que a mudança do registro de “Canastra” para “Queijo da Canastra” pode ter tido relação com esse panorama, uma vez que recentemente a Canastra registrou mais um produto como IG em seu território, a IG Café da Canastra, obtida sem 2023 (INPI, 2025a). Esse reconhecimento evidencia uma articulação territorial importante, que culmina não apenas nessa nova IG da espécie DO à região, mas também na marca coletiva. Essa iniciativa, conforme um dos entrevistadores menciona, pretende contribuir para o aumento da visibilidade dos produtos da região, incluindo o queijo (Quadro 16).

Quadro 16 – Dados sobre a marca coletiva do território da Canastra.

<b>Fortalecimento de marca coletiva</b>
“[...] E agora nós estamos aqui na Canastra trabalhando a questão da marca Território da Canastra, que seria uma marca guarda-chuva, que nós vamos qualificar outros produtos que nós produzimos aqui para poder oferecer uma maior quantidade de produtos específicos, produtos e gastronomia específica, para o fluxo de turista que hoje é crescente no território da Canastra.” – A05 ( <i>Produtor de queijo</i> )
<b>Compreensão das dimensões da DO e IP para a seleção da espécie da IG</b>
“Eu acho que quando se criou a IG, eu acredito que o conceito de criar uma IP era mais fácil. O estudo era muito mais fácil de ser feito. A Canastra, ela já tem essa relação histórica com o queijo. Para a gente criar ali, criar não, na verdade reconhecer a Indicação de Procedência o caminho estava muito mais pronto. Então eu acho que foi guiado pela facilidade. Apesar de que eu acredito muito forte de que tem tudo para ser uma DO. Até em vários estudos que a gente fez para caracterização de microbiota, de bactérias, fungos, a gente identifica várias características que só existem aqui na região. Só que até hoje a IP atendeu muito bem. E aí quando você leva a DO ao pé da letra, eu acredito que os limites de município ali não interfeririam ou não deveriam interferir na constituição de uma DO, mas mais o fator científico mesmo, técnico-científico. Então, quando a gente começa a se distanciar muito das próprias serras da Canastra, a gente começa a ter uma diferenciação, por exemplo, dessas famílias de bactérias, dessas famílias de fungos. Então, a gente poderia criar um problema, talvez, passando de uma IP para uma DO, a gente poderia criar um problema social, porque os municípios que estão mais distantes talvez eles teriam uma delimitação diferente na DO, se a gente fosse levar realmente ao pé da letra numa DO, que eu acredito que deveria ser levado com mais seriedade. A gente usa muito os limites geográficos do município para compor as indicações geográficas no Brasil, que eu acho que é errado. Então se a gente for fazer a coisa da forma certa, talvez a gente vai penalizar o grupo de produtores que já fazem uso hoje da IP e que talvez poderiam não fazer uso de fosse uma DO.” – A01 ( <i>Representante do CR</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

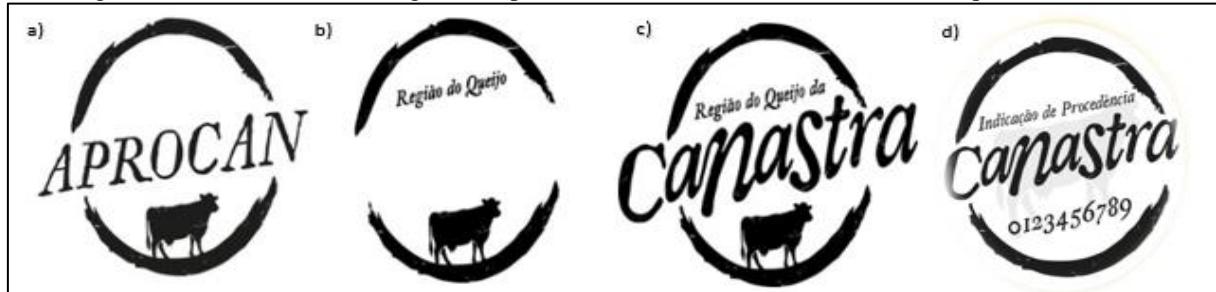
Logo, acredita-se que o estabelecimento de uma marca coletiva tende a impulsionar o *marketing* territorial e que a visão de representação da APROCAN tem fortalecido a IG, ao realizar medidas de proteção desse território com foco na inclusão social (Quadro 16). Junto às alterações estabelecidas no novo CET, esse dado ratifica uma gestão profícua da substituta processual.

Com uma paisagem estonteante, que apresenta grande alinhamento junto à tecnologia necessária ao controle de qualidade do alimento, chama a atenção que o signo distintivo da IG seja nominativo e que apenas um dos entrevistados citou a palavra paisagem (sobressaindo-se o termo *terroir*, aplicado de forma meramente técnico-científico (fatores edafoclimáticos)).

Possivelmente, esse achado tem relação com a série de consultorias técnicas francesas ocorridas em prol da melhoria das atividades da IG Queijo da Canastra. Por outro lado, a partir dos dados obtidos em palestra realizada na sede da APROCAN, em 03/09/2024, os representantes gestores da IG acreditavam que o atual reposicionamento da IG Queijo da Canastra junto à marca coletiva da região deve iniciar um processo de imersão na paisagem alimentar desses produtos, retratando essa singularidade e aproximando os consumidores que não conhecem a localidade aos produtos finais territorializados.

Entretanto, ao consultar o *site* do INPI, 17 processos de marcas de titularidade da APROCAN foram encontrados, sendo dois indeferidos e um aguardando exame de mérito. Dos 14 processos com registros em vigor, apenas três são de natureza coletiva: a própria marca “APROCAN”, além da “Região do Queijo” e da “Região do Queijo da Canastra”, sendo ambas de apresentação mista (nominativa e figurativa), variações similares ao símbolo utilizado na etiqueta de caseína do produto (Figura 15).

Figura 15 – Marcas coletivas registradas pela APROCAN e símbolo utilizado na etiqueta de caseína.



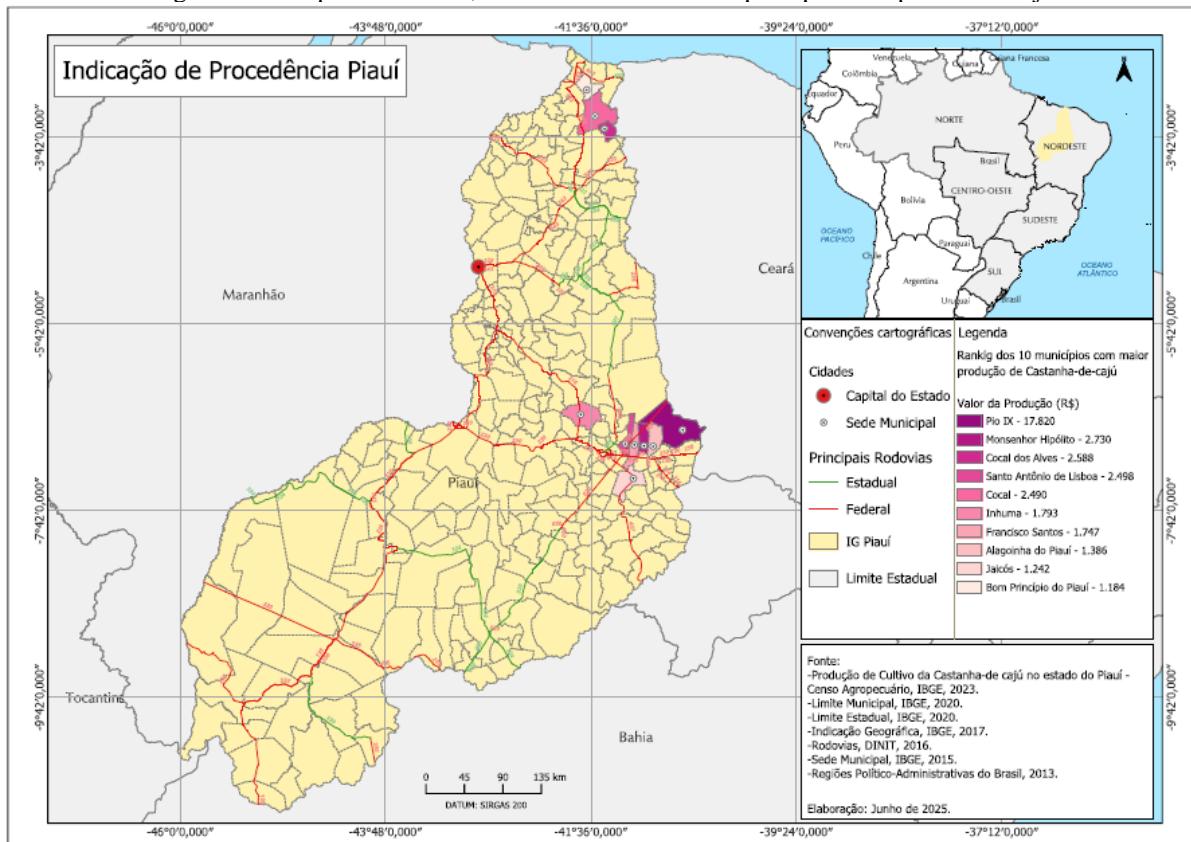
Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: a, b e c) marcas coletivas; d) símbolo da etiqueta. Dados: a, b e c) INPI (2025); d) APROCAN (2025).

Desta forma, embora uma série de medidas estejam sendo tomadas para promover os produtos da região, incluindo-se o queijo (SEBRAE, 2024), acredita-se que a relação com a paisagem permanece incipiente, diante do potencial paisagístico e cultural dos produtos originários da Canastra. Além disso, acrescenta-se o fato de a familiaridade das imagens relacionadas proporcionar duplicidade junto ao signo distintivo do produto com IG, tanto em termos econômicos (pagar a mais por um serviço que a IG já tem legalidade e maior renome para atuar), quanto em relação à concorrência (produtores com IG x produtores exclusivos da marca coletiva, por exemplo), podendo ocasionar na manutenção do desinteresse da incorporação de novos produtores à IG (Figura 15). Ressalta-se que, embora o uso da marca coletiva também esteja submetido a um regulamento de uso por parte dos produtores relacionados, as exigências costumam ser menores, sobretudo quando se trata de marcas que podem incorporar produtos diversos, neste caso, além do próprio queijo.

## 5 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PIAUÍ

A cajuína é uma bebida artesanal de origem indígena, que era usada para comemorar a vitória desses povos nas grandes batalhas. Historicamente, foi conhecida pelos colonizadores portugueses desde que chegaram ao Brasil, pelo Nordeste do país, sendo no Piauí o estado no qual a produção se desenvolveu, a ponto de constituir-se em uma bebida tradicional desse território, cujo patrimônio culinário é reconhecido em todo o país (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Piauí, 2014). O mapa da IG Piauí é apresentado na Figura 16.

Figura 16 – Mapa da IG Piauí, destacando-se os municípios que mais produzem caju.



Fonte: Autoria própria (2025).

O cultivo do caju é uma das atividades de maior importância econômica e social para o Piauí, gerando emprego e renda para a população rural. A aptidão do Piauí para a cajucultura foi comprovada por meio do zoneamento pedoclimático, evidenciando áreas potencialmente aptas à produção. Embora o processamento para a obtenção da castanha seja a principal atividade da região, o aproveitamento do pedúnculo (consumo *in natura* ou escoamento para a indústria de processamento) representa uma importante fonte de renda para o pequeno e médio

produtor de caju, destacando-se a representatividade cultural envolvida na produção da cajuína (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Piauí, 2014).

A cajuína é o suco de caju clarificado, engarrafado e cozido em banho-maria. Trata-se de uma bebida não fermentada, não alcoólica e não diluída, obtida da parte comestível do pedúnculo do caju. Não há incorporação de aditivos e diferencia-se do suco devido às etapas de clarificação e tratamento térmico, inerentes ao seu processamento. Este tratamento é na própria garrafa, que acondiciona o produto para a venda no mercado e apresenta cor característica resultante do processo de caramelização dos açúcares naturalmente presentes no suco, variando do incolor ao amarelo-âmbar translúcido. Tem sabor doce, levemente ácido e adstringente (Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica Piauí, 2014).

Sendo sua origem e saber-fazer vinculados à produção frequentemente questionadas por outros estados, em 2014, o Piauí promoveu a proteção desse território com o registro da IG Piauí junto ao INPI (INPI, 2025a). Dessa forma, a região está há 11 anos sob esse amparo, embora efetivamente um longo percurso ainda precise ser percorrido para consolidar os benefícios advindos com a concessão do registro.

### **5.1 Abordagem histórico-cultural e institucional**

A IG Piauí é completamente atravessada tanto pela acirrada disputa de território quanto pela modernização das práticas artesanais. Em relação ao território, embora documentos apresentem datas mais ou menos antigas da produção da cajuína entre Ceará e Piauí (o que frequentemente acirra as discussões a respeito), estudos históricos e etnográficos ratificam que foi na sociedade piauiense que a ideia de complexo cultural da cajuína se estabeleceu. Isso porque a prática de sua beberagem envolve os ritos de hospitalidade e integração social das famílias de elite desse estado, na fase inicial de modernização, que se mantém nos dias atuais (Ribeiro; Veloso, 2011).

#### **5.1.2 Disputa pelo território, evolução histórica e receptividades às inovações tecnológicas**

Apesar do irrefutável reconhecimento de que a produção de cajuína tem origem indígena, sua popularidade é recente, com registros mais sólidos de tradição a partir de 1920, destacando-se a década de 1940. Nesse percurso, após uma retraída do mercado em decorrência

da concorrência com refrigerantes, houve uma retomada da produção em 1970, que se mantém na atualidade (Ribeiro; Veloso, 2011).

Segundo Ribeiro e Veloso (2011) após décadas de desenvolvimento tecnológico promovido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), com suporte financeiro da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e do Banco do Nordeste do Brasil (BNB) (1970-1990), o Piauí passou a ser o grande produtor de castanha de caju do país, necessitando escoar o uso dos pedúnculos carnosos (pseudofrutos do caju) não aproveitados, incentivando-se assim a produção de cajuína. Isso porque não era vantajoso cultivar o caju exclusivamente visando a castanha, produto de maior valor agregado e com comércio nacional e internacional em alta demanda e potencialidade (Ribeiro, 2011).

Foi nesse processo que o melhoramento genético, iniciado nas décadas de 1940 e 1950, foi impulsionado. Mais especificamente em 1979, o clone de cajueiro anão precoce CCP 076 foi obtido, sendo lançado para plantio comercial e para o mercado de mesa pela EMBRAPA, em 1983. Por sua vez, foi lançado em 2002 o clone do cajueiro-comum para plantio comercial, o BRS 226. Por ter castanha de tamanho maior, o novo clone foi voltado para a exportação de amêndoas, mas também aproveitado na indústria de sucos (Ribeiro, 2011). Nessa mesma época ocorreu a publicação da Instrução Normativa (IN) MAPA nº 01, de 07 de janeiro de 2000, relativa à aprovação do Regulamento Técnico para fixação dos PIQ de bebidas, na qual consta a cajuína (Brasil, 2000b).

Também o SEBRAE veio a identificar as condições de transformação dessa bebida tradicional em uma indústria de grande porte, capaz de atrair investimentos externos. Isso promoveu a solicitação do registro de IG junto ao INPI, o que por sua vez requer a padronização do produto, bem como o seguimento de regulamentações sanitárias específicas, como o atendimento ao PIQ e a adoção de BPF (Ribeiro; Veloso, 2011).

A IG Piauí foi concedida pelo INPI em 2014, mesmo ano em que o ocorreu o registro patrimonial da Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína do Piauí, pelo IPHAN (INPI, 2025a; IPHAN, 2025b). Após 10 anos de ostracismo, as atividades da IG foram retomadas por seus membros em 2024, período marcado pelo empenho na reorganização interna do CR, visando principalmente a inclusão do signo distintivo ao rótulo do produto. Concomitantemente, foi reinstaurada uma série de iniciativas visando a revalidação do título de patrimônio cultural do Brasil pelo IPHAN (2024; 2025c). Logo, observa-se que estas proteções, nesse caso, não apenas coexistem, como também se subsidiam mutuamente, uma vez que as ações de uma vêm refletindo na manutenção/aperfeiçoamento da outra, mantendo o apoio de instituições parceiras.

### **5.1.3 As compreensões sobre o controle de qualidade e artesanalidade em um processo predominantemente semi-industrial**

No percurso da série de inovações incorporadas ao sistema produtivo, houve a repercussão de diversos impactos sobre a produção da cajuína. Um deles foi o conflito entre a noção de higiene das práticas culturalmente estabelecidas com o controle de qualidade de alimentos que foi incorporado ao processo original. Havia uma crença, por parte dos produtores tradicionais, de que se o pedúnculo tivesse contato com qualquer água que não a do próprio caju (inclusive residual do processamento após limpeza do maquinário, água comum à umidade em época de chuva ou da nova etapa de sanitização dos pseudofrutos, incluída ao processo após uma série de treinamentos para qualificação da bebida) poderia “toldar” (tornar opaca ao invés de cristalina) ou “poldar” (formar um fungo que se acumula no fundo da garrafa como um pó branco) a cajuína (Ribeiro; Veloso, 2011).

Além disso, para a etapa de clarificação, originalmente utilizava-se a resina do próprio cajueiro, que foi substituída por cola de sapateiro, até cerca de 30 anos atrás, quando a gelatina em pó passou a ser utilizada. Também houve crítica sobre a conduta dos técnicos externos (que agiram mediante estudos encomendados à universidade pelas parcerias entre SEBRAE, os produtores maiores e o BNB), quanto à fiscalização da estrutura física das unidades de produção, que deveria atender a critérios de exigências similares aquelas aplicadas às indústrias, comprometendo a produção caseira e/ou de pequeno porte (Ribeiro; Veloso, 2011).

Na atualidade, com a padronização do processo, destacam-se dois diferenciais que ratificam a artesanalidade da bebida: a manutenção do uso de filtros de pano e as distintas tonalidades que a bebida pode apresentar no comércio, decorrentes do binômio tempo x temperatura aplicados na etapa de tratamento térmico. A Figura 15 apresenta a produção da cajuína, incluindo o uso do filtro e os tons do produto após clarificação, filtragem e tratamento térmico aplicados.

Figura 17 – Cajuínas antes e após o tratamento térmico.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Na primeira figura à esquerda, tem-se o processo de filtração com filtro de pano ocorrendo ao fundo da imagem.

Ressalta-se que a utilização do filtro é referenciada pelos produtores como o fator mais tradicional da produção, que se mantém ao longo do tempo e, segundo eles, diferencia-se de processos realizados em outros territórios. No Quadro 17 tem-se tais informações a partir das entrevistas realizadas.

Quadro 17 – Relação da artesanalidade com o processo de filtragem com filtro de pano.

**Uso do filtro e artesanalidade da produção**

“Na verdade, o que diferencia o insumo, [...] é a não adição de nenhum outro ingrediente. Esse é o principal. E também, é claro, a forma de fazer é ainda, digamos que artesanal, né? A gente usa filtro de pano, né? A filtragem é aquela filtragem ainda que fica com os resíduos do próprio caju. Então, assim, não é uma filtragem utilizando equipamentos de alta temperatura, que hoje já tem no mercado, tipo membranas. Mas, na verdade, a gente usa ainda aquele modo antigo de fazer, seguindo a tradição de como se faz, independente do tamanho da unidade. Tem gente que produz um pouco mais, outros um pouco menos, mas todos mantém esse mesmo padrão. E além desse padrão, na forma de fazer, a não utilização de nenhum outro ingrediente que não seja o suco do caju.” – B02 (Produtor)

“Ela é uma cajuína feita de base artesanal mas que, ao longo do tempo dos processos, as pessoas foram melhorando esse processo e tornando ela um processo um pouco mais, digamos assim, de volume melhor. E aí, a gente consegue manter um processo industrializado, mas mantendo características do processo artesanal. Por exemplo, a filtragem em filtro de tecido. Então a cajuína piauiense ainda passa por um processo de filtragem, o processo térmico é o mesmo, já é engarrafado. Entendeu? Isso é o que faz a característica da nossa cajuína. [...] Então, a gente consegue manter hoje o mesmo processo artesanal, mesmo dando um volume maior. Ou seja, visto fábricas que já conseguiram, por exemplo, inventar maquinários que já acelera o processo de produção, entendeu? Mas mantendo a mesma coisa do processo tradicional. É filtragem em filtro de tecido. O processo térmico já é feito dentro da garrafa. A gelatina, a gente conseguiu modernizar a gelatina. Hoje a gelatina é uma gelatina ultramoderna, que é utilizada nos melhores produtos. Então, assim, a gente avançou muito nesse processo, mas mantendo a mesma qualidade.” – B05 (Representante do CR)

Fonte: Autoria própria (2025).

Para além da variação de cor, observada em distintas matizes (Figura 17), faz-se necessário frisar que visitas foram realizadas a fábricas semi-industriais de cajuínas registradas

com IG, além de uma pequena produtora de cajuína sem IG. Logo, observa-se que a bebida tem sido desenvolvida em empreendimentos de variados portes e graus de tecnicidade.

Vale ressaltar que, segundo Ribeiro e Veloso (2011), os produtores de cajuína que carregam essa tradição podem ser divididos, a grosso modo, como senhoras proprietárias que herdaram bens da família e assentados da reforma agrária, além de outros personagens (como empregados domésticos e empregados de sitiante), que passaram por treinamento junto a órgãos como o SEBRAE. Assim, acredita-se que a tecnologia (de maquinário e social) incluída na produção da cajuína favoreceu a manutenção das práticas tradicionais, uma vez que a transferência de tecnologia reverberou no aumento da produção e na sua popularização (que passou de uma bebida restrita à elite a uma bebida mais acessível à outras camadas da sociedade).

Em contrapartida, não houve nenhum representante entrevistado do gênero feminino ligada à produção da cajuína (produtores e membro do CR), enquanto na origem de sua produção a cajuína era renomada pela pessoa que a produziu (geralmente mulher ou gerida por uma), a exemplo da cajuína da “Dona Fulana” (Ribeiro; Veloso, 2011), prática que parece ter ficado no passado e merecia um estudo mais aprofundado a respeito. Nesse contexto, pode-se inferir que a modernização da produção levou ao interesse em aumentar investimentos no setor, privilegiando empresários atentos à demanda do mercado em detrimento das produções de pequeno porte, o que repercutiu nessa atualização das referências de marca.

## **5.2 Abordagem técnico-tecnológica**

Na produção de cajuína, o cultivo do caju é um dos pontos cruciais para discussão, notadamente a sazonalidade e a variedade utilizada. Os tipos de cajuína previstos no CET têm total relação com o caju selecionado para este fim, que por sua vez é influenciado diretamente pela tecnologia, com destaque para o melhoramento genético.

### **5.2.1 Análise sobre a incorporação da tecnologia no CET da IG Piauí e reflexões sobre o gosto original do produto**

A formulação das cajuínas passíveis ao registro de IG são apresentados no Quadro 18.

Quadro 18 – Tipos de cajuínas registradas com IG, conforme o CET.

Tipos de cajuína	Características
Cajuína de caju nativo	Fabricada somente com cajus nativos.
Cajuína mista	Fabricada com cajus nativos e CCP 076 em quaisquer proporções. Pode conter até 20% de suco de outras variedades de clones de caju <sup>a</sup> .
Cajuína de caju CCP 076	Fabricada somente com a variedade de caju CCP 076.

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Segundo o CET, essa concessão visa estimular a redução do risco de pragas que a cultura de uma única variedade poderia ensejar. Dados: Ficha Técnica de registro de Indicação Geográfica Piauí (2014); Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Piauí (2014).

Embora apenas o caju nativo e o clone CCP 076 sejam nominalmente citados, outro tipo de caju é bastante utilizado pelos produtores locais, sendo inclusive mais mencionado que o nativo na pesquisa de campo realizada: o clone BRS. O Quadro 19 apresenta os resultados encontrados sobre os tipos de cajuína produzidas na região demarcada pela IG.

Quadro 19 – Tipo das cajuínas analisadas.

Unidade produtora	Tipo de cajuína
FABCAJU01	Cajuínas mistas <sup>b,c</sup>
FABCAJU02	Cajuínas de caju CCP 076
FABCAJU03	Cajuínas mistas <sup>b</sup>
PROCASJU01 <sup>a</sup>	Cajuínas de caju CCP 076

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Produção caseira de cajuína desenvolvida por uma pequena produtora de cajuína sem IG. <sup>b</sup>Este produtor não participou da entrevista, embora tenha permitido tal registro na pesquisa. <sup>c</sup>Cajuínas contendo predominantemente CCP 076 com adição de BRS. Dados: relatos dos entrevistados.

A diferença entre os tipos de cajus e os tipos de cajuínas desenvolvidas, conforme as percepções dos participantes desta pesquisa, seguem sumarizadas no Quadro 20. Os resultados encontrados ratificam as informações da EMBRAPA (2017), a qual relata que o clone de cajueiro anão-precoce mais recomendado para a produção de cajuína é o CCP 076, por conter muito suco, sabor doce e pouca fibra. Logo, acredita-se que o melhoramento genético foi uma tecnologia favorável à produção da bebida, na qual espera-se a obtenção de um produto final doce (nem amargo, nem excessivamente adstringente), sendo inclusive finamente selecionado para atingir tal objetivo (Quadro 20).

O caju nativo foi mencionado como detentor de características maléficas ao produto final (caju tão adstringente que “trava”, além de ser considerado amargo; Quadro 20), enquanto o BRS foi mencionado apenas como provedor de castanhas de melhor qualidade e passível à incorporação pela indústria de transformação. Nesse contexto, é inegável inferir que o gosto original da cajuína pode ter se perdido com o tempo, uma vez que nenhum dos produtores entrevistados (incluindo a de pequena produção de cajuína sem IG) mantém o uso do fruto original na receita. Também não foi encontrado estudo que realizasse comparações entre os

distintos tipos de cajuína previstos no CET, embora denote-se que sucos mais doces são preferidos pela sociedade piauiense, dado o melhoramento genético para atingir tal objetivo.

Quadro 20 – Informações sobre os tipos de cajus observados no estudo.

<b>Tipos de cajus</b>
“O caju nativo basicamente aqui nós usa ele [sic] mais pra indústria de sucos. Ele é moído na fábrica e feito a polpa mesmo. Só a polpa e o suco concentrado. O caju nativo basicamente é isso. [...] Esse aqui é um caju que ‘trava’, amargo. [...] <i>In natura</i> o [caju] 76. Aqui é um caju doce [CCP 076]. O 76 é que é o top. [...] O caju para a cajuína, basicamente, é o caju 76, que é o precoce, que é o cajuzinho doce que dá o suco bom. O suco diferenciado. [...] A cajuína basicamente é feita só do caju 76, que tem uma qualidade diferente, que é um caju doce próprio pra ela mesmo, que é o 76 que nós conhecemos aqui. [...] Tem o [caju] BRS, que é basicamente para a produção de castanha, que tem uma castanha diferenciada. Ele é produzido mais para a indústria da amêndoia, da castanha. É um próprio para a castanha. [...] O caju deles vai para a indústria de sucos. [...] [Sobre a diferença do CCP 076 dos demais cajus] A cor. O 76 é vermelho. O 76 é vermelho, o caju da indústria é amarelo. [Sobre a mistura de cajus para produção de cajuína] Eu não conheço. Se ficar [outro tipo de caju], ela “trava”. [...]” – EB01 ( <i>Corretor de caju</i> )
<b>Valores dos cajus para produção de cajuína</b>
“É o preço mais ameno [cajus da indústria]. É o preço de 30 reais a caixa hoje, é o preço tabelado. Tanto faz ser o BRS, como o caju comum, é tudo 30 reais, que é o caju da indústria. O caju de comércio, o 76, ele hoje é 50 reais que a gente paga a caixa. [...] [Quantidade de cajus por caixa] A base de 180 cajus.” – EB01 ( <i>Corretor de caju</i> )
<b>Usos de cajus na produção de cajuínas</b>
“O 76, predominantemente o 76 e um pouco de mistura do BRS. [...] O que a gente observa é que a cajuína do Piauí, onde tem IG, a cajuína se torna um pouco diferente, digamos assim, um pouco mais específica. Aqui a gente tem praticamente uma única variedade de caju, que é o CCP76. Pouquíssima questão do BRS. Algumas regiões tem. Então isso torna a cajuína um doce mais forte, mais apurado, que fica bem mais característico da nossa região. Eu acho que isso é um diferencial da cajuína daqui. Se você for pegar, por exemplo, a cajuína por exemplo, falando de outro estado, aqui do Ceará, a cajuína do Ceará pode ser a mesma variedade que a cajuína utilizada, a mesma variedade, mas porém [sic] a cajuína não tem o brix que tem aqui. É uma cajuína que não fica tão docinha como a daqui, é uma cajuína que tem aquela sensação, aquele aspecto, mesmo que eu estou falando de uma cajuína pura, não estou falando de cajuína fraudada. Mas mesmo que a cajuína lá seja pura, a gente fica com aquele aspecto de uma cajuína mais aguada, uma cajuína mais fraca, digamos assim. A região, essa região aqui, onde se concentra o maior polo produtor de cajuína, é uma cajuína que a gente tem um sabor mais forte. [...] Não só a variedade, mas o clima também. O clima da nossa região, por ser o clima mais quente e seco, ele deixa o caju com o brix mais acentuado, o doce do caju mais forte, e uma acidez, muitas vezes uma acidez menor.” – B02 ( <i>Produtor</i> )
“Exclusivamente [CCP 76]. O caju 76 da nossa da região, ele tem mais doce, que é o brix, ele tem mais brix e não tem a adstringência. Então, é um produto excelente.” – B03 ( <i>Produtor</i> )
“Caju precoce [CCP 76], como nós chamamos aqui.” – EB02 ( <i>Pequena produtora de cajuína sem IG</i> )
“Olha, hoje eu posso afirmar que praticamente 100% da cajuína é produzida de caju anão precoce [CCP 76]. O 76 predomina. Mas o <i>blend</i> é uma coisa que também é muito forte. Então assim, a mistura de 76 com outros cajus geralmente dá hoje uma marca mais forte na cajuína.” – B05 ( <i>Representante do CR</i> )
<b>Seleção dos cajus</b>
“Já vem selecionado. Nós compramos de produtores já escolhidos pela empresa.” – B03 ( <i>Produtor</i> )
“Na verdade, assim, o caju ele é colhido, né? Aí quando a gente vai fazer o descastanhamento, a gente já faz ali uma seleção prévia, né? Aquele caju que não serve para a fabricação de cajuína a gente já tira. A fabricação de cajuína, é um pouco diferente do suco, né? Um suco, um suco integral, ele pega mais qualquer tipo de caju. Na cajuína não, por exemplo, o caju verde ele não entra, o caju, digamos que ele já passou, né? Já entrando ali na fermentação, também não entra, porque você já pode danificar o produto, pode deixar o produto com características diferentes, de cor e sabor.” – B02 ( <i>Produtor</i> )
“A gente recebe o caju e tem que higienizar, né? Lava bem, lavadinho. Vai selecionar, tira o verde, tira o estragado. E vai pra máquina, pra moer [sic]. Depois, vai pras [sic] caixas, pros suco [sic]. Você usa uma gelatina que é pra clarificar o suco, sabe? Só pra clarificar mesmo. Não é produto pra... pra alterar o sabor, nem nada não. Só pra clarificar o suco. Aí vai pros filtros. Dos filtros é que vem com engarrafamento. Engarrafa, tampa, tudo manual aqui, e vai pras [sic] caldeiras. Pra dar a cor normal, né? Aí, de lá, uma hora e meia, duas horas, fica pronta.” – EB02 ( <i>Pequena produtora de cajuína sem IG</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Com a análise das respostas do Quadro 20, é possível inferir que a escolha do caju coadjuvante ao processo seja por não possuir as características negativas à produção da cajuína de forma tão intensa quanto o caju nativo apresenta. É oportuno frisar que o CET concede a mistura de outros cajus (que não o CCP 076 nem o nativo), em até 20%, visando estimular a redução do risco de pragas (Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Piauí, 2014). Ressalta-se que, segundo o representante do CR, a mistura do CCP 076 com outros cajus pode favorecer o desenvolvimento de um produto mais forte no mercado (Quadro 20). A Figura 18 apresenta os cajus mencionados pelos produtores na constituição de suas cajuínas.

Figura 18 – Caju nativo, CCP 076 e BRS 226.



Fonte: Autoria própria (2025). Dados: relatos do corretor de cajus e do produtor de cajuína entrevistados.

Destarte, é possível que o acréscimo de outros cajus que não os explicitamente citados no CET favoreça a elaboração de cajuínas com atributos mais diferenciados. Por exemplo, o acréscimo do BRS seria capaz de reduzir o gosto doce e elevar a adstringência da bebida, este último atributo quase imperceptível nas cajuínas elaboradas exclusivamente com o CCP 076. Estudos nesse sentido podem ampliar o desenvolvimento de novos produtos à base de cajuína ou promover alguma marca da bebida com IG, com diferencial de mercado.

### **5.2.2 O processo de decisão de compra da cajuína: considerações sobre gastronomia, IG e tecnologia, sob o viés das ciências gastronômicas**

Além de *blends* de caju, a produção de cajuína pode apresentar variações em relação às práticas de processamento aplicadas, que refletem no processo de decisão de compra (Quadro 21). Para além das entrevistas, nos locais visitados no Piauí, verificou-se uma grande variedade de tipos e de portes de empreendimentos do setor de A&B com acesso ao produto, aproximando-o do consumidor final. Cajuínas estão presentes em mercados, empórios, bares e restaurantes (locais e turísticos). Porém, não houve versatilidade do produto nos cardápios (restauração), que em geral apresenta uma única marca à disposição. Embora os profissionais

da gastronomia participantes da pesquisa tenham mencionado o uso de cajuína em outras preparações (principalmente coquetéis/drinks, mas também compondo molhos), verificou-se que as mesmas estão, de forma genérica, restritas a cardápios sazonais e/ou a eventos temáticos, nesse último caso, de acordo com o trabalho de consultoria desenvolvido pelos profissionais.

Quadro 21 – Critérios de escolha e uso da cajuína na gastronomia.

Critério de escolha da cajuína
“O principal [...], se não tem adição de açúcar, porque é o suco do caju clarificado, então no processo de cocção ele já puxa todos os doces. Então se tem adição de açúcar, esse processo provavelmente é reduzido, não é tão artesanal assim. Geralmente, eu tenho preferências por produções menores porque a gente sabe que é super controlado, o sabor é diferenciado, tem algumas fazendas que fazem e a gente faz esse consumo. [...] Ela precisa estar bem dourada, pra ter passado pelo processo de cocção correto, que geralmente ela é transparente, ela é cristalina. No processo de cocção ela vai dourar, vai caramelizar todos os açúcares, e aí se ela for muito branquinha, esse processo não foi feito completamente. Então acho que a gente tem esses parâmetros aí pra escolher.” – B04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Eu vou muito pelo mais natural possível. Tem uns que tem um amargozinho, tem uma acidez. Eu procuro mais é que tá menos, que seja mais docinho, que seja mais claro. Eu gosto muito quando é bem claro. Mais claro, melhor. Pelo menos pra mim.” – B06 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“É o paladar do cliente. Tudo que indica a nossa compra é o paladar do cliente. A gente compra de acordo com o que o cliente demanda. [...] Geralmente as que nós compramos são menos doces [...].” – B08 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Eu vou também por esse caminho, de ser um produto mais saudável. Tem açúcar, mas o açúcar é da própria fruta, então eu vou mais por esse caminho. Sempre procuro uma cajuína que não tenha conservantes, porque a partir do momento que a indústria traz essa ideia de conservante para a bebida, para a bebida durar mais, ou para exportação, para vender para outros estados, ela perde em qualidade, em sabor. Olha, a cajuína da [nome do empreendimento], que é a cajuína [marca da cajuína], ela é uma cajuína que ela é feita, ela tem um processo produtivo muito controlado e bem definido. O primeiro ponto é a matéria-prima, então assim, a cajuína do início da safra, a cajuína do meio da safra e a cajuína que é feita pro final da safra do caju, ela tem diferenças muito perceptíveis, né? No paladar da pessoa. Então a cajuína do início da safra, ela é a cajuína mais... O pessoal fala que é aguada, né? Então ela tem menos sabor. Ela é a cajuína mais fraca. A cajuína do meio da safra é a cajuína mais... A ideal que tem, a melhor que tem. Tem mais qualidade. E a cajuína do final é a cajuína que geralmente ela é mais escura, né? Porque ela exige um processo de pasteurização maior. Então assim, a cajuína da [marca da cajuína] é uma cajuína que eles prezam para o meio da safra do caju, para pegar um caju melhor, que tenha mais sabor. E ela é uma cajuína que é controlada a pasteurização porque ela não pode ficar muito escura e nem muito clara, ela tem que ficar ao meio termo ali, a cor dela. Porque quanto mais escura ela for, mais doce a cajuína vai ser, vai ser mais adocicado no sabor. e ela vai ter menos propriedades nutritivas, então ela vai ter menos vitamina C. [...] Então a nossa cajuína é pautada nisso, nesse processo produtivo e nesse caju de qualidade, pra gente não perder o sabor, a característica, né?” – B09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
Preparações com cajuína
“Sim, eu gosto muito de fazer algumas finalizações com melado de cajuína, então a gente faz essa redução de cajuína de diversas maneiras possíveis, em diversos tons. [...] Tem um prato que a gente faz [...] que é a carne de sol de filé mignon com molho roti de cajuína. Então, a gente faz a base do molho de carne com o saborzinho adocicado da cajuína. [...] A gente tem aqui, em Terezina, sorvete de cajuína. Então a gente consegue usar ela bastante desde pratos salgados até pratos doces também.” – B04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“[...] Mas eu também tenho o meu drink, que é [...] um drink que eu ganhei nacional, ganhei regional, fui participar da nacional em Macapá, no Festival de Chefes, que a gente também tá muito saindo do meu cardápio. Tem a mistura de cajuína, caju, aí tem a espuma de buriti. A gente fez bem regional, com cachaça. [...] Eu tenho essa nossa espuma de cajuína [...] que vai no drink.” – B06 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Tem a cachaça, que é a [nome da cachaça]. Ela é uma cachaça que é 20% álcool. Ela é feita com a cajuína. Eu tenho ela na categoria premium, que é 20%, ela é mais suave. E tenho ela na categoria extraforte, que é 33% de álcool, ela é um pouco mais forte. Então tenho esses dois produtos que são feitos diretamente da cajuína. [...] Veio a ideia da cebola caramelizada com cajuína [no outro estabelecimento], que é outro produto regional nosso. Pegando ali a parte do hambúrguer, aquelas referências do hambúrguer, cebola caramelizada e tudo mais. E aí nós criamos, na verdade não criamos, nós desenvolvemos, que já existia já, e nós só desenvolvemos o produto baseado nessas ideias que eu já tinha.” – B09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Observa-se que as intensidades da cor e do dulçor do produto são os requisitos sensoriais mais avaliados no processo de decisão de compra e, em grande parte, no desenvolvimento de novos produtos derivados da cajuína. Conforme os respondentes, esses dois parâmetros estão totalmente relacionados à seleção de cajus, manejo da safra e, principalmente, o processamento térmico aplicado ao produto, que repercute em distintos graus de caramelização (Quadro 21). A Figura 19 apresenta matizes de coloração das cajuínas com IG analisadas nesta pesquisa.

Figura 19 – Cajuínas com registro de IG.



Fonte: Autoria própria (2025).

A caramelização representa um conjunto de reações químicas que ocorre quando o açúcar é aquecido a uma temperatura em que suas moléculas começam a se decompor. Quanto mais o açúcar é aquecido, mais se torna escuro e amargo e, ao longo do desencadeamento desse processo, há perdas de nutrientes, como a redução dos teores de vitamina C. Em estudo sobre a relação do tempo de cocção da cajuína, observou-se que a duração de 2 horas seria o tempo mais adequado ao processo (perda de aproximadamente 29% de vitamina C), tempo em conformidade com aquele indicado pela Circular nº 29 da EMBRAPA, que recomenda o banho-maria entre 2 a 3 horas (Mcgee, 2014; Nascimento et al., 2003; EMBRAPA, 2009). Vale ressaltar que a vitamina C é um dos parâmetros analisados para identificar o PIQ do produto, sendo importante estabelecer o binômio tempo x temperatura ideal para garantir o cumprimento dessa determinação no processo produtivo (Brasil, 2000b).

Assim como a vitamina C, outros critérios de saudabilidade intrínsecos à bebida favorecem sua promoção, como a não adição de açúcares. Enquanto no passado a concorrência com o refrigerante prejudicou a produção de cajuína, na atualidade, suas características

naturalmente estabelecidas tem potencial de ampliação crescente no mercado, que valoriza tais qualidades, em detrimento de congêneres ultraprocessados.

Além disso, conforme historicamente vem ocorrendo, outros procedimentos tecnológicos podem vir a se somar ao produto, que de forma culturalmente estabelecida tende a absorver sem conflito as inovações. Como exemplo, tem-se a substituição de gelatina de origem animal por alternativas vegetais na clarificação do produto, o que pode potencializar a agregação de um novo público, o de vegetarianos estritos e veganos, desde que esta prática seja avaliada como adequada junto ao CR, com clara correspondência no CET. Em entrevista, o representante do CR informou que algumas marcas já estão visando esse mercado.

Ribeiro e Veloso (2011) corroboram com essa percepção. Em sua pesquisa sobre a tradição da cajuína, verificaram uma grande variedade de inventos utilizados por cada família produtora da bebida (como prensas, moinhos, filtros, tonéis, máquinas de lavagem e envasamento). Sendo esses um elemento de valorização social (atitude de orgulho e referências meritosas a quem as introduziu), tais autoras acreditam que a inventividade pode ser considerada como uma importante contribuição ao processo de identidade regional da bebida (Ribeiro; Veloso, 2011).

Dessa forma, infere-se que inovações tecnológicas têm um espaço privilegiado na construção social dessa bebida tradicional, sendo o melhoramento genético, por exemplo, facilmente incorporado nas práticas alimentares culturalmente estabelecidas, muito provavelmente em prol do requinte gastronômico esperado ao produto final. Nessa mesma lógica, paga-se a mais (inclusive os pequenos produtores), para se obter um produto de melhor qualidade, não se observando grandes diferenças entre os valores praticados pelos distintos produtores no mercado, sejam responsáveis pela elaboração de cajuínas com ou sem IG, seja de porte semi-industrial ou de produção caseira (Quadro 22).

Quadro 22 – Características das cajuínas analisadas.

Unidade produtora	Característica da unidade produtora	Características das embalagens do produto	Tipo de venda	Valor (R\$)
FABCAJU01	Semi-industrial	Comercializada em fardos contendo 12 garrafas de 500 mL cada. Cajuína mista.	Atacado	70,00
			Varejo	73,00
FABCAJU02	Semi-industrial	Comercializadas em fardos contendo 12 garrafas de 500 mL cada. Cajuína mista.	Atacado	63,00
			Varejo	70,00
FABCAJU03 <sup>a</sup>	Semi-industrial	Comercializada em fardos contendo 12 garrafas de 330 mL ou 500 mL cada. Selo 100% natural.	Atacado <sup>c</sup>	70,00
			Varejo <sup>c</sup>	80,00
			Atacado <sup>d</sup>	60,00
			Varejo <sup>d</sup>	70,00
PROCASJU01 <sup>b</sup>	Produção caseira	Comercializada em fardos contendo 12 garrafas de 500 mL cada.	Atacado	65,00
			Varejo	70,00

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Este produtor não participou da entrevista, embora tenha permitido tal registro na pesquisa. <sup>b</sup>Produção caseira de cajuína desenvolvida por uma pequena produtora de cajuína sem IG. <sup>c</sup>Garrafas de 500 mL; <sup>d</sup>Garrafas de 330 mL. Dados: Observações de campo e relato dos entrevistados.

### 5.2.3 Retomada das ações pós-IG com enfoque na operacionalização do signo distintivo do produto

Embora considere-se que as inovações, de forma geral, tiveram livre acesso para transitar e se consolidar na IG Piauí, paradoxalmente os produtos registrados nunca avançaram em relação ao uso do signo distintivo, recurso que poderia contribuir para mais agregação de valor da cajuína. As observações sobre a situação da IG antes e após o registro oficial, o uso do signo distintivo e a visibilidade do produto estão dispostos no Quadro 23. Observa-se que o valor agregado da cajuína já se reflete no alto preço cobrado pela bebida (em relação aos refrigerantes, por exemplo), e que pode se elevar ainda mais após a consolidação prevista na retomada da gestão das atividades pós-IG. Acredita-se que essa situação, se estabelecida, pode fazer com que a cajuína volte a ocupar o *status* de bebida da elite, afastando-a de outras camadas da população, que contribuíram para a sua produção e prestígio gastronômico e cultural.

Quadro 23 – Principais informações sobre a retomada das ações pós-IG.

<b>Relação antes e depois da IG</b>
“É, na verdade assim, não é que ela mudou, mas na verdade ela nos ajudou a padronizar e não sair. A gente manter o nosso padrão de qualidade, manter o nosso produto com as qualidades tradicionais que a gente vinha. Nos ajudou a valorizar isso, tá? Apesar da gente ainda não estar sabendo se utilizar disso, eu acho que nós enquanto produtores, a falha maior tá nossa, não do IG. [...] Na verdade, a principal diferença não é nem isso do produto IG, é a valorização, é a visibilidade do produto. Antes dessa questão do IG, a cajuína era realmente um produto, ainda é um produto quase regional, porém não tinha a visibilidade que se tem. Hoje o IG deu uma visibilidade grande, hoje a gente tem visitas, como a de vocês, pesquisas de várias outras instituições, de várias outras regiões vindo conhecer a cajuína por conta dessa questão do IG. [...] Muita gente não sabe o que é cajuína, de onde é, o que é que é feito, e veio descobrir depois essa questão do IG.” – B02 (Produtor)
<b>Retomada das ações em prol da IG e inclusão do signo distintivo no rótulo do produto</b>
“[...] Foi criada uma associação há 12 anos atrás, que é a PROCAJUÍNA, que é a associação que ficaria responsável pela condução do selo de Indicação Geográfica e pela condução do IG. Infelizmente, essa associação praticamente ficou adormecida durante esse período e agora, o ano passado, a gente conseguiu revitalizar essa associação, conseguimos revitalizar ela, colocar um novo quadro social. E aí pessoas que realmente querem potencializar e se usufruir dos benefícios que esse selo pode trazer. Então assim, isso é um lado positivo. [...] Porque uma das coisas que dificultava era porque o selo que a gente usava na época era um selo à parte do rótulo. À parte do rótulo e isso aí ninguém queria ter um trabalho a mais, ninguém queria ter um custo a mais. E hoje a associação, a gente reuniu em assembleia e decidimos que o selo hoje vai fazer parte do rótulo. E isso aí, cada um vai contribuir com isso. E a empresa que quiser fazer isso vai ser auditada pela PROCAJUÍNA, pra gente saber se ela tá mantendo os padrões de qualidade, se ela tá mantendo os padrões de produção da cajuína como realmente ela é.” – B02 (Produtor)
“[...] O comitê gestor foi montado recentemente. Na verdade, a gente tem um ano e pouco como [...] comitê gestor [...] formado por 4 membros da PROCAJUÍNA e 2 membros externos. Foi montado recentemente para autorizar pela primeira vez em 10 anos o uso do selo, agora na safra 2024. [...] Está sendo uma experiência nova pra [sic] nós, é a primeira vez, é a primeira safra 2024 que está rodando o selo da IG. [...] Então, a gente ainda vai avaliar o que ele vai ter de referência a nível nacional e a nível internacional. [...] Na verdade, os 12 membros hoje da PROCAJUÍNA são pessoas que estão reconstituindo essa associação no compromisso de manter essa qualidade. Então, todos têm esse compromisso. [...] Por enquanto tem 5 produtores que vão fazer utilização desse ano [do signo distintivo], mas a tendência é que os 12 utilizem.” – B05 (Representante do CR)
<b>Valor agregado e aumento da visibilidade da IG</b>
“[...] A partir do momento que você valoriza uma coisa que é dos pequenos produtores, por exemplo, se você tem um produto que antes era comercializado por “x” e hoje é comercializado, depois do IG, ele é comercializado por “x” mais “y”, automaticamente, claro, você está beneficiando, sim, o pequeno produtor. E olha que a gente ainda não está se usufruindo disso como deve ser. Essa valorização, dá-se mesmo só pela busca, pelo aumento do consumo, depois da cajuína se tornar conhecida por conta do IG. A partir do momento que a gente colocar esse selo mesmo em prática, colocar esse selo que todos os produtos, todas as pessoas que fazem parte da produção da PROCAJUÍNA, tiverem auditado, acompanhado, tiverem usando o selo, produto com identidade geográfica e tal, eu acredito que essa valorização vai ser ainda maior. [...] Aumentou um pouquinho [o preço]. E o que eu estou querendo te dizer é que ele vai aumentar mais. Vai aumentar mais. Por exemplo, hoje a cajuína teve um aumento no preço, aumento de consumo também e eu acho que ele ainda vai aumentar um pouquinho quando esse selo começar a rodar, que algumas pessoas identificarem ela, começar a ir para outras regiões. Outras pessoas identificar o que é realmente o selo, pessoas que realmente conhecem, vai ver que ela tende ainda a ser mais valorizada.” – B02 (Produtor)
“[...] Falta um pouco de divulgação e conhecimento. Então, assim, aqui as pessoas amam cajuína. Todo mundo, todo piauiense, todo teresinense, quando recebe, quer servir uma cajuína. Mas não existe uma divulgação maciça do que é um selo de Indicação Geográfica. Não existe nenhuma divulgação. Então a gente já tá, tipo... pleiteando isso junto ao Governo do Estado e pleiteando isso junto ao SEBRAE, que todas as feiras que o SEBRAE promova, [...] agora a Secretaria de Turismo também já visitou [...], que estejam divulgando que o Piauí tem o IG da cajuína, e a cajuína é patrimônio histórico também.” – B05 (Representante do CR)

Fonte: Autoria própria (2025).

Na IG Piauí, vale ressaltar que as ações vinculadas ao registro foram interrompidas tão logo ocorreu sua concessão pelo INPI, realidade que impossibilita uma avaliação mais aprofundada sobre o impacto da IG junto aos produtores. Conforme mencionado no Quadro 23,

a retomada do uso do signo estava prevista para a safra de 2024, à época da pesquisa de campo. De todas as cajuínas com IG coletadas para análise ( $n = 4$ ), duas tinham começado a produzir a cajuína e apenas uma continha o signo distintivo em seu rótulo. Ainda assim, a única cajuína que apresentou o signo distintivo no rótulo do produto o tinha apenas sob a perspectiva ilustrativa: ou seja, não há número de registro que permita de forma efetiva garantir a rastreabilidade do produto, permanecendo o produto susceptível à falsificação. Ou seja, embora o registro de IG seja vitalício, se não houver autorregulação, a gestão de controle (e consequentemente as medidas combate às fraudes) corre à revelia, perdendo-se a confiança no produto, mesmo sob a égide da IG, uma vez que a rastreabilidade não é alcançada na prática.

Faz-se necessário pontuar que, em 2024, a produção de cajuína ocorreu mais tarde, inviabilizando uma análise mais robusta sobre os critérios de seguimento do CET em relação aos produtos coletados. Também é oportuno relatar que as outras cajuínas desta safra ainda não tinham começado a serem produzidas ou estavam aguardando a nova tiragem do rótulo contendo o signo distintivo, utilizando temporariamente o rótulo antigo no produto. Nesse contexto, em relação aos itens obrigatórios, destaca-se que os rótulos de todas as cajuínas com IG analisados (atuais ou antigos) foram condizentes com aqueles estabelecidos por legislação própria, em contrapartida, de todas as cajuínas analisadas, duas utilizaram outros selos de qualidade em seus rótulos, destacando sua receita natural, além de dizeres reforçando o mesmo e o alto teor de vitamina C no produto. O Quadro 24 apresenta essas informações de menção à qualidade do produto no rótulo de forma sumarizada.

Quadro 24 – Selos e informações de qualidade contidas no rótulo das cajuínas analisadas.

<b>Unidade produtora</b>	<b>Selos/informações de qualidade contidas no rótulo</b>
FABCAJU01	Selo 100% natural; signo distintivo IG.
FABCAJU02	Dizeres em destaque: “sem adição de açúcar”.
FABCAJU03	Selo 100% natural. Dizeres em destaque: “fonte de vitamina C”.
PROCASJU01 <sup>a</sup>	NA <sup>b</sup>

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Produção caseira de cajuína desenvolvida por uma pequena produtora de cajuína sem IG. <sup>b</sup>Não se aplica.

Em contrapartida, nenhuma das cajuínas com IG analisadas continha outras especificações determinadas pelo CET, notadamente a de que tipo de cajuína trata-se (se de caju nativo, mista ou de caju CCP 076), bem como a extensa qualificação sensorial da bebida (incluindo a temperatura ideal para degustação e o melhor período para consumo, após a data de fabricação). No CET do produto, prevê-se ainda o duplo registro, ou seja, além do rótulo individual, o mesmo deveria vir também anexado à embalagem secundária presente no fardo de cajuína, logo é possível que o relato do respondente (selo à parte do rótulo; Quadro 24) pode ter relação com esse quesito, uma vez que essa pesquisadora desconheceu a prática outrora

utilizada e atualmente extinta (Regulamento de Uso da Indicação de Procedência Piauí, 2014). Considera-se que o excesso de informação pode culminar na dificuldade de operacionalização e logística na rotina de controle da IG, especialmente na produção artesanal.

Além disso, acredita-se que a especificação no rótulo do tipo de cajuína e consequentemente o tipo de caju utilizado pode trazer confusão ao consumidor final, pela pouca familiaridade com o tema. Podem supor, por exemplo, que se trata de um produto transgênico, quando na verdade é uma clonagem. De forma prática, a transgenia consiste em inserir ou modificar genes específicos de um organismo, enquanto a clonagem replica geneticamente uma espécie inteira, podendo ou não envolver alterações direcionadas para o melhoramento de certas características. A clonagem pode ocorrer naturalmente ou contar com a interferência do homem, sendo esse último o caso aplicado, visando melhoria da produtividade e maior aproveitamento do fruto (Costa; Borem, 2010).

#### **5.2.4 Principais gargalos no processamento da cajuína em relação ao CET e às normativas complementares vigentes**

Além da rotulagem, outras questões previstas no CET e normativas relacionadas não eram cumpridas. Embora trate-se pouco do fluxograma de produção da cajuína no CET, uma vez que essa questão é induzida nesse documento para consulta junto à Circular Técnica nº 29, de dezembro de 2009, emitida pela EMBRAPA (2009), há etapas que dificilmente ocorrem na unidade de produção, com destaque para a colheita e o descastanhamento.

O caju, não raro, é adquirido sem a castanha (alto valor agregado e redirecionamento para indústrias de transformação desse setor), logo esse procedimento ocorre em outro local, o que dificulta o controle desse processo. Ainda assim, os locais que recebem o caju na íntegra realizavam esse processo manualmente, sem o auxílio de fios de *nylon*, como prevê a normativa (EMBRAPA, 2009). Vale ressaltar que a grande maioria das unidades produtoras não produzia seus próprios cajus e o único produtor que também cultiva o pseudofruto em suas terras relatou complementar em pelo menos 50% a sua produção com compra de cajus extras, para conseguir atender à demanda da cajuína. Esse dado ressalta a necessidade em se realizar a higienização e a seleção de forma criteriosa na unidade de produção da cajuína, bem como revisar o CET prevendo essas possibilidades e controle de riscos associados.

Em adição, a utilização de garrafas de vidro é outro gargalo antigo, que permanece reverberando na atualidade em diferentes perspectivas. Registros nos diários de campo ratificam a escassez dessas embalagens para uso na produção da cajuína. Devido à falta do

produto no mercado, no passado, houve apoio do SEBRAE para resolução desse problema, que aparentemente permanece sem solução (Ribeiro; Veloso, 2011). Com a retomada das atividades da IG, observa-se que tanto o SEBRAE quanto o Governo do Estado têm acompanhado esse processo, o que pode ser favorável para finalmente cessar essa questão (Quadro 23).

Além disso, o CET do produto obriga a utilização de garrafas de vidro exclusivamente com a capacidade de 500mL, não sendo permitido o seu reuso. Entretanto, na pesquisa de campo, observou-se que ambas as informações não são seguidas na maioria das unidades produtivas visitadas. Uma das três unidades de produção com IG visitadas comercializava a cajuína em garrafas de 330mL (Quadro 22), enquanto a utilização exclusiva de garrafas virgens ocorreu em apenas uma delas, sob a alegação de que o tratamento térmico fragiliza o vidro e a recorrência de prejuízos econômicos devido à quebra do material na etapa de transporte ao cliente fez a empresa tomar essa decisão.

Mesmo não acompanhando o procedimento de reutilização de garrafas de vidro (etapa não contemplada no dia da visita técnica), tal processo foi relatado por dois dos três produtores de cajuína com IG visitados, sendo que as embalagens de 330 mL transpareceram marcas de reuso impressos no vidro do produto; na produção de cajuína sem IG, o processo de limpeza e reaproveitamento das embalagens foi observado em campo. Diante dessa realidade e atentando-se que, atualmente, iniciativas visando a sustentabilidade no sistema produtivo têm sido cada vez mais crescentes, com os consumidores incentivando e selecionando produtos/produtores que trabalham nessa perspectiva, o reaproveitamento da embalagem de vidro, de forma controlada, poderia ser estimulado nas unidades de produção da cajuína, desde que o procedimento seja avaliado como benéfico e seguro para o sistema e tenha o aval correspondente no CET. Para além das unidade de produção, a ocorrência do reuso de embalagens foi verificada em um dos estabelecimentos gastronômicos dos participantes entrevistados, conforme informações sumarizadas no Quadro 25.

Quadro 25 – Informações sobre questões do sistema produtivo e origem da cajuína.

<b>Utilização da garrafa no processo de produção e diferencial piauiense</b>
“A gente conhece as cajuínas cearenses, as cajuínas maranhenses. E a gente vê que o cearense, por exemplo, ele utiliza outros processos de filtragem. Eles utilizam processos de filtragem por membrana, eles fazem o banho-maria do produto ainda fora da garrafa, depois é que eles engarrafam, entendeu? Então isso compromete a qualidade do que é feito.” – B05 ( <i>Representante do CR</i> )
“[...] E a gente entende que é necessário que seja tudo muito com os critérios de higiene, né? Porque a cajuína ela é cozida ali muito aberta, então [...] Essa visita tem que ter todo um preparo [sobre visitações nas unidades de produção da cajuína].” – B07 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Reuso de garrafas de vidro</b>
“Nós temos um programa de reciclagem de garrafas. Então, o cliente que ele quiser, sempre as funcionárias têm essa orientação. Sempre que você quiser descartar a garrafa ou dar algum outro tipo de destinação, você pode trazer aqui para o quiosque, que a gente faz esse reuso, esse retorno, porque a gente usa muito vidro.” – B09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

A utilização da garrafa de vidro no processamento térmico suscita uma acirrada discussão sobre a originalidade da produção de cajuína, mas especificamente a disputa desse território entre Piauí e Ceará. Os relatos apresentados acerca dessa questão apontam certo desconhecimento sobre a prática do cozimento em banho-maria, incluindo o produto com procedência piauiense reconhecida, bem como a indicação de outras formas de processamento da bebida fora do território demarcado pela IG, com destaque para o Ceará.

Segundo Ribeiro e Veloso (2011), justamente esse advento (banho-maria em garrafas de vidro) foi o que determinou a propagação quantitativa da bebida, ratificando que a tecnologia nesta IG é um ponto favorável e não contrário à sua identidade cultural. Em contrapartida, não foi encontrada na literatura correlata informações que confirmem que o fluxograma de produção cearense é distinto do piauiense, sendo em termos de processamento térmico observado o mesmo procedimento, conforme verifica-se na pesquisa sobre o tema desenvolvida por Nascimento et al. (2003). Ademais, acrescenta-se a falta de informação disponível sobre em que momento a cajuína passou a ter seu tratamento térmico realizado em garrafas, bem como o reflexo desse procedimento para com a IG.

Complementa-se ainda que a relação conflituosa sobre a origem do produto entre Piauí e Ceará se estende à competição desse mercado, havendo uma percepção pouco assertiva sobre isso entre os maiores consumidores (em termos econômicos) do produto, os profissionais da gastronomia (sendo eles revendedores ao grande público ou consumidores finais). O único participante desse grupo social entrevistado que possuía empreendimento físico apresentou uma “cajuína” cearense no cardápio, única marca disponível, ressaltando ainda o fato de que apenas um dos profissionais desse núcleo conhecia o significado de IG (e, consequentemente, seus benefícios e representação social envolvida). O desconhecimento sobre a origem e seu valor cultural também foi ressaltado por um dos produtores da bebida, que afirmou sua impressão

sobre a pouca repercussão que o tema ainda apresenta na sociedade (Quadro 23). Além disso, com exceção dos produtores e do representante do CR, de modo geral, nas entrevistas realizadas não estavam claras as diferenças entre os produtos de origens diversas, embora o produto piauiense fosse mencionado como de qualidade superior (inclusive pelo representante que comercializava o produto cearense no seu negócio, aparentemente, sem ter conhecimento sobre a origem do próprio produto que dispunha à venda).

Para além do CET, um dos principais entraves na produção de cajuína é o período e a duração da safra dos cajus. Durante grande parte do ano, as unidades de produção ficam desativadas ou são redirecionadas para produção de outros alimentos/bebidas, dado a ausência da matéria-prima visto a sazonalidade do pseudofruto, o que restringe a cajuína no comércio local. O Quadro 26 apresenta a repercussão desta sazonalidade no mercado, incluindo a promoção da bebida no turismo.

**Quadro 26 – Informações sobre a safra dos cajus e o reflexo na produção de cajuína.**

<b>Safra de cajuína, reflexo no mercado e em ações promocionais vinculadas ao turismo</b>
“Hoje, cajuína, pra você ter ideia, eu tô [sic] com 10 anos que tenho unidade de fabricação de cajuína e eu nunca consegui fazer cajuína pra atender meus clientes. Nunca consegui. Desde 10 anos eu ainda não consegui produzir o tanto que meus clientes me pedem. Não consegui, não consegui. Porque assim, apesar da gente ter o caju, você pergunta, mas tu tem [sic] o caju, tu tem a fábrica [sic], o que que acontece? Porque cajuína é um produto um pouco complexo, né? Ela não é só você extrair o suco e vender, né? Você tem um processo de corte, de clarificação, de colocar na garrafa, de fazer o cozimento, que é essa esterilização, o cozimento, a conservação que é feito nesse banho-maria já dentro da própria garrafa. Então é garrafa de vidro, é garrafa cara, você tem um produto sazonal em que você tem seis, cinco meses para produzir e doze pra vender, ou seja, você só tem aquele <i>timezinho</i> de produção e tem doze pra vender, ou seja, você tem que ter recursos pra naquele tempo, você produzir o suficiente para estocar, para comercializar durante o ano. E aí não é todo mundo, nem é todo pequeno que tem. Tanto é que ainda são poucos os grandes que adentraram na cajuína.” – B02 ( <i>Produtor</i> )
“Estamos na entressafra e tal. E aí, o mercado ainda não tá completamente abastecido, mas em todo lugar que tu andar [sic] em Teresina, tem cajuína. [...] Teve o Festival da Cajuína há uns dois meses atrás, certo? E a IG vai agora estar na pauta o tempo todo. No ano passado, quando a gente assumiu a PROCAJUÍNA, a gente já começou com esse trabalho. Então, por exemplo, foi feito um trabalho com as 12 marcas, a gente teve um espaço só pra PROCAJUÍNA e a gente já lançou o selo ano passado. Só que como tava [sic] bem no meio da safra, não deu pra gente pegar a safra do ano passado. Então a gente resolveu pegar a safra desse ano. Por isso que foi esse ano que foi dado o <i>start</i> .” – B05 ( <i>Representante do CR</i> )
“A Secretaria de Turismo trabalha muito com promoção, então a nossa parte é muito de levar. E a nossa iniciativa é essa, levar pra fora. Por exemplo, uma reunião como essa, a gente tem um produto nosso, a gente organiza para que tenha um evento. Agora mesmo, quando a gente foi para o Rio de Janeiro, levamos todos os nossos produtos que foram possíveis e também tem um período certo de ter aqueles produtos, que a gente tem esse problema. A cajuína, por exemplo, quando a gente viajou, a gente teve dificuldade porque o produto estava em falta, porque vende muito. O rapaz [...] por exemplo, eu entrei em contato com ele e disse que nesse período aqui já tem vendido tudo. Ou seja, o desenvolvimento econômico muito forte, da cajuína e outros produtos nossos vem fazendo essa impulsão dessas pessoas que produzem.” – B07 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“Tem o Festival da Cajuína e a gente tem também essa questão de divulgar o turismo de experiência. Na safra de julho a outubro da cajuína, a gente aproveita o nosso turismo rural e coloca os nossos visitantes para visitar esses produtores. Então a gente faz esse <i>link</i> . [...] No período da safra, como eu falei, no turismo rural a gente consegue, devidamente agendado, uma quantidade mínima de visitantes dá para fazer essa visita guiada.” – B10 ( <i>Representante do Turismo</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Observa-se o esforço dos fornecedores em prover o abastecimento do produto. Sendo o mercado direcionado a atender uma demanda quase que exclusivamente interna (o próprio estado do Piauí), as estratégias lançadas têm funcionado a ponto de possibilitar a presença de cajuína nesse comércio durante todo o ano. Entretanto, seria oportuno avaliar a possibilidade da substituta processual desenvolver iniciativas em busca de investimentos externos para incentivar o aumento do plantio da matéria-prima, visando o aumento de produção.

Nesse sentido, acrescenta-se que as ações promocionais da bebida devem ser melhor articuladas junto aos produtores, contribuindo para a melhoria de renda (a partir da incorporação de atividades correlatas, como o turismo), bem como evitando problemas de visibilidade. Atrasos no lançamento de eventos de divulgação do produto em mercados promissores ainda não alcançados, são situações que precisam ser alinhadas previamente, o tanto quanto possível, em consonância com a logística da produção de cajuína, favorecendo de forma mais representativa sua difusão e efetivamente configurando-se como uma atividade de importância social para seus produtores (Quadro 26). Segundo um dos produtores entrevistados (B02), com o resíduo do caju (também conhecido popularmente como fibra, carne ou proteína de caju) é possível produzir vários alimentos, como coxinha, pastel, caldo de galinha, carne e tempero, evidenciando a perspectiva de sustentabilidade na cadeia.

### **5.2.5 A possibilidade de incorporação de outros produtos típicos para a ampliação da visibilidade e da agregação de valor ao sistema produtivo vinculado à IG Piauí**

Quanto à possibilidade de agregar mais valor à cajuína, a partir da incorporação de outros produtos do território, foram apresentados alimentos tradicionais na região que contribuem para a valorização da culinária local, junto ao consumo da cajuína. Esse levantamento, apresentado nos relatos do Quadro 27, evidencia que, mesmo a cajuína sendo no passado referida como “*a champagne do Piauí*”, consumida em um ato de degustação que a aproxima do vinho, não foi mencionado nas entrevistas nem observada na pesquisa de campo, uma relação concreta de sua harmonização com comidas (em termos práticos, comidas que melhor combinam com a bebida). Em contraposição, foi registrado no diário de campo, em situações diversas e durante toda a pesquisa que, apreciá-la gelada e em copos de vidro, perpetua-se na atualidade, como um convite para se refrescar do calor (Ribeiro; Veloso, 2011).

Quadro 27 – Produtos tradicionais da região de abrangência da IG Piauí.

<b>Produtos tradicionais do Piauí</b>
“Bom, aqui no Piauí a gente tem, além da cajuína, temos requeijão cardoso, que é um requeijão de corte, [...] que ele é da região de São Raimundo Nonato, ele só é produzido lá. [...] Capote, galinha caipira, bode, tripa, as vísceras dos animais, principalmente desses nossos regionais. Abóbora, que é muito comum no sul do estado. Pequi também, porque a gente tem um pouco, no sul a gente ainda tem cerrado. Mas o nosso pequi é bem diferente do Goiás, porque o nosso já é mais sequinho, é menor, o sabor é um pouquinho mais forte, o do Goiás é um pouco mais carnudo.” – B04 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Que a gente fala muito, ó, vamos comer uma galinha, vamos comer um capote, vamos comer uma maria isabel, nossa carne de sol, carne de sol, que é muito falada, todo lugar que chega. Ai, eu tenho que comer a carne de sol de Campo Maior. E também tem o festival de Campo Maior, tem o carneiro, tem tudo, o bode.” – B06 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“A carne de sol [...] é um produto regional. [...] O surubim, a piaba, que é do rio Poti, do rio Parnaíba. E são esses pratos regionais.” – B08 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Tem castanha, castanha do Pará, castanha do caju. A castanha do Pará é muito forte aqui também, pela proximidade geográfica com o Pará, com a região amazônica. Tem os doces, as rapaduras, que é muito forte, que vem da cana-de-açúcar, tem toda a questão também regional, da identidade, da construção da região, do estado, da cultura da cana-de-açúcar. [...] Fora isso, tem as bebidas, que são as cachaças, tem a cachaça de mel e limão, tem uma cachaça envelhecida em barril de carvalho também. É tudo feito aqui no estado. [...] Hoje o [nome do empreendimento] é 70% Piauí. 30% é produtos agregados de fora. Alguns doces vêm de fora. Doce de caju é feito aqui. Aí tem um cajuzinho cristalizado, que é um caju desidratado, cristalizado com açúcar. Ele vem do Ceará, que o Ceará é muito forte também na cultura do caju. Fora isso tem de biscoitos que vêm do Rio Grande do Norte e alguns doces pontuais que vêm da região de Pernambuco ali. De Afrânio. Alguns doces vêm de Afrânio. Uma cidade que é divisa com o Piauí aqui já. De Caruaru também. Assim, é um pouco do Nordeste, né? [...] Pratos feitos com carneiro, que é um produto também regional nosso aqui. [...] A galinha com arroz, o capote, que é a galinha d'angola, que é muito consumido aqui também. [...] Sim, a gente usa muito a carne de sol, muito regional aqui da região de Campo Maior, cidade próxima de Teresina, que é a cidade que é conhecida como a terra da carne de sol. Então a gente usa muito carne de sol, que é um produto que é muito pedido, muito comercializado aqui.” – B09 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“[Relação entre turismo e produtos tradicionais] Sim, existe. O turismo gastronômico é muito forte. As pessoas visitam o Piauí e querem tomar cajuína. Elas visitam o Piauí e querem experimentar a bomba, quer uma maria isabel. Tem o arroz de capote lá da região do cânion do rio Poti, que é famosíssimo. [...]”
“Nós temos a cachaça, temos o mel, nós temos o requeijão cardoso da região de São Raimundo Nonato. Nós temos a cachaça mangueira e a cachaça lira. Nós temos um produto que é muito nosso, que agora está fazendo muito sucesso, que é a bomba, que é um salgado típico aqui nosso.” – B07 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“A maria isabel, tá? Que aí a gente remete justamente a esse sabor da carne de sol. Nós temos a terra da carne de sol ao norte do estado, tá? No município de Campo Maior. Então a carne de sol, você pode me dizer, eu como carne de sol em vários lugares do Nordeste já. Mas aqui eu vou te levar pra comer uma carne de sol, mais de meio metro de carne, com queijo coalho em cima. pode ser até cozida já junto com o arroz.” – B10 ( <i>Representante do Turismo</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Mesmo de uma forma desassociada do consumo mútuo com a cajuína, foi citada pelos entrevistados uma grande quantidade de produtos tradicionais, sejam eles preparações ou ingredientes. Destaca-se nos relatos que o renome relacionado à origem de muitos produtos citados tem forte potencial para registro de IG, evidenciando-se principalmente as menções ao “requeijão cardoso” e à carne de sol de Campo Maior. Esse cenário pode contribuir para a promoção de estratégias de desenvolvimento territorial, a partir da apropriação de iniciativas que incentivem o estabelecimento de uma cesta de bens e serviços tradicionais da região, tendo a organização de eventos gastronômicos e de rotas turísticas como forte aliada nesse processo (Brito, 2023).

Em contrapartida, sobre a possibilidade de expansão do desenvolvimento econômico da região por meio do turismo gastronômico relacionado à cajuína e aos demais produtos tradicionais citados, observou-se que não há sustentabilidade nesse serviço. Em outras palavras, não existem rotas estabelecidas envolvendo a IG para se conhecer os processos de produção desses alimentos, conforme consta de forma mais detalhada no Quadro 28.

Quadro 28 – Dados sobre turismo gastronômico, com ênfase para a cajuína.

<b>Turismo e rotas gastronômicas no Piauí</b>
“Sim, sim, tem a Rota das Emoções, que é Piauí, Ceará e Maranhão, e dentre elas passa pelos restaurantes que tem cajuína, tem caju, tem a gastronomia, que é as galinhas [sic], a maria isabel, que é tudo que é nosso, né? Então isso é muito bom. A gente faz sempre essa rota. Áí vem as pessoas de fora e vai ter uma rota concreta que tem a rota que é de bolo. É uma coisa muito legal. Chega num restaurante maranhense e vai parar e Jericoacoara. Então tudo isso passando pelos restaurantes que tem as comidas regionais.” – B06 ( <i>Profissional da Gastronomia</i> )
“Podemos, podemos ver a produção do beiju, temos aqui, pertinho aqui da nossa capital, a casa do beiju, faz parte da nossa visita guiada, tá? Então a gente tem essa produção do beiju, produção da rapadura, tá?” – B10 ( <i>Representante do Turismo</i> )
<b>Turismo e visitação do processo de produção da cajuína</b>
“[Dados sobre turismo na região] Não tem por que a Secretaria de Turismo não tem um observatório. [...] [Turismo para conhecer processo produtivo da cajuína] Esse turismo ainda não existe de forma que possa manter uma visitação, de ter alguém lá aguardando chegar um turista para visitar. Isso ainda é muito tímido, é com um agendamento. Às vezes um informante da cidade, um informante de turismo que a gente costuma falar ou um guia de turismo, a pessoa entra em contato com ela para visitar um atrativo pontual e ele inclui dentro dessa visita. Uma passagem, por exemplo, em uma fábrica, em uma associação, em uma localidade que tem uma cajuína. Ainda não é. Áí eu estou indo pra visitar. Muitas vezes a gente inclui isso e passa a importância de se visitar e de degustar.” – B07 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“Bom, aí assim, o perfil do turista, ele é misto, tá? Atualmente eu atendo muitos grupos do eixo Rio-São Paulo e de Curitiba e de Santa Catarina também. Então assim, todos eles, eles me perguntam: é possível, nesse momento que eu tô [sic] aqui visitando, eu ter essa visão? Porque você vai, como eu te falei, da produção, do mês, da época, do agendamento, da quantidade de pessoas. Então, assim, a maioria que eu atendo, eles me perguntam. [...] Atualmente, Teresina e Piauí não têm a premissa básica do turismo social de lazer. Então, o que mais movimenta é o turismo de saúde, de feiras, negócios e eventos e o de educação também. Muita gente vem para estudar em Teresina, certo? Pessoas de outras regiões, dos arredores mais próximos.” – B10 ( <i>Representante do Turismo</i> )
“[Sobre rotas turísticas ligadas à IG] Não é divulgado. Por exemplo, você está vindo aqui falar de um jeito, você está transformando aqui um exemplo, toda de dificuldade, uma coisa de estudo e tal, de pesquisa, as pessoas às vezes um pouco difícil de se comunicarem, mas se você vier todo mundo se abre pra você. Você quer passar dois dias aqui visitando a fábrica? Você já quer visitar a roça? Você quer andar mais um pouquinho? Assim, é uma oportunidade que tem, eu acho.” – B02 ( <i>Produtor</i> )

Fonte: Autoria própria (2025).

Vale destacar que a pesquisa de campo ocorreu na área da zona rural que mais concentra as unidades de produção com IG (Pio IX) e no perímetro urbano que mais consome a cajuína com IG (Teresina). Nessa perspectiva e de acordo com o relato dos entrevistados (Quadro 28), infere-se que, de maneira geral, a cajuína está atrelada à uma imagem relacionada à paisagem citadina. Essa impressão é corroborada pelo fato da grande maioria das unidades de produção não produzirem seus próprios cajus, que são terceirizados de outras fazendas produtoras (muitas vezes com origem em outros estados), destoando o produto da paisagem que a caatinga remete.

A produção de cajus da única unidade de produção que possui cultivo de caju pode ser visualizada na Figura 20.

Figura 20 – Plantio e colheita de caju da unidade de produção que realiza o cultivo.



Fonte: Autoria própria (2025).

Tal realidade pode ser um fator negativo para o turismo gastronômico, pois o mesmo tende a se beneficiar com um ambiente mais rural do que fabril. Acrescenta-se ainda que a única unidade de produção que cultiva caju e fabrica cajuína passa uma sensação diferente das demais visitadas, justamente por esse diferencial. Investimentos no plantio de caju voltados para fomentar a produção de cajuína, integrada à área de produção da bebida, poderiam favorecer o sistema produtivo com resultados benéficos não apenas para a produção em si, mas também para a propagação dessa tradição, ao integrar escolas, universidades, população envolvida com a produção e serviços turísticos de base comunitária.

Porém, é oportuno citar que há um movimento sendo iniciado nesse sentido, a partir da venda de coprodutos do caju (além da cajuína) verificada em todas as unidades produtoras visitadas, iniciativa que tende a agregar mais valor à cadeia produtiva e movimentar a economia da região. Embora em uma delas comercializava-se apenas sucos e cajuína (sem consumo local), as demais vendiam uma grande variedade de doces (incluindo compotas, rapaduras, doces cristalizados, melaço), bebidas alcoólicas (como cachaças e licores) e castanhas (inteiras, quebradas, caramelizadas, salgadas, sem sal) para aquisição e consumo imediato, com produção na própria fábrica ou procedente de outros produtores artesanais locais.

Ademais, a unidade visitada que também cultiva cajus apresenta sua loja de produtos em frente à fábrica da cajuína, com uma fachada bastante atraente, assim como a outra unidade com venda local apresentou a mesma configuração (porém sem plantio de cajus), o que pode suscitar o início de investimento para atendimento ao turista (Figura 21). Ambas as unidades

de produção apresentavam ainda localização de fácil acesso, tangenciando-se à rodovia ou encontrando-se na avenida principal do município.

Figura 21 – Fachadas dos empreendimentos gastronômicos abertos ao público vinculados às unidades de produção de cajuína com IG visitadas.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: Letreiros foram desfocados.

Entretanto, vale ressaltar que a conexão com a internet não tinha boa qualidade, os locais não estavam bem georreferenciados nos aplicativos de localização, sendo necessário parar algumas vezes durante o percurso para perguntar aos transeuntes indicações mais precisas das unidades de produção. Ainda assim, ratifica-se que há um esforço empenhado para o turismo vinculado à cajuína pelos produtores e pelos agentes de turismo (Quadro 28). Destarte, acredita-se que, embora a IG Piauí ainda tenha um longo percurso para estabelecer o turismo na região, visando o uso e promoção da cajuína com IG, o produto protegido pelo registro tem vasta capilaridade e grande potencial de crescimento no mercado, visão de negócio que tem sido despertada nos produtores da bebida.

### **5.3 Compilação das abordagens da Gastronomia Tradicional sob o enfoque da dialética entre tradição e inovação**

Embora no panorama da IG Piauí a relação entre tradição e inovação evidencie uma aparente condescendência entre as partes, na realidade, ao longo da análise, evidencia-se um projeto de recriação da tradição, no qual o elemento central é o estabelecimento de um gosto globalmente aceito. É indiscutível a força cultural da cajuína entre os povos originários e na sociedade piauiense atual. Entretanto, observa-se um empenho político-institucional, historicamente contextualizado, em emplacar a bebida. Isso deve-se ao reconhecimento do seu

potencial de vendas além do território de origem, consoante à tendência mundial na qual a busca pelo saudável torna-se uma constante nos anseios de estabelecimento e manutenção da qualidade de vida das populações.

Ressalta-se que a cajuína é um coproducto resultante do plantio do caju, tendo em vista seu processamento para obtenção da castanha, produto de maior retorno financeiro. Considerando a sazonalidade desse cultivo, o melhoramento genético tornou-se viável economicamente ao se visar o aproveitamento integral dos frutos do cajueiro (fruto e pseudofruto), sendo a produção de cajuína não apenas melhor vislumbrada (dado seu valor agregado e diferencial no mercado de bebidas similares), como resgatada nesse processo.

Não é à toa que os dados mais significativos sobre os aspectos histórico-culturais da cajuína estão relacionados ao período de modernização, que em contrapartida repercutiu na provável perda do sabor original do produto. Este fato corrobora com Reisman (2022), que denunciou a derrubada da autenticidade da IG Jijona e da IG *turrón* de Alicante (*turrones* valencianos, Espanha), quando no processo de fabricação do produto, passou-se a preterir o uso das amêndoas originais, em detrimento de amêndoas exportadas, por conta do seu sabor padronizado. As amêndoas espanholas tinham como efeito adverso o amargor, o qual era relacionado ao uso de variedades e de técnicas agrícolas tradicionalmente circunscritas.

Culturalmente, a prática de identificar na boca a amêndoam amarga e cuspi-la tal qual um caroço de azeitona ou até mesmo acreditar que algumas amêndoas amargas misturadas ao *turrón* lhe conferiam um sabor mais autêntico ou melhor do que as de outras origens, o uso das amêndoas espanholas foi completamente extinto do processo de elaboração desse produto. Na perspectiva de alcance de um mercado maior, considerando que compradores de outras regiões (sem cultura histórica relacionada) se acostumaram à uniformidade e à garantia de ausência de amargor, a substituição por amêndoas californianas foi realizada. Atualmente, a Califórnia produz mais de 80% de todas as amêndoas do planeta, enquanto na Espanha, esse episódio levou ao abandono das amendoeiras pelos seus produtores, o que impactou significativa e negativamente na paisagem da região (Reisman, 2022).

Essa questão aponta para duas dissidências que se faz necessário pontuar. A primeira é a da globalização do gosto, apresentada por vários autores ilustres, como Bourdie (2007) e Bauman (2001). Embora não trate diretamente da globalização, Bourdieu (2007) relata sobre a construção social do gosto e sua transformação influenciada por processos globais, enquanto Bauman (2001) discute como a globalização afeta práticas culturais e escolhas de consumo, incluindo a alimentação.

Na cajuína, Ribeiro e Veloso (2011) relatam que, enquanto produtores e técnicos extensionistas ressaltam que, no passado, cada pequeno produtor tinha seu próprio critério de qualidade e sabor característicos, os esforços do SEBRAE em padronizar a cor e o sabor da bebida visando a ampliação do mercado, promoveram a reinvenção desse cenário, o qual é contrário à ideia de diferenciação e peculiaridade que cada família, cada produtor proporcionava com a elaboração de seus produtos. Logo, acredita-se que essa mudança de sabores ao longo do tempo, buscando-se um padrão universalmente aceito, é capaz de afetar de forma significativa a lógica das práticas alimentares, globais e/ou locais, culminando, portanto, na padronização da tradição.

Dessa forma, observa-se que a ideia de tradição pode ser facilmente moldável, a fim de se atingir o interesse ou conveniência de um grupo que, quando dominante, triunfa nesse propósito e quando não, é excluído (Reisman, 2022). Na IG cajuína, é possível que ao longo desse processo, a extinção dos pequenos produtores (destacadamente as antigas senhoras da elite produtoras de cajuína e seus empregados domésticos) deu lugar a empresários com capital para investir em um processo de produção semi-industrial, estrutura capaz de reproduzir o sabor padronizado desejado. Essa realidade é ainda mais contrastante quando verificada a existência de pequenos produtores sem IG, que pouco ou nada sabem sobre esse tipo de proteção.

A outra questão dissidente é sobre o gosto amargo e a adstringência, atributos reduzidos e/ou eliminados com a clonagem. Na natureza, a percepção do amargor tem relação com a presença de toxinas ou fatores de proteção natural de plantas, o que evita que os animais a consumam. De forma correlata, a sensação tátil adstringente também tem relação com a defesa química do reino vegetal. Entretanto, ao passo que a maioria dos sabores perde sua intensidade com a repetição das doses, no caso da adstringência, a sensação torna-se mais proeminente a cada exposição. Embora ambos possam ser desejáveis em preparações gastronômicas, tendem a ser preteridos por outros gostos ou sensações, como o doce e o salgado (Mcgee, 2014; Klosser, 2013).

Dessa forma, não raro o melhoramento genético atua nesse sentido, ou seja, eliminando ou reduzindo características indesejáveis de determinadas frutas e hortaliças. Essa realidade contribui para o reconhecimento e/ou sistematização de sabores, conhecimento cada vez mais útil para a compreensão das padronizações das sensações relativas ao gosto em contextos globalizados, o que favorece a indústria alimentícia, incluindo-se a gastronomia (Klosser, 2013).

Por outro lado, enquanto Reisman (2022) apresenta a exclusão de produtores de amêndoas nas IG dos *turrones* valencianos, a “adequação” da cajuína ao gosto globalmente

aceito pode vir a promover o estreitamento do vínculo com a paisagem. Ao serem estimulados a mais plantios de cajueiros em área integrada à unidade de produção da cajuína, é possível o estabelecimento de uma nova relação com a bebida, o que pode provocar a reconstrução da atual paisagem alimentar associada à IG.

Esse cenário retrata a existência do glocal: a utilização de tendências globais concomitante ao aproveitamento da base cultural e das identidades locais, gerando implicações em diversos setores. Assim, entre outras consequências, aumentam-se as possibilidades de transformação dessas mesmas culturas e identidades locais em *commodities*. Nas IG, a credibilidade e a confiança em produtos de *terroir* é capaz de reforçar a geração desses nichos de mercado, que podem ser apropriados pelo turismo (notadamente o gastronômico), enaltecendo assim o valor comercial vinculado ao apelo cultural, a valorização e a distinção de produtos territorializados (Coelho-Costa, 2019).

Nesse contexto, a despeito das constantes inovações tecnológicas incorporadas no desenvolvimento da IG Piauí, a manutenção do filtro de pano parece se impor muito mais como uma justificativa social prática quanto à manutenção da artesanalidade da cajuína do que como um símbolo de resistência à modernização. Nesta pesquisa, a relação dos consumidores com o caráter artesanal da bebida se deu pela variação da coloração da mesma, consequentemente pelo tempo de processamento térmico. Embora se reconheça o grau de tecnologia vinculado ao cozimento da bebida em garrafas de vidro, ainda não foram apresentados na literatura correlata o momento e os motivos relacionados ao processo. Utilizando-se as reflexões de Veloso (2006), acredita-se que o apego ao filtro de pano pode, na realidade, ou representar uma densidade simbólica específica, resultado de sua produção eminentemente coletiva (o que diferencia o patrimônio culinário de outras mercadorias), ou simplesmente ser um “fetiche”, forjado como escudo para contornar o alto grau de tecnicidade atualmente aplicado à produção de cajuína.

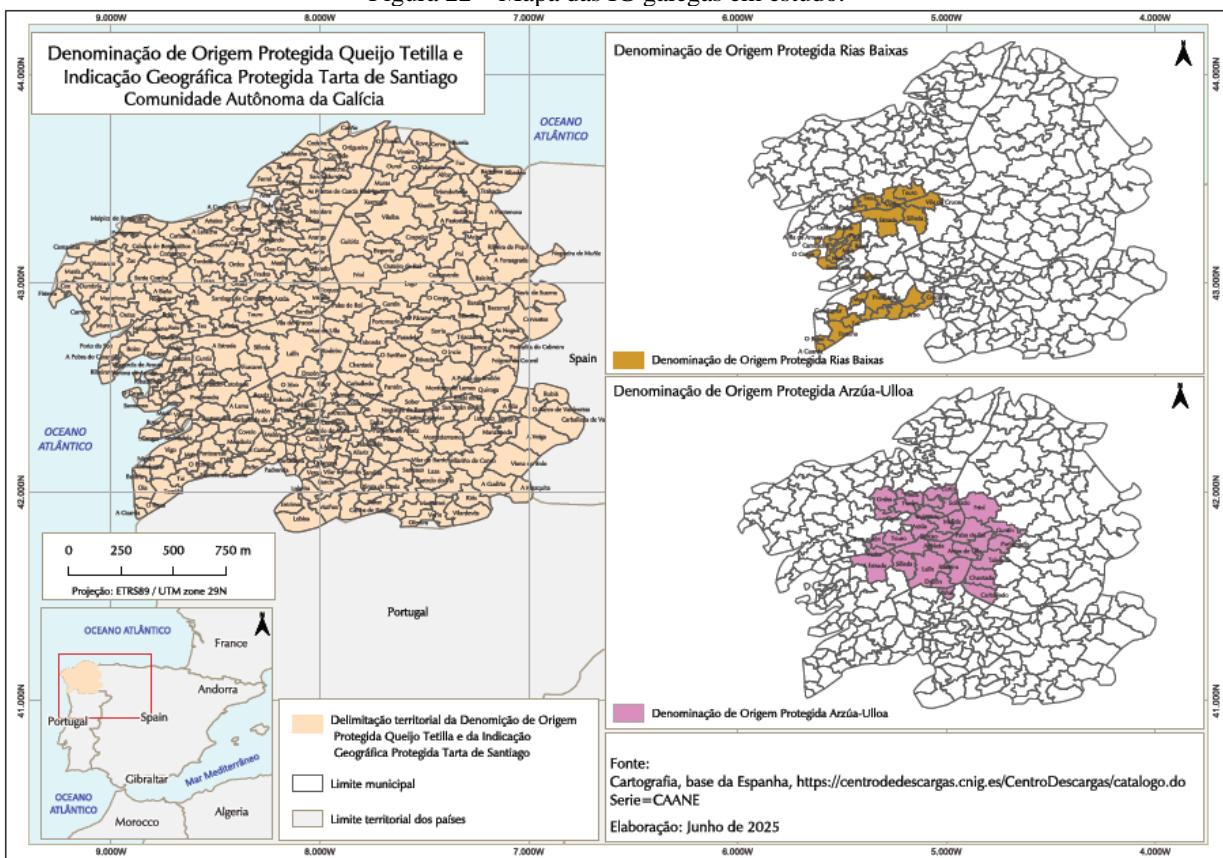
## 6 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS DA GALÍCIA: UMA SÍNTSESE

Embora a Espanha possua a Lei 6/2015 como o marco legal nacional para a proteção de suas IG, o país segue principalmente os Regulamentos da União Europeia (UE). Enquanto o Regulamento UE 2023/2411 trata de produtos manufaturados artesanais e industriais, o Regulamento UE 2024/1143 normatiza os produtos agroalimentares, de forma que a Lei 6/2015 atua no sentido de complementar as normas europeias, adaptando-as às exigências para o contexto espanhol (Espanha, 2015; União Europeia, 2023; União Europeia, 2024).

A Espanha tem seu território organizado por meio de Comunidades Autônomas, as quais têm independência para estruturar o seu próprio sistema de gestão de IG. Operacionalmente, é na instância do governo autonômico que a IG é reconhecida. Na Galícia, a Lei 1/2024 normatiza a gestão desse tipo de proteção na região, sendo a AGACAL o organismo que media a constituição do dossiê, o qual é aprovado pelo governo autonômico (*Xunta de Galicia*), na figura da *Consellería do Medio Rural*. Este, por sua vez, notifica o *Ministerio da Agricultura, Pesca y Alimentación*, que revisa o pleito, defere e publica como IG espanhola. Conforme o caso, esta proteção pode ainda ser ampliada como IG europeia, desde que seguidos os trâmites protocolares relacionados a essa finalidade, sendo essa situação prevista como obrigatória para alimentos e bebidas.

Destaca-se que essa tramitação é específica para IG de produtos agroalimentares, com exceção de IG de pescados, que são da competência da *Consellhería do Mar*. IG de outra natureza, também seguem outro organograma (Espanha, 2015; Galícia, 2024). A Figura 22 apresenta o mapa da Galícia e as principais regiões protegidas pelas IG desse estudo.

Figura 22 – Mapa das IG galegas em estudo.



Fonte: Autoria própria (2025).

## 6.1 IG na Galícia: principais questões sobre as políticas que atuam na proteção desse registro

Na Galícia, entender o papel da AGACAL é fundamental para a compreensão do sucesso galego no cenário das IG agroalimentares espanholas. Embora desempenhe ainda outras funções no rol de atividades desenvolvidas, em matéria de IG, destacam-se como competências da AGACAL: apoio e acompanhamento na elaboração e instrução do processo de solicitação de IG, incluindo-se a constituição do CET; controle oficial dos produtos com IG; desenvolvimento de políticas públicas para o sistema de IG; promoção e valorização das IG; e supervisão e assessoramento técnico dos CR (Galícia, 2024).

Assim, para além dos mecanismos de controle, inerentes a esse tipo de proteção em todo o mundo, observa-se o caráter construtivo do sistema de amparo às IG galegas. A partir da estreita interlocução junto aos produtores, a AGACAL contribui para o desenvolvimento das atividades específicas das IG, notadamente a organização do CR. Na atual rotina desse órgão, as funções desempenhadas vão variar segundo o porte de cada IG, principalmente no que tange aos seus sistemas de controle.

Nas IG de pequeno porte, como a Torta de Santiago, a AGACAL assume, além do seu controle, quase todas as funções do CR. Nesse caso, a participação dos produtores (presidente e vice do CR) e do pleno tem como objetivo estruturar a representação social desses grupos, estreitando o diálogo com a AGACAL, sobre as necessidades relacionadas às questões de elaboração/comércio da IG, com destaque para o apoio à promoção dos mesmos. O pleno é o órgão superior de governo e decisão do CR, devendo constar, equitativamente, a representação de todos os interesses econômicos e setoriais que participam de forma significativa na obtenção do produto protegido (Galícia, 2024).

Vale ressaltar que a Lei 1/2024 veio promover uma mudança estrutural profunda na organização e no papel dos CR, especialmente nesse cenário. Visando impor aos CR de natureza agroalimentar (já existentes) a adoção de personalidade jurídica própria, determinou-se o prazo de 3 anos para esse ajuste, a partir da data de publicação da normativa. Para fazer jus a esse benefício, é necessária a comprovação pelo CR de que, no ano imediatamente anterior ao que a lei passou a vigorar, seu valor de produção foi inferior a 1,5 milhões de euros. Nesses casos, a AGACAL prestará apoio e assessoramento para o cumprimento dos requisitos estabelecidos na atual regulamentação, até que se estabeleça o novo regime preconizado (Galícia, 2024).

Nas IG de médio porte, na qual inclui-se a IG Queijo *Tetilla*, o CR é independente, cabendo à AGACAL a realização de auditorias externas, com regularidade anual. Para isso, o CR precisa ser acreditado segundo a norma ISO/IEC 17065 (ISO/IEC compreende as siglas para Organização Internacional de Normalização/Comissão Eletrotécnica Internacional, em tradução livre para o português), conforme estabelece o Regulamento da Comunidade Europeia (CE) nº 765/2008 (União Europeia, 2008). Ressalta-se que a IG Arzúa-Ulloa tem porte superior à IG Torta de Santiago, porém encontrava-se à época da entrevista em processo final de acreditação, de forma que o controle dessa IG ainda estava sendo desenvolvido pela AGACAL, tal qual ocorre nas IG de pequeno porte. O planejamento para a transição de competência dessa função na pós-acreditação já se encontrava em desenvolvimento.

Nas IG de grande porte, como a IG Rias Baixas, a autonomia é plena, dado a robustez dos sistemas de controle estabelecidos pelo CR. O escopo das fiscalizações relacionadas diretamente à AGACAL engloba o informe de supervisão trimestral e a emissão de relatório anual do CR à AGACAL, bem como a realização de auditorias externas quinquenais pela AGACAL.

Ainda em relação aos portes, apesar de não haver regras sobre essa questão, na prática, observa-se que as IGP tendem a apresentá-los mais diminutos, enquanto que as DOP, mais robustos. As diferenças entre as IGP e as DOP são similares às IG brasileiras, porém apresentam

um controle ainda maior sobre o território demarcado. Enquanto a IGP deve apresentar pelo menos uma fase de elaboração do produto no território que se requer a proteção, a DOP exige que todas as fases de produção estejam inseridas na área delimitada. No caso dos vinhos, há ainda mais exigência: para as IGP, pelo menos 85% das uvas utilizadas na produção devem ser originárias da zona geográfica em questão. Outro diferencial do vinho é que as DOP desse produto com frequência são intituladas como Denominação de Origem (DO), devido a uma regulamentação específica para a bebida. Apesar da nomenclatura distinta, a definição de DO é a mesma da DOP (União Europeia, 2013; União Europeia, 2024).

O controle das IG na Galícia conta ainda com a ação de outros órgãos, destacando-se entre eles o *Instituto Galego do Consumo e da Competencia* (IGCC). Enquanto a AGACAL e o CR exercem essa atividade na perspectiva de assegurar a qualidade diferenciada do produto final, a partir do cumprimento do CET pelos produtores (conhecido como *pliego de condiciones* na Espanha e caderno de especificações na UE), o IGCC atua no controle do mercado. Dentre suas principais funções, tem-se a promoção da garantia da legitimidade das IG e dos subprodutos relacionados às mesmas, nos pontos de vendas, confiscando os produtos e aplicando sanções administrativas nos casos de fraudes constatadas (Galícia, 2016).

Em relação à rotulagem dos produtos transformados que utilizam ingrediente com IG na composição, há uma série de critérios a serem observados para o uso adequado dessa menção: 1) o produto final não deve conter outro produto similar ao ingrediente com IG; 2) a utilização do produto com IG como ingrediente deve ser realizado em quantidades suficientes para conferir uma característica essencial ao produto final; e 3) o percentual do ingrediente que possui IG deve ser expressamente indicado no rótulo (União Europeia, 2024).

Além disso, é imprescindível a notificação prévia de uso da IG na formulação junto ao CR responsável, que com o elaborador do produto final, pode firmar contrato sobre os aspectos técnico-visuais específicos da forma como o uso do ingrediente com IG é apresentada no rótulo, fora da lista de ingredientes, ou no material promocional. É obrigatório que a denominação da referida IG figure ao lado do ingrediente que possui tal registro, que deve ser claramente identificado como tal, sendo proibido atrelar o símbolo da União ao produto final (União Europeia, 2024).

Sobre as relações comerciais nacionais e internacionais dos produtos com IG, cada empresa tem sua autonomia para firmar acordos e contratos, embora o CR e a AGACAL possam contribuir nesse processo. Dentre as ações da ACAGAL nesse contexto, tem-se a divulgação de produtos com IG, notadamente em eventos gastronômicos (como feiras e concursos de culinária), destacando-se ainda o *site Galicia Experiencias de Calidade*, que tem como

prerrogativa conectar os operadores certificados e registrados da Galícia (destaque para os que possuem IG). A intenção dessa iniciativa digital é favorecer a venda conjunta dos patrimônios culinários reconhecidos no território galego, estando esse sistema disponível para clientes de toda a Espanha peninsular. É possível contar ainda com o apoio de outras instituições, notadamente as Câmaras de Comércio da Galícia, as quais desempenham um papel estratégico nesse setor, atuando como promotoras, facilitadoras e internacionalizadoras dos produtos protegidos com IG (Espanha, 2014; Galicia Experiencias de Calidade, 2025).

## **6.2 Indicação Geográfica Protegida *Tarta de Santiago***

A *Tarta de Santiago* (Torta de Santiago, em tradução simples) tem suas raízes nas tradições mais antigas da alta confeitoraria galega, uma vez que seus ingredientes principais (amêndoas e açúcar) ofereciam distintividade às mesas das classes mais abastadas da Galícia, desde o século XVI. Entretanto, foi apenas em 1924 que a Cruz (da Ordem) de Santiago foi incorporada ao produto, por José Mora Soto – fundador da Casa Mora em Santiago de Compostela (empresa especializada em produtos de panificação e confeitoraria). A intenção desse advento foi valorizar a tradicionalidade do produto e reforçá-lo como especialidade da casa (Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago”, 2008).

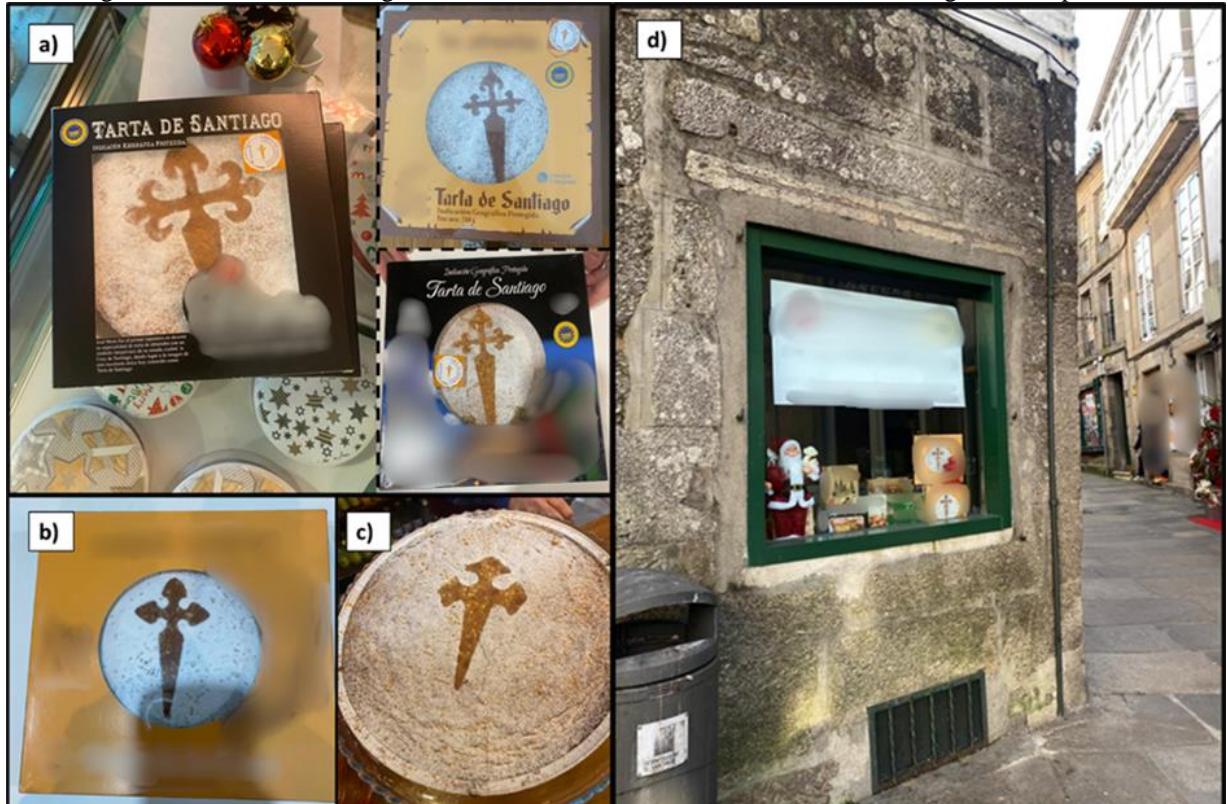
A iniciativa foi logo seguida por outras padarias/confeitorias da cidade e, com a crescente fama, a nova apresentação do produto espalhou-se por toda a Galícia. O sucesso foi tanto que a Cruz de Santiago é atualmente o símbolo da identidade do produto, claramente observado no CET, que entrou em vigor em 2008 (Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago”, 2008).

Logo, dentre as principais características sensoriais da Torta de Santiago, destaca-se sua forma redonda, com base superior coberta de açúcar de confeiteiro, onde apresenta-se a emblemática Cruz de Santiago. Quanto à variação do produto, a torta pode ser forrada ou não. Se presente, o forro da torta pode ser constituído de massa folhada ou de massa *brisé* (Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago”, 2008).

A Torta de Santiago possui uma paisagem alimentar urbana, sendo impossível transitar nas ruas de Santiago de Compostela (Galícia, Espanha) sem se deparar com a imagem constante do produto nas vitrines de todo o centro da cidade. Entretanto, uma olhada mais minuciosa nos rótulos evidencia que grande parte das mesmas se trata, na realidade, de *Tartas de Almendras* (Tortas de Amêndoas, em tradução simples) e não da autêntica Torta de Santiago. A olhos leigos, o consumidor que desconhece os atributos de qualidade que uma IG possui, pode ser

induzido ao erro, pois apesar de ter a mesma apresentação visual, possui qualidade e valor consideravelmente inferiores. Quanto ao preço, as Tortas de Santiago custavam à época da pesquisa de campo cerca de 12 a 16 euros, enquanto três ou quatro Tortas de Amêndoas custavam os mesmos valores, sendo a venda em quantidade uma prática comum aplicada a esse congénere. A Figura 23 apresenta a imagem de Tortas de Santiago e de Amêndoas, bem como a exposição das mesmas no mercado.

Figura 23 – Tortas de Santiago e Tortas de Amêndoas comercializadas em Santiago de Compostela.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: a) Diversas Tortas de Santiago com IG; b) Torta de Amêndoas disponível para venda no comércio (inteira); c) Torta de Amêndoas disponível para venda em bares e restaurantes (fatiada); d) vitrine em Santiago de Compostela (Galícia, Espanha) expondo Tortas de Amêndoas.

Vale ressaltar que, embora sejam adequadamente denominadas nos rótulos como Tortas de Amêndoas, sua aparência, os dizeres e/ou símbolos presentes no rótulo, que relacionam o produto ao Caminho de Santiago, confundem os clientes pouco familiarizados com a IG, notadamente os turistas. Nesse aspecto, há constante indução dos vendedores, que oferecem Tortas de Amêndoas para degustação aos clientes (devidamente nominadas como tal), porém com frequência informam tratar-se da mesma qualidade sensorial que a Torta de Santiago. Destaca-se ainda o uso indevido do termo *Tarta de Santiago* nos cardápios e expositores de cafeterias, padarias, docerias, bares e restaurantes da região, que produzem a sua própria torta.

Em uma rápida conferência no *site* do CR, verifica-se que o estabelecimento não consta na lista de elaboradores do produto com IG (IGP Tarta de Santiago, 2025).

Diante desse cenário, é imprescindível ratificar que o grande diferencial da autêntica Torta de Santiago é a seleção minuciosa dos seus ingredientes e a forma ainda bastante artesanal de elaborá-la, apresentando um produto realmente fino e diferenciado no mercado. Nesse aspecto, ressalta-se que, na fábrica com IG visitada, grande parte do preparo da Torta de Santiago é realizada manualmente. O Quadro 29 apresenta as principais diferenças nos ingredientes utilizados pela Torta de Santiago com IG e pela Torta de Amêndoas.

Quadro 29 – Ingredientes da Torta de Santiago e da Torta de Amêndoas.

Ingredientes	Torta de Santiago <sup>1</sup>	Torta de Amêndoas <sup>2</sup>
Amêndoas	$\geq 33\%$ peso total de massa (amêndoas de primeira qualidade, com teor de gordura superior a 50%, considerando o produto com a pele)	$\pm 35\%$
Açúcar refinado	$\geq 33\%$ peso total de massa	Contém
Ovo	$\geq 25\%$ peso total de massa	Contém
Outros ingredientes (raspas de limão, vinho doce, <i>brandy</i> ou aguardente de <i>orujo</i> ou outras bebidas destiladas, desde que não descaracterize o produto final) <sup>a</sup>	<i>Quantum satis</i>	Não contém
Açúcar de confeiteiro <sup>b</sup>	<i>Quantum satis</i>	Não contém
Forro com massa folhada	Farinha de trigo, manteiga, água e sal (máximo de 25% do total de peso da torta forrada)	Não contém
Forro com massa <i>brisé</i>	Farinha de trigo, manteiga, açúcar refinado, ovo, leite e sal (máximo de 25% do total de peso da torta forrada)	Não contém
Margarina	Não contém	Contém
Outros ingredientes	Não contém	Conservante E200 <sup>c</sup> , ácido cítrico, gaseificantes (E400i, E500ii, E 516), amido de milho, antiaglomerante E170 e acidulante E330.

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>O *brandy* e a aguardente de *orujo* são bebidas alcoólicas destiladas, sendo essa última tradicional da Galícia, que também conta com registro de IG. <sup>b</sup>Embora não conste na lista de ingredientes, a Torta de Amêndoas também apresenta a Cruz da Ordem de Santiago em açúcar, conforme verificase na Figura 23. Ressalta-se que esse efeito não é obtido com açúcar refinado, mas sim com açúcar de confeiteiro. <sup>c</sup>Aditivo encontrado em todas as marcas analisadas. Dados: Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago” (2008) e lista de ingredientes de três marcas distintas de Tortas de Amêndoas.

Dessa forma, observa-se claramente o diferencial dos ingredientes que compõe a receita da tradicional Torta de Santiago, que não possui nenhum tipo de aditivo nem margarina, ao contrário do que se observa na Torta de Amêndoas. Além disso, a seleção de ingredientes nobres e a distinção do critério de qualidade estabelecido para o tipo de amêndoas selecionadas

oferecem um sabor diferenciado à autêntica Torta de Santiago. Sobre o uso das amêndoas, destaca-se ainda que a mesma é moída na própria fábrica, no momento de uso da receita, para garantir a qualidade granulométrica e sensorial ideal ao produto final (Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago”, 2008).

Vale ressaltar que, conforme as entrevistas realizadas, a Torta de Santiago passou a ser massificada pelo turismo em torno de 1993, no Jubileu Compostelano, evento que impulsionou visitantes de todo o mundo rumo ao Caminho de Santiago. Se, por um lado, a venda do produto como *souvenir* promoveu o comércio do mesmo, por outro, imitações de baixa qualidade ganharam espaço no mercado, situação que conduziu ao processo de reconhecimento da receita tradicional, culminando no registro da IGP Torta de Santiago.

Esse fato desperta sobre a contradição entre tradição e inovação, em termos do local, global, tradicional, seus nomes mais ou menos representativos e a quem isso interessa (ou a quem vende). A Torta de Santiago é uma receita tradicional galega, porém completamente produzida com ingredientes de fora do território da Galícia. Com relação histórica atrelada à população local rica do passado, era conhecida como “Torta Real” ou “Torta de Amêndoas”. Com o tempo, a facilidade de aquisição dos ingredientes e com respeito à receita original, um empreendedor em Santiago de Compostela inovou, com o advento da Cruz de Santiago ao produto, popularizando-o. A “Torta de Santiago”, assumiu assim o nome e a identidade visual tal qual se conhece atualmente (Pliego de Condiciones Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) “Tarta de Santiago”, 2008).

A necessidade de proteção, porém, veio com os efeitos negativos do turismo de massa. Como acontece com a maioria das IG, foi necessário resguardar o produto de qualidade superior e receita tradicional por meio desse ativo. No início, o trabalho foi desenvolvido na intenção de coibir o uso do termo “Torta de Santiago” por elaboradores que não estavam submetidos ao controle do CR, obtendo êxito a partir da retomada do termo “Torta de Amêndoas” (que ao mesmo tempo que é genérico, também se revela tradicional), na tentativa de diferenciá-los no mercado. Entretanto, a apresentação característica da Torta de Santiago, que foi criado em Santiago de Compostela, hoje inclui elaboradores com IG em toda a Galícia e permanece sendo utilizado pelos produtores da Torta de Amêndoas.

Assim, reitera-se a importância de zelar pela imagem do produto, combatendo de forma mais efetiva a concorrência desleal. Esse processo já está sendo encaminhado junto ao CR, em parceria com a AGACAL, tendo como objetivo reconhecer a Cruz de Santiago desenhada no produto e os demais símbolos frequentemente expostos nas embalagens, relacionados ao

Caminho de Santiago (como a concha e a Catedral de Santiago), como itens de identidade própria/exclusiva da IGP Torta de Santiago.

Os conflitos, portanto, vêm integrar uma dinâmica de reconhecimento cultural do que é, realmente de dentro, e o que o é, pelos olhos de quem vê de fora. O Caminho de Santiago é uma grande rota turística religiosa, que movimenta toda a Espanha, em especial a Galícia, com forte associação com a Cruz de Santiago. A maioria dos produtores da IGP Torta de Santiago elaboram os produtos em fábricas e concentra-se nos entornos de Santiago de Compostela. Em conversas informais com a população nativa, há mais reconhecimento de tradição de outros produtos de padaria/confeitoraria galega, a exemplo da torta de queijo (considerado gentílico na Espanha, como o queijo minas o é no Brasil) do que com a Torta de Santiago, que muitas vezes foi vinculada, nesses diálogos, como um produto meramente turístico.

Logo, embora se reconheça a necessidade de proteção da tradicionalidade associada (comprovada historicamente), há questões (provavelmente de reconhecimento social, ou falta dele) que precisariam ser aprofundadas para melhor estabelecer sua relação cultural acerca da Torta de Santiago. Seria a Torta de Santiago uma (re)criação da tradição? Seria esse produto ainda rememorado/pertencente à (cadernos de receitas de) famílias ilustres? A popularização do produto realmente ocorreu na sociedade galega ou esta realidade está apenas no imaginário turístico? As respostas a essas perguntas poderiam esclarecer novos estudos sob o enfoque etnográfico, entretanto, algo não pode ser esquecido jamais: o empreendedorismo gastronômico de um galego mudou o curso da história de uma comida para sempre.

### **6.3 Denominação de Origem Protegida *Queso Tetilla/Queixo Tetilla* e Denominação de Origem Protegida *Arzúa-Ulloa***

Os Queijos Arzúa-Ulloa e *Tetilla* são queijos galegos por excelência. Enquanto o Arzúa-Ulloa está associado ao início da pecuária na região que o circunscreve, o *Tetilla*, possuiu sua primeira citação histórica datada do século XVIII, embora acredite-se que seu reconhecimento e criação sejam ainda mais antigos. De ampla difusão em toda a Galícia, tratam-se de queijos muito populares, com modos de fazer bastante similares (Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/”Queixo Tetilla”, 2020; Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Arzúa – Ulloa”, 2010). O Quadro 30 apresenta as principais especificidades desses.

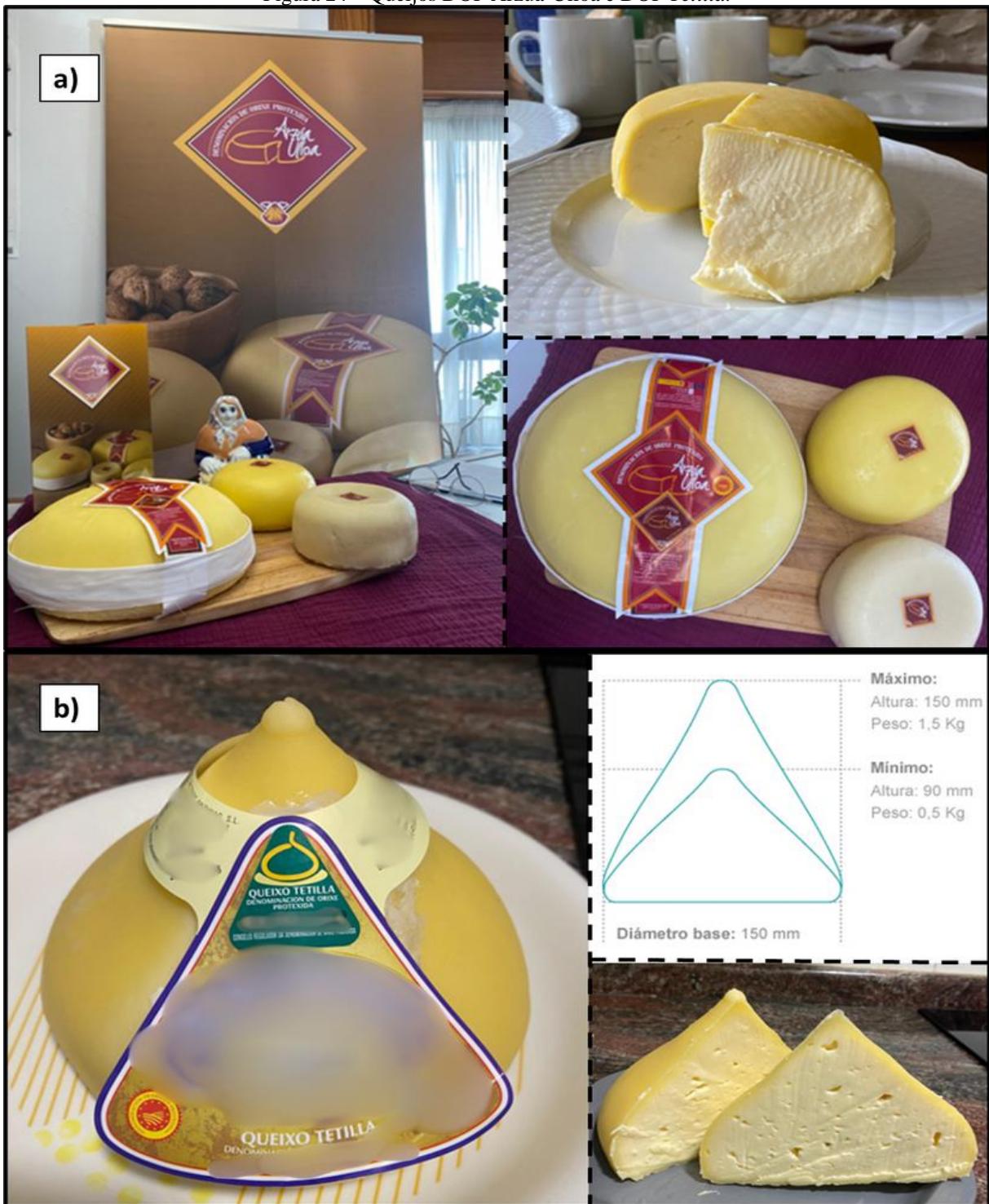
Quadro 30 – Principais características entre os queijos DOP *Tetilla* e Arzúa-Ulloa.

Características	<i>Tetilla</i>	Arzúa-Ulloa (incluindo-se a variação de granja <sup>a</sup> )	Arzúa-Ulloa curado
Maturação mínima <sup>b,c</sup>	8 dias	6 dias	6 meses
<b>Formato</b>	Cônico ou côncavo-convexo (forma de “peito”); Altura e diâmetro da base: mínimo de 90 mm e máximo de 150 mm (tolerância de 10% de dimensões máximas da base para queijos > 1 Kg).	Lenticular ou cilíndrico, com bordas arredondadas; Diâmetro entre 100 e 260 mm e altura entre 50 e 120 mm. A altura nunca deve exceder o raio.	Lenticular ou cilíndrica, podendo apresentar a superfície superior côncava. Diâmetro entre 120 e 200 mm e altura entre 30 e 100 mm.
Peso aproximado	0,5 a 1,5 kg	0,5 a 3,5 kg	0,5 a 2,0 Kg
<b>Textura</b>	Macia, cremosa e uniforme	Fina, pouco ou medianamente úmida, pouco firme e com elasticidade média.	Dura, de corte difícil, pode apresentar rachaduras, principalmente nas bordas, que estarão mais secas.
<b>Cor da massa</b>	Branco-marfim, amarelado.	Branca-marfim e amarelo pálido, de aspecto brilhante	Amarela muito intensa, pálida no centro.
<b>Aroma</b>	Lácteo, amanteigado, suave.	Lácteo, recordando o odor de manteiga e iogurte, com matizes de baunilha, nata e noz, de intensidade fraca.	Muito intenso, lácteo, ressalta um forte odor à manteiga ligeiramente rançosa; sensação aromática penetrante e picante.
<b>Sabor</b>	Ligeiramente ácido e salgado.	Ligeiramente salgado e de acidez média a baixa.	Salgado, de baixa acidez e amargor médio a baixo; predominante à manteiga, com ligeiras notas de baunilha e frutos secos, podendo flutuar entre o centro e a casca; sobressai-se uma sensação de picância; o retrogosto é amargo, à manteiga e à baunilha.
<b>Teor de gordura (extrato seco)</b>	≥ 45% (≥ 45%)	≥ 45% (≥ 45%)	≥ 50% (≥ 65%)
<b>Casca<sup>d</sup></b>	Apreciável, fina e elástica, com menos de 3 mm de espessura; cor amarelo-palha, natural e sem mofos.	Fina e elástica; cor amarelo médio a escuro, brilhante, limpa e lisa.	Não diferenciada, de cor amarela muito intensa, brilhante e de aspecto gorduroso.
<b>Presença de olhaduras</b>	Sem presença de olhaduras ou com poucos olhos, pequenos e repartidos.	Pode apresentar olhaduras em número reduzido e pequeno, angulosos ou arredondados, de distribuição irregular.	Pode apresentar olhaduras (escassas).

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Feito inteiramente com leite de vacas da fazenda onde o queijo é fabricado contado a partir do dia seguinte àquele em que foi elaborado. <sup>b</sup>Queijo *Tetilla*: período contado a partir do dia seguinte ao da elaboração. <sup>c</sup>Queijos Arzúa-Ulloa (todos os tipos): período contado a partir da finalização da prensagem ou da salga, se esta realizou-se por salmoura. <sup>d</sup>Pode apresentar-se coberta com emulsão antimofa, transparente e incolor, para todos os queijos apresentados. Dados: Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla” (2020); Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Arzúa – Ulloa” (2010).

Sendo ambos os registros estabelecidos por meio da figura de proteção DOP, devem ser feitos a partir do leite de vaca (cru ou pasteurizado) das raças *Rubia Gallega*, *Frisona*, *Pardo Alpina*, ou de seus cruzamentos. Possuem como etapas de produção a coagulação, o corte, o dessoramento (com lavagem da coalhada, sendo esta opcional para o Queijo *Tetilla*), seguida pela modelagem, prensagem, salga e maturação, o que os torna bastante similares (Quadro 30) (Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla”, 2020; Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Arzúa – Ulloa”, 2010).

Com os dados do Quadro 30 e tendo-se em vista um importante contingente de elaboradores com IG em comum, ou seja, que produzem no mesmo local os dois tipos de queijos DOP, observa-se que o que proporciona o grande diferencial entre os produtos é o formato. Embora existam variações do Queijo Arzúa-Ulloa, os mais tradicionais guardam uma sensível similaridade com o Queijo *Tetilla*, que se distingue devido ao reflexo organoléptico derivado do seu peculiar formato de peito feminino, daí a denominação “*tetilla*” (“tetinha”, em tradução simples). Dessa forma, diferente do Queijo Arzúa-Ulloa, que tem um território demarcado dentro da Galícia e apresenta formato comum no universo dos queijos, o Queijo *Tetilla* está explicitamente relacionado como denominação tradicional não geográfica, referente ao formato particular do produto, abrangendo sua proteção por toda a Comunidade Autônoma (Figura 21; Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla”, 2020; Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Arzúa – Ulloa”, 2010). A Figura 24 apresenta as imagens dos produtos.

Figura 24 – Queijos DOP Arzúa-Ulloa e DOP *Tetilla*.

Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: a) Queijos Arzúa-Ulloa com diferentes tempos de maturação e tamanhos. b) Queijo *Tetilla* e ilustração do seu formato. Dados: Queixo *Tetilla* (2025). NOTA: linhas inteiras separam diferentes queijos e tracejadas, os mesmos; Queijos DOP Arzúa-Ulloa apresentam rótulo promocional da IG.

Segundo as entrevistas realizadas, o Queijo Arzúa-Ulloa é o queijo de mesa do galego, compondo assim o hábito alimentar dessa população; por sua vez, o Queijo *Tetilla* tem mais referência da tradicionalidade pelas pessoas de fora. De certa forma, o renome do Queijo *Tetilla*, cuja fama sempre foi atrelada à comunidade galega como um todo, desde o princípio de sua

história, reforçam essa realidade (Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla”, 2020).

Esse dados corroboram para o cenário econômico atrelado, no qual o Queijo Arzúa-Ulloa é o segundo queijo espanhol DOP em volume de produção (o primeiro é o Queijo Manchego) (La Voz de Galicia, 2025). Entretanto, observa-se que seu consumo está praticamente restrito à Espanha, fomentando o consumo interno galego, de tal forma que apresenta atualmente valor de compra similar a congêneres industrializados sem certificação/registros atrelados. Isso favorece o setor de A&B, onde a presença do Queijo Arzúa-Ulloa é consideravelmente mais frequente que o Queijo *Tetilla*, em bares e restaurantes da região. Por outro lado, nas entrevistas realizadas com o representante do CR e dos produtores, houve bastante críticas sobre a qualidade dos produtos utilizados em empreendimentos gastronômicos, com denúncias de comercialização de queijos sem DOP sendo vendidos como Queijo Arzúa-Ulloa, em preparações elaboradas nos próprios estabelecimentos, sem o devido controle. Vale ressaltar que, embora o Regulamento UE 2024/1143 tenha avançado em relação aos alimentos transformados à base de ingredientes com IG, a parte da restauração permanece desassistida, embora já esteja em prospecção o controle desse setor por meio de ferramentas de rastreabilidade.

Outro dado relevante sobre o mercado do Queijo Arzúa-Ulloa é a sua venda, a qual é frequentemente atrelada ao Queijo *Tetilla*. Os compradores muitas vezes favorecem as negociações junto aos fornecedores que elaboram os dois tipos de queijos DOP. Se, por um lado, a busca do mercado é maior pelo queijo *Arzúa-Ulloa*, por outro, a manutenção da fabricação do Queijo *Tetilla* é favorecida. Em outras palavras, os produtores têm mais lucro com o Queijo Arzúa-Ulloa, logo aumentam a sua produção nesta direção; porém, deixar de produzir o Queijo *Tetilla* pode repercutir na perda de clientes ou redução de vendas no geral. Esse panorama recai sob vários descontentamentos que desaguam junto ao CR do Queijo *Tetilla*, de tal forma que o representante entrevistado acredita que mais subsídios deveriam ser manejados visando o aumento dessa produção, e não a sua (simbólica) sobrevivência.

Nessa perspectiva, o Queijo *Tetilla* enfrenta ainda outros embates devido ao seu formato, junto a outros queijos com IG da região. Dentre os rigores de controle da identidade visual do produto, destaca-se que o Queijo *Tetilla* deve ser comercializado em peças inteiras ou em metades (casos específicos para queijos > 0,7 Kg). Os produtos inteiros e suas frações devem dispor, desde a unidade de produção, de etiquetas, contraetiquetas e outros elementos que garantam a autenticidade do produto. É possível ainda a redução do queijo em tamanhos menores, na presença do cliente e exclusivamente no ponto de venda, ainda assim desde que

seguidos critérios de qualidade previamente estabelecidos no *pliego*. Em todas as hipóteses, deve ser prezada a conservação de sua qualidade e manutenção da sua identidade visual que lhe é característica, junto ao consumidor final (Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla”, 2020).

Logo, a presença de queijos de formato similar (para pessoas pouco familiarizadas com os produtos e/ou com as IG em voga, com destaque para as de fora da região), pode impactar negativamente no reconhecimento e venda do Queijo *Tetilla* no mercado. É o caso do também galego Queijo DOP San Simón da Costa. Segundo o representante do CR entrevistado, a venda do Queijo San Simón da Costa, na mesma área do Queijo *Tetilla*, pode interferir tanto no reconhecimento visual, quanto na alteração de odores/sabores originais, uma vez que o primeiro é defumado e o segundo guarda aromas lácteos suaves, o que pode repercutir no processo de decisão de compra (Quadro 30). A Figura 25 evidencia esse contexto.

Figura 25 – Queijos DOP *Tetilla* e San Simón da Costa dispostos à venda em Santiago de Compostela (Galícia, Espanha).



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: Em azul, Queijo San Simón da Costa; em vermelho, Queijo *Tetilla*.

Sobre a perspectiva de turismo rural, ambos os queijos apresentam grande potencial para recebimento de turistas, o que poderia impulsionar o comércio internacional, a partir da divulgação dos produtos tradicionais com IG dentro do próprio território de origem. Entretanto, essa possibilidade não tem sido aprofundada, de forma que a realidade se resume principalmente a ações pontuais estabelecidas sazonalmente pelo governo (destaque para o verão europeu), visando o estímulo do turismo gastronômico próximo à área de produção. Como exemplo, tem-se o projeto “*Ruta dos Queixos de Galicia*”, promovido pela Junta de Galícia em parceria com empresas de transportes (ferro)viários, o qual integra tanto o Queijo *Tetilla* quanto o Arzúa-Ulloa (Ruta dos Queixos de Galicia, 2025).

Ressalta-se ainda que, de maneira geral, os produtores/CR não demonstram interesse nesse campo, que exige medidas sanitárias compatíveis para desenvolvimento do serviço, culminando em pouca mobilização/interesse. Isso porque, no conjunto dos casos, não há estrutura adequada à visitação, sendo necessárias reformas para atendimento dos requisitos de qualidade, além de mais pessoal para atender à demanda turística. Segundo o CR dessas IG, apenas cerca de quatro locais recebem turistas, grande parte delas interagindo quase que exclusivamente com degustação e venda dos produtos elaborados.

Nesta pesquisa, duas unidades foram visitadas (uma produz os Queijos *Tetilla* e *Arzúa-Ulloa* e outra, apenas o Queijo *Arzúa-Ulloa*), com propostas bem distintas uma da outra. Embora ambas apresentem cenário rural, somente em uma delas é possível conhecer as tradições relacionadas e vivenciar outras experiências que remontam o passado e a cultura da região. Inclui-se, dentre as atividades oferecidas, a participação em um atelier, no qual o visitante elabora o seu próprio queijo. Destaca-se que, além do registro de IG, essa produção tem certificação agroecológica (unidade de produção exclusiva de Queijo *Arzúa-Ulloa*).

Na outra, é possível conhecer o processamento realizado na unidade, por meio de um vídeo explicativo, degustar e adquirir queijos (unidade produtora dos Queijos *Tetilla* e *Arzúa-Ulloa*). Nas propostas analisadas é possível consumir produtos locais direto do produtor e, à parte dos queijos, foram verificadas também a venda de doces, iogurtes e leites, produzidos na própria fazenda ou advindos de pequenos produtores locais parceiros.

Por fim, embora a DOP Queijo *Tetilla* apresente problemas específicos mais graves relacionadas à sua apresentação visual, tanto essa IG quanto a DOP Arzúa-Ulloa apresentam questões a serem melhoradas, visando a ampliação de mercado. Conforme a representação do CR informou em entrevista, um dos problemas da DOP Arzúa-Ulloa é a cadeia de frio, indispensável à manutenção da qualidade dos produtos mais vendidos (mínima maturação), em longas distâncias.

Outra questão pontuada pelo CR da DOP Arzúa-Ulloa foi a diferença entre queijos e vinhos, uma vez que o queijo, por ser considerado um alimento “vivo”, muda a cada produção/estação, sendo muito difícil consumir o “mesmo” queijo duas vezes, por tratar-se de um produto perecível. Diferente do vinho, que é estocado em garrafas e tem considerável tempo de prateleira (principalmente em se tratando de vinhos de guarda), é possível que o novo lote do queijo, que na última temporada tenha ganhado algum prêmio de grande projeção, já não apresente mais a mesma qualidade observada à época da premiação, mesmo sendo elaborado nos mesmos local e condições de produção. Esse posicionamento indica um rigor de controle interno, que se mostra altamente exigente.

De qualquer forma, é reconhecido (sobretudo pelo próprio CR) que esse tipo de promoção é louvável e culmina no destaque da fazenda produtora, sendo a frequência desse tipo de evento fortalecedora da imagem, tanto da região quanto da unidade de produção relacionada, que ganha ainda mais visibilidade pela excelência particularmente notável na elaboração dos queijos. Logo, independentemente da IG, acredita-se que eventos que incentivem a gastronomia tradicional podem alavancar ainda mais as vendas e estabelecer uma relação mais estreita com o consumidor na divulgação dos produtos locais, com destaque para iniciativas em prol do turismo rural. Nesse aspecto, ressalta-se que, mais importante que o turismo gastronômico associado à IG, notadamente o atendimento dos consumidores na própria unidade de produção, é o bem estar do produtor, que deve ser (e no caso das DOP de queijos galegos caso está sendo) respeitado, frente a um cenário meramente capitalista.

#### **6.4 Denominação de Origem Protegida *Rías Baixas***

A DOP Rias Baixas é a IG mais bem sucedida e consolidada da Galícia, com forte impacto na sua sociedade e inquestionável reconhecimento internacional. Os vinhos produzidos nessa região são cultivados há séculos e sintetizam uma positiva interação entre o homem, a natureza e sua atitude diante da inovação tecnológica. Destacam-se como diferenciais que compõem essa tríade: a seleção de cultivares ao longo dos séculos; a aplicação de técnicas artesanais no trato com a lavoura; e a manutenção de práticas tradicionais e incremento industrial na otimização e/ou ampliação de produtos (Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida Rías Baixas, 2024).

Com costumes socioculturais integrados a um território com vocação edafoclimática única em todo o mundo na produção de vinhos, Rias Baixas estabeleceu-se como uma referência de qualidade. Elaborados exclusivamente a partir de variedades autóctones, a uva

branca *Albariño* destaca-se como a grande protagonista dessa IG, contribuindo com 96% da colheita na região. Embora em outras partes do mundo também haja esse cultivo, é nas Rias Baixas que a espécie é encontrada em sua máxima expressão. Dentre os diferenciais sensoriais do Vinho Rias Baixas *Albariño*, relativos à origem, destaca-se a riqueza em ácidos e em componentes aromáticos e sápidos, capazes de distinguir esse produto dos demais congêneres encontrados no mercado (Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida Rías Baixas, 2024).

Há atualmente quatro tipos de vinhos DOP Rias Baixas: brancos, brancos envelhecidos em barricas de madeira, tintos e espumantes. Os tipos brancos possuem ainda outros seis subtipos: quatro relativos às subzonas de produção: Val do Salnés (“*Rías Baixas Salnés*”), Condado do Tea (“*Rías Baixas Condado do Tea*”), O Rosal (“*Rías Baixas Rosal*”), e Ribeira do Ulla (“*Rías Baixas Ribeira do Ulla*”); um genérico do território demarcado pela IG (“*Rías Baixas*”); e um, também representativo de toda a área delimitada, mas que apresenta o maior valor agregado. Este vinho tão especial trata-se do *Rías Baixas Albariño*, produto 100% elaborado com a variedade que o nomeia (Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida Rías Baixas, 2024).

Apesar do significativo volume de produção da DOP Rias Baixas, as técnicas de cultivo são mantidas simples, destacando-se a forma de plantio e colheita das uvas. Tradicionalmente, os vinhedos são constituídos de minifúndios e plantados preferencialmente sob a forma de *emparrado*. Esse sistema de condução tradicional evita a contaminação da uva por fungos, favorece o cultivo de outras plantas no mesmo espaço (como milho e batata, à sombra do emparrado) e contribui para o melhor aproveitamento da temperatura e umidade locais (Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida Rías Baixas, 2024). A Figura 26 apresenta a técnica de cultivo emparrado.

Figura 26 – Emparrado.



Fonte: Autoria própria (2025).

Quanto à vindima, segundo os diários de campo e entrevistas realizadas, esta etapa (assim como a poda das plantas), permanece sendo realizada manualmente e tende a mobilizar toda a população local em torno da elaboração do vinho. Vale ressaltar que o uso intensivo do solo leva à alta utilização de fertilizantes, sendo investidos esforços no uso e desenvolvimento de produtos biológicos, sempre em respeito à normativa vigente. Entretanto, nas entrevistas, houve críticas sobre o uso de fertilizantes “do outro lado das Rias”, fazendo menção à utilização de fertilizantes proibidos na Espanha, mas permitido em Portugal (muitas vezes aplicados para a produção de vinhos também a partir de uvas *Albariño*).

Embora os vinhedos tenham aderido às tecnologias industriais de produção de vinho, notadamente o uso de tanques fermentadores em aço inox, há manutenção da elaboração da bebida envelhecida em barricas de madeira. Esse produto é comercializado como “*Rías Baixas barrica*”, podendo ser elaborado a partir de qualquer variedade e proporções de uvas brancas autorizadas no *pliego* da IG (Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida Rías Baixas, 2024).

Apesar desse documento não deixar claro, infere-se que tal procedimento pode ter relação com a agregação de valor de cultivares regionais menos visadas comercialmente. O uso de madeira sequer é mencionado para além da caracterização do processo de obtenção e da qualidade físico-química do produto em voga, informações indispensáveis aos controles de qualidade inerentes à IG. Em sendo assim, é possível que, com a tecnologia, qualidades mais apreciáveis foram sendo obtidas, substituindo processos mais tradicionais no processamento da uva *Albariño*, que origina o produto mais renomado do território. Por outro lado, como o envelhecimento de vinhos em madeira tende a ser apreciado nesse universo, esse fator pode favorecer a venda de produtos de menor qualidade (no caso dessa IG), por incrementar notas aromáticas à bebida.

Faz-se oportuno pontuar que, na pesquisa de campo, foram visitadas duas unidades de produção (uma delas estabelecida por cooperativa de produtores): em apenas uma delas foram mencionados e verificados artefatos relacionados ao procedimento (barricas de madeira no setor de produção). Além disso, nas entrevistas realizadas, os representantes do CR, do OC e dos produtores não desenvolveram o tema, o que ressalta a possibilidade de ser uma etapa pouco influente na qualidade dos produtos finais desenvolvidos na DOP Rias Baixas. Destaca-se o produto mais distinto desta IG, o *Rias Baixas Albariño*, que não insere essa técnica no seu processo de fabricação.

Em termos de rotas turísticas, a possibilidade de realizar viagens independentes para conhecer a DOP Rias Baixas é ampla e sua rede de tecnologias digitais disponibiliza *sites* e aplicativos de fáceis acesso e uso. Essa estrutura integra iniciativas públicas e privadas de diversos setores, principalmente o Turismo de Galícia, a AGACAL, o CR da DOP Rias Baixas, agências de turismo e empresas do ramo da hotelaria da região. Vale destacar que, além da *Ruta do Viño Rías Baixas*, site oficial relacionada à DOP Rias Baixas e que conta com uma série de controles de qualidade para que o produtor possa participar do grupo (das 159 bodegas produtoras com IG, apenas 49 faziam parte do *site*), o Turismo de Galícia apresenta projeto homônimo em transporte (ferro)viário para a região de produção de vinhos, tal qual ocorre com

os Queijos *Tetilla* e Arzúa-Ulloa (Ruta do Viño Rías Baixas, 2025a; Ruta do Viño Rías Baixas, 2025b; Ruta dos Queixos de Galicia, 2025).

Segundo o representante do turismo da Galícia entrevistado, cerca de 80% dos turistas que visitam esta Comunidade Autônoma, a fazem de carro, o que projeta a iniciativa para um panorama muito favorável. Nessa perspectiva, a entrevista com o representante do CR, esclareceu que a DOP Rias Baixas foi uma das pioneiras do processo de implantação de rotas enogastronômicas na Espanha. Em torno do ano de 2004, contando com a parceria de outras quatro DOP de vinhos espanholas, a *Asociación Española de Ciudades del Vino* (ACEVIN) foi criada. Como um dos resultados principais da ACEVIN, tem-se as *Rutas del Vino de España*, projeto bem sucedido que foi ampliado com a inclusão de outras IG e que atualmente apresenta a *Ruta do Viño Rias Baixas* como a quarta maior rota enogastronômica espanhola, dentre as participantes. Atualmente, a *Ruta do Viño Rias Baixas* é uma associação independente, sem fins lucrativos, embora seja ligada a ACEVIN e apresente forte interface com o CR Rias Baixas, órgão que contribuiu para a origem dessa iniciativa. Observa-se que, além de produtores, empresários da hotelaria (notadamente restaurantes e alojamentos) também integravam o portal, que apresenta dentre os principais pré-requisitos de controle, atuar de acordo com o manual de qualidade ACEVIN e pertencer à região da DOP (ACEVIN, 2025; Rutas del Vino de España, 2025; Ruta do Viño Rías Baixas, 2025a).

#### **6.4.1 Minifúndio: a representação da paisagem alimentar galega nas Rias Baixas**

Toda a complexidade que envolve a vinificação das Rias Baixas é espacializado sob a forma-conteúdo do minifúndio. Essa representação física é capaz de congregar as principais contradições entre tradição e inovação que emergem da IG. A DOP Rias Baixas se refere a vinhos de alcance internacional, mas que são desenvolvidos em áreas muito diminutas; estas, estão distribuídas entre inúmeros pequenos produtores rurais, os quais muitas vezes estão organizados por meio de cooperativas. Além disso, são elaborados a partir da união entre técnicas tradicionais e inovações tecnológicas, em meio a uma diversidade de produtos característicos da região (com destaque para os autóctones), que por sua vez harmonizam-se com o controle de qualidade rígido estabelecido tanto pela IG, quanto pela rede de serviços que a apoia.

Em termos de Gastronomia Tradicional, esse panorama summariza as abordagens sócio-cultural e técnico-tecnológico com perfeição. A experiência de visitar as vinícolas da DOP Rias

Baixas brinda ainda à reconhecida e diversa culinária galega, oferecendo inúmeras opções de harmonizações. Entre elas, destacam-se queijos e geleias, além de *menus* completos da cozinha local, preparados junto com os visitantes em uma paisagem indescritível. É comum também a produção de outros produtos com IG sendo oferecidos e desenvolvidos na vinícola, destacando-se a IGP *Orujo de Galicia* (aguardente tradicional dessa Comunidade Autônoma). A Figura 27 apresenta o momento de degustação em uma das unidades de produção visitadas.

Figura 27 – Degustação de vinhos e produtos típicos em vinícola DOP Rias Baixas.



Fonte: Autoria própria (2025).

O sabor original do *terroir* específico de cada vinícola ressalta a sua própria identidade. Há, assim, unidades que enaltecem os tempos áureos dos antigos *pazos* (grandes fazendas das camadas sociais mais abastadas); outras evidenciam a força do trabalho em cooperativismo e/ou na história por trás da sua constituição; há ainda as que abordam a modernidade ligada à produção ou as outras investem na paisagem, para além das próprias vinícolas (as *rías* ou os jardins dos entornos). Logo, dado o caráter geral de pequeno porte das unidades produtoras, se por um lado a recepção turística pode ser limitada (agendamento sempre prévio e organizados em grupos pequenos), por outro, observa-se uma diversidade de práticas que torna ainda mais singular cada experiência (além de representar um certo controle sobre o turismo de massa).

Por fim, ressalta-se que, para além da paisagem rural, a DOP Rias Baixas reverbera sua identidade na paisagem urbana. Em Santiago de Compostela (Galícia, Espanha), praticamente todos os bares e restaurantes comercializam esse produto, destacando-o no cardápio. Não raro, as cartas se apresentam divididas conforme as subzonas de origem, que são cinco, a saber: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal, Soutomaior e Ribeira do Ulla. Esse cenário evidencia o apreço da população nativa pela sua mais importante IG, que parece estar onipresente em toda mesa galega, enaltecedo a força do seu principal mercado. Segundo o representante do CR, apenas 30% do total de vinhos produzidos na DOP Rias Baixas é destinado ao mercado externo, o que deflagra o grande apelo de sustentabilidade que pulsa de sua produção.

## **7 CONSTRUÇÃO DA PAISAGEM ALIMENTAR ASSOCIADA À IG**

As paisagens analisadas foram, inicialmente, sentidas. O olhar de pesquisadora circunstanciou a análise a partir de uma observação participativa, atenta a todo o conjunto que a paisagem alimentar sintetiza: o alimento, o local e a sua relação social. Para iniciar as análises, torna-se necessário trazer a sumarização de todas as sensações experimentadas, em cada região visitada, para então proceder à classificação sistemática desta que será a paisagem alimentar associada à IG.

Na Canastra, a imediata sensação de secura contrasta com o aconchegante ambiente de cidade pequena, enquanto o “friozinho” que a serra proporciona, o calor do café renomado da região e o sabor inconfundível do Queijo da Canastra, harmonizam-se com perfeição. O farto verde, a exuberância das águas (que surgem a partir da nascente do Rio São Francisco) e os sons do gado e dos pássaros, transmitem paz, incessantemente. A população abraça o visitante com uma afetuositade que nos faz sentir como em casa, mesmo estando bem longe dela. Assim, toda a atmosfera da Canastra respira o casamento entre o que mais se deseja numa boa cozinha: o sabor inconfundível de uma comida afetiva.

No Piauí, os detalhes dos movimentos-pausados dos quadros: os caminhões cheios de cajus chegando; as cores e texturas dos pseudofrutos sendo selecionados; as cajuínas sendo preparadas. O solo seco e quente dá espaço para uma refrescante cajuína gelada, que renova as forças para mais um percurso. Pouco, quase nada, se vê de cajueiro durante as transições entre os ambientes urbano e rural; mas quando ele surge, um verdadeiro oásis se apresenta: seja pela sua sombra imensa, tão desejada, seja pela qualidade de cajus, de portes distintos, que se igualam à beleza de um céu com nuvens cênicas, que só o sertão tem. Nada é capaz de traduzir tanto a mágica desse cotidiano como o suco clarificado virando cajuína, numa transformação de matizes e sabores que só reforçam a força de um patrimônio culinário indiscutivelmente enraizado na cultura alimentar de um território.

Na Galícia, seu povo reconhece o valor de seus patrimônios alimentares e ostenta humildemente a sua riqueza, com o orgulho digno de quem sabe o segredo da preparação perfeita. O sabor autêntico é assim compartido e celebrado, por galegos e pelos visitantes desse território. Uma região verde, úmida, fria é perfeitamente equilibrada com um bom vinho, seco e tranquilo. Este, por sua vez, não pode ser melhor degustado do que com um (ou vários) queijo(s) da região.

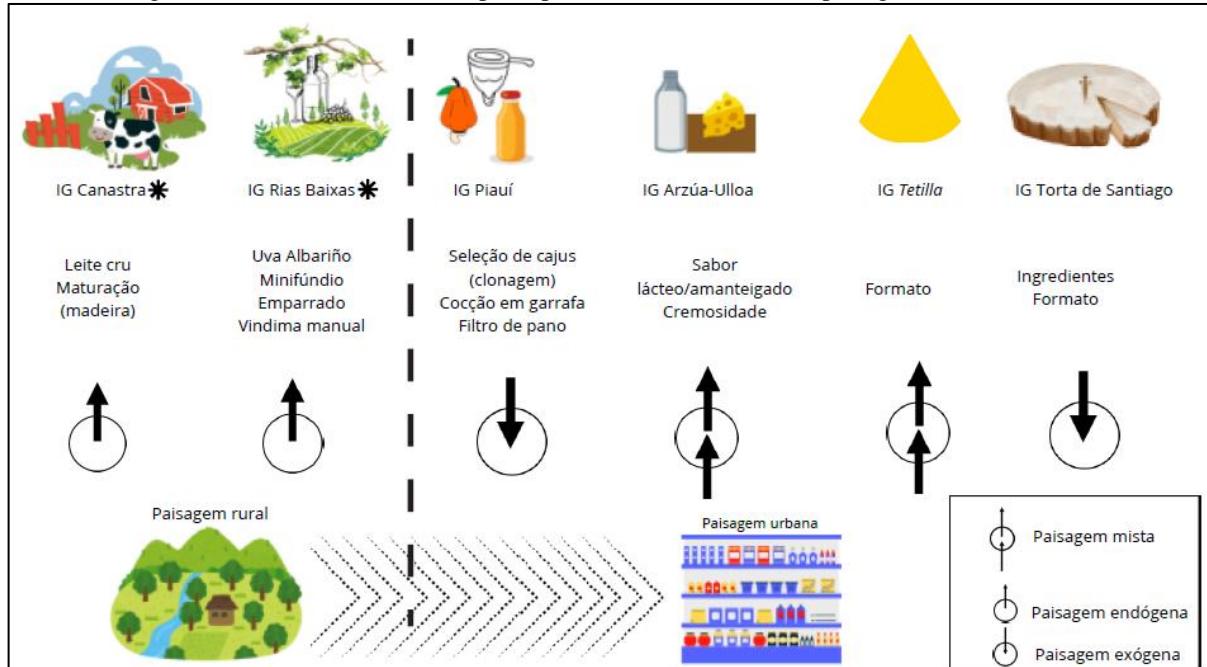
A Galícia nos convida a apreciar os sabores da sua terra. Nos faz perceber, entre as paisagens verdes, os minufúndios se sobressaindo; entre os pastos, os gados soltos se perdendo

de vista; entre a imensidão do mar, os vinhedos fazendo sombra ao seu encontro. Todos esses cenários se conectam a um cardápio que, com o requinte da simplicidade, vem resumir o rico repertório de uma das cozinhas internacionais mais festejadas do mundo. Esse breve panorama ratifica a importância de observar, valorizar e preservar a paisagem ao nosso redor: a paisagem alimentar, a paisagem que nos alimenta (ou pelo menos tem todas as ferramentas para isso). A Galícia já compreendeu como se apropriar com a autoridade de quem reconhece o valor desse cenário e, assim, os galegos provam que é possível somar forças para unir os patrimônios culinários em uma só (vasta e deliciosa) mesa.

### 7.1 Paisagem alimentar: constituindo quadros

Considerando as duas classificações propostas para compreensão preliminar da paisagem (endógena, exógena e mista; rural e urbana), a Figura 28 apresenta a relação imagética entre essas classificações e cada IG analisada.

Figura 28 – Elementos críticos e princípio de reconhecimento da paisagem associada à IG.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: \*As IG Canastra e Rias Baixas também se manifestam nas paisagens urbanas. Dados: Canva (2025).

Ao se evidenciar os padrões-ouro do estudo (IG Queijo da Canastra e IG Rias Baixas), reitera-se que ambos apresentaram expressamente a manutenção da sua originalidade como elementos críticos representativos, resultando em paisagens essencialmente endógenas e rurais, com reverberação no ambiente urbano. A IG Rias Baixas, além de uma paisagem rural

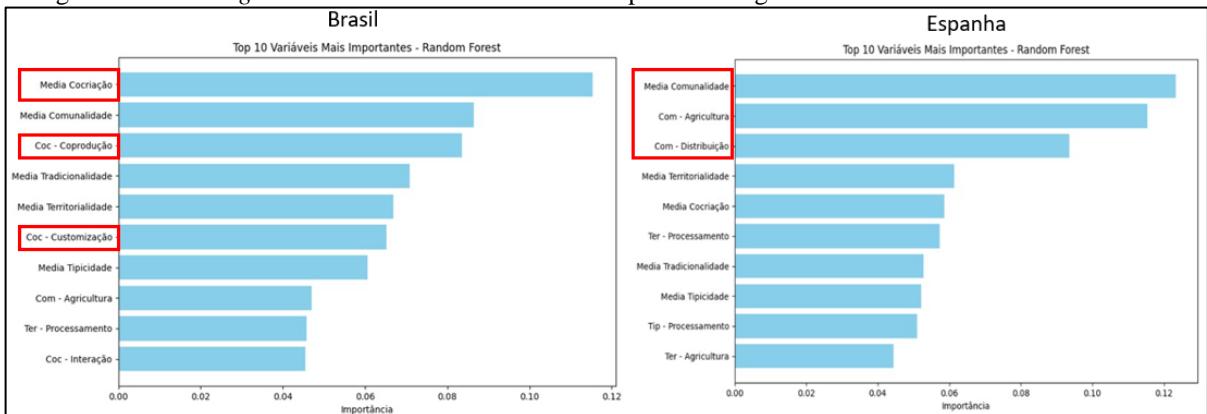
característica, tem forte impacto sobre a paisagem urbana, devido à sua onipresença nos empreendimentos gastronômicos da região, além do fato de serem itens destacados em cartas e/ou vitrines das cidades, ornando essa paisagem. O mesmo ocorre com a IG Canastra, embora reconheça-se que seja ainda um movimento tímido. O fato é que, em ambos os locais, ao chegar na região, é praticamente impossível não entrar em contato com pelo menos a informação sobre a distinção do produto tradicional ali desenvolvido, sendo inegável a reverberação da paisagem rural (relativo à origem) no ambiente urbano (onde muitas vezes ele é consumido).

Por outro lado, as IG Arzúa-Ulloa e *Tetilla*, embora valorizem e destaquem o uso de raças nativas, a alimentação do gado preferencialmente com ração/pasto natural da região, bem como o manejo de fermentos lácteos tradicionais; a adesão à pasteurização (forma de produção majoritária dos produtos mencionados) e o uso de cepas comercialmente mais adequadas ao processamento, são implementações notáveis em seus sistemas produtivos. Inclui-se ainda: a maioria dos produtos comercializados (cerca de 80%) não passa por etapa de maturação (quando aplicada, é restrita ainda a tempo e temperatura controlados e ausência de menção aos utensílios passíveis de uso nesse procedimento); há clara informação quanto ao processo condenscente de industrialização das unidades de produção (enfatizando-se a necessidade de atingir-se meios mais seguros de consumo); há pouca intenção de desenvolvimento de turismo rural para experenciar a produção de queijo com IG. Diante desse cenário, tais IG foram classificadas com paisagens mistas e urbanas (*Pliego de Condiciones de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Queso Tetilla”/“Queixo Tetilla”*, 2020; *Pliego de Condiciones Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Arzúa – Ulloa”*, 2010).

As IG Piauí e Torta de Santiago têm paisagens claramente exógenas. Embora reconheça-se em ambas a relação histórico-cultural dos produtos com o território, a série de fatores externos que impactam diretamente no processamento (principalmente o cultivo dos cajus desvinculado da unidade de produção e sua clonagem (IG Piauí); ingredientes sem vínculo com a região de produção e o formato com grande apelo turístico-religioso (IG Torta de Santiago)) vêm somar para o reconhecimento de uma paisagem fabril, urbana.

Para melhor reconhecimento sobre a paisagem associada, quanto ao impacto de cada fator/subfator de originalidade, inicialmente, foram observados os *rankings* das variáveis mais importantes segundo as florestas de árvores aleatórias (*random forest*) desenvolvidas para as IG em estudo. A Figura 29 apresenta esse levantamento por país.

Figura 29 – Ranking dos dez fatores/subfatores mais importantes segundo as florestas de árvores aleatórias.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: Coc: Cocriação. Com: Comunalidade; Ter: Territorialidade. Tip: Tipicidade. NOTAS: 1) Quando aplicável, variáveis apresentadas por Fator de originalidade - Subfator. 2) A média citada referente ao fator de originalidade é dada como aquela obtida por todos os subfatores a ele relacionados. 3) Em destaque vermelho, os fatores (contabilizando os subfatores/médias) que mais se repetiram em cada país. Dados: adaptado de Meulen (2007); Park e Widjanta (2022).

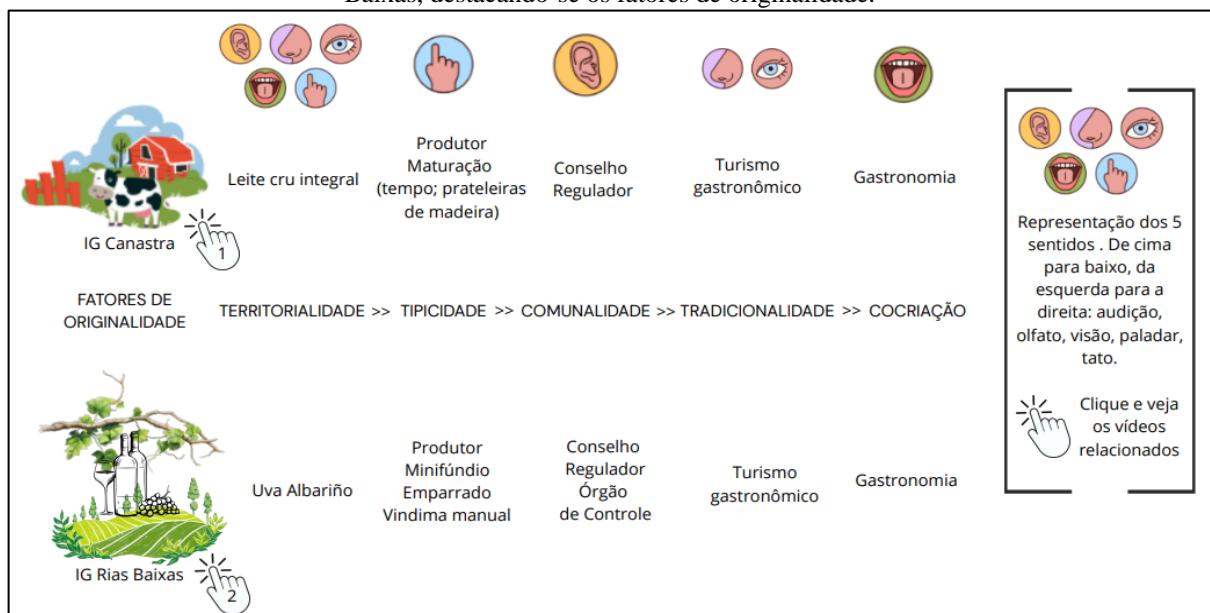
Observa-se grande similaridade entre as 10 variáveis em cada grupo de IG, com algumas especificidades que marcaram suas peculiaridades, enquanto entendimento da representação da IG para sua sociedade. No Brasil, a cocriação (média geral e subfatores coprodução e customização) foi o fator mais presente; na Espanha, a comunalidade ocupou esse lugar (média geral e os subfatores agricultura e delimitação). Ressalta-se que, no Brasil, o subfator interação (fator cocriação) também esteve presente no ranking, enquanto na Espanha, de todas as métricas da variável cocriação, apenas a média geral esteve presente. De forma similar, o subfator distribuição (fator comunalidade), também se soma aos principais resultados encontrados na Espanha, não estando presente no cenário brasileiro. Esses dados trazem um resultado bem interessante: enquanto no Brasil a concentração da importância da IG para os principais grupos relacionados recai sobre a relação final do produto com o consumidor, na Espanha, a organização social, sua representação e coesão para proteção do patrimônio culinário ao longo da cadeia produtiva é sua grande marca, o que justifica o reconhecimento da necessidade de criação de um órgão para apoiar essa estrutura, o OC.

Também na Espanha, os subfatores agricultura/pecuária (fator territorialidade) e processamento (fator tipicidade) foram citados como variáveis importantes, os quais não foram elencados na realidade brasileira. Sobre o primeiro, a falta de relação pode ser devido à espécie das IG estudadas no Brasil, sendo ambas IP. Embora a IG Canastra apresente claramente perfil de DO, essa questão pode ter impactado na listagem final. Quanto ao fator tipicidade/subfator processamento, acredita-se que o reflexo da paisagem (conceito extremamente importante na compreensão da tipicidade – Anexo B) pode ter pesado no resultado final: como observado, no Brasil, há uma dificuldade na visualização da paisagem associada à IG (situação ressaltada no

resultado nas entrevistas), enquanto na Espanha, percebeu-se que os grupos sociais entrevistados se apropriam mais da dessa relação. Vale ressaltar que, na Europa, o termo paisagem e suas derivações são citados quatro vezes na legislação mais importante sobre o tema, sendo um dos elementos passíveis a serem associados a fatores humanos que condicionam a manutenção dos fatores naturais em uma DOP (União Europeia, 2024).

Partindo-se das IG padrões-ouro, a fim de detectar os principais atributos sensoriais implicados ao contexto da IG, um organograma sensorial interativo foi elaborado. Considerando que a presença de todos os fatores de originalidade nos cenários dos dois países (Figura 29) os valida como elementos cruciais para a constituição da paisagem alimentar associada à IG, todos eles foram somados aos elementos críticos levantados (sem distinção quanto aos subfatores). Foram incluídas também as áreas referentes aos grupos sociais analisados no estudo (representantes dos produtores, do CR, do OC (exclusivo das IG galegas), do Turismo e dos profissionais da gastronomia) e outros itens/personagens/condições/sensações relevantes às IG para desenvolvimento dessa imagem. Empregou-se a teoria ator-rede que, de forma simplificada, considera que todos os elementos envolvidos na trama analisada (humanos ou não-humanos) podem atuar contribuindo para evidenciar um cenário no qual diferentes entidades se interligam e se influenciam mutuamente, sem hierarquias de importância predefinidas (Andrade; Marques, 2021). A Figura 30 apresenta o organograma sensorial interativo desenvolvido.

Figura 30 – Organograma interativo dos sentidos mais estimulados pelos principais atores das IG Canastra e Rias Baixas, destacando-se os fatores de originalidade.



Fonte: Autoria própria (2025). NOTA: clicar nos ícones indicados em 1 e em 2 encaminha o leitor para os vídeos correspondentes. Dados: adaptado de Rogério (2018); Meulen (2007); Park e Widjanta (2022); Canva (2025).

Embora a percepção sensorial transite por todo o sistema produtivo e, consequentemente, por todos os fatores de originalidade, a Figura 30 destaca os principais sentidos estimulados em cada fator, embora seja considerado que a territorialidade ressalte a indissociabilidade entre eles. Isso denota que, quanto maior o enraizamento do produto original com a sua área geográfica (incluindo-se os fatores naturais e humanos relacionados), mais intensa a perpetuação desses sentidos ao longo da cadeia de ações da IG. Desta forma, essa fusão sensorial permanece sendo propagada: pela mensagem de sensibilidade que o produtor emite, por meio da produção artesanal (destaque para o tato); pelo panorama relativo à IG, cada vez mais efetivo quando a organização social é fortemente estabelecida por meio da escuta ativa do coletivo que a representa (destaque para a audição); pela cultura local sendo sentida em sua plenitude, quando as experiências em campo são vivenciadas, criando memórias a partir do encontro com a paisagem original (destaque para o olfato e a visão); e pela interação do produto final com o consumidor, que compartilha dos sabores particulares por meio da degustação (destaque para o paladar).

Assim, acredita-se que os fatores de originalidade despertam, estimulam, reforçam e mantém a confluência multissensorial, enquanto a interação entre os atores da rede garante a perpetuação e a evolução do processo ao longo do tempo. Ressalta-se que a figura do produtor, da sua representação (CR e OC, este último aplicado exclusivamente aos casos de IG espanholas) e sua articulação com o mercado (ênfase para os profissionais da gastronomia e agentes de turismo) são os principais responsáveis pelo estreitamento da união dos atores da rede.

Faz-se necessário destacar que a informação prévia do conhecimento relacionado à culinária local, bem como a exposição do consumidor a um ambiente de envolvimento-experiência com a comida tradicional (incluindo degustação de ingredientes/preparações e visualização de cardápio), favorecem a criação de memórias apetitivas. Em relação ao turismo, observa-se que o papel da vivência local, como preditor de experiências memoráveis e autênticas, revela que elementos de serviço interativos têm um efeito significativo na formação de experiências turísticas inolvidáveis, distinguindo os serviços que apenas geram satisfação daqueles que levam à memorabilidade (Zatori; Smith; Puckzo, 2018; Kim et al., 2021). Tendo em vista o estabelecimento de memórias afetivas relacionadas às experiências gastronômicas, o Quadro 31 apresenta perspectivas escalares de composições paisagísticas a partir do alimento.

Quadro 31 – Composições de paisagens vinculadas a experiências gastronômicas memoráveis.

Escala	Exemplo(s) de paisagem (termo científico em inglês)	Definição
Território <sup>a</sup>	Cidade ( <i>Foodscape</i> )*	Compreensão do nexo estabelecido entre pessoas-comida-lugar, relacionada à imagem de uma área geográfica demarcada, onde os alimentos são produzidos e/ou adquiridos e/ou consumidos <sup>a</sup> .
Cômodo	Cozinha ( <i>Kitchenscape</i> )	Vista de um cômodo ou ambiente delimitado onde os alimentos são consumidos
Mobiliário	Mesa ( <i>Tablescape</i> )	Vista de uma peça de mobília ou superfície na qual o alimento é consumido
Recipiente	Prato/Embalagem ( <i>Platescape</i> )	Vista de um recipiente no qual o alimento é consumido
Composição	Alimento ( <i>Foodscape</i> <sup>a</sup> )	Vista de um item comestível que será consumido

Fonte: adaptado de Sobal; Wansink (2007); \*Autoria própria (2025). Legenda: <sup>a</sup>Nesse caso, a tradução seria “paisagem do alimento” e não paisagem alimentar. NOTA: tradução livre.

Analizando-se o Quadro 31 e contextualizando-o para o cenário das IG, observa-se que a experiência gastronômica se torna plena quando todas as escalas se alinham na órbita do patrimônio culinário. Logo, o produto vinculado à IG tem forte associação com a territorialidade e as paisagens com o foco no alimento (independente das escalas apresentadas: *Kitchenscape*, *Tablescape*, *Platescape*, *Foodscape*) envolvem os sentidos, por vezes experimentados exclusivamente no ato da comensalidade. A gastronomia, apesar de estar geralmente concentrada na ponta da cadeia produtiva, fortalece os fatores de originalidade, sendo uma área fundamental à prestação de serviços interativos, que estreitam o nexo pessoas-comida-lugar (inerente à compreensão da paisagem alimentar), reforçando a memorabilidade e, consequentemente, a tradição a ela atrelada.

O turismo imbricado à IG, como aplicado aos padrões-ouro em estudo (IG Canastra e IG Rias Baixas), evidencia o poder dessa lógica: com a cadeia produtiva sendo plenamente contemplada na própria unidade de produção (a grosso modo: cultivo e/ou processamento, distribuição e venda), fortalece-se a imagem e o diferencial da IG, concretizando o vínculo que se espera ter no consumo de um patrimônio culinário: transpor mutuamente o saber fazer tradicional ao ato da comensalidade, consolidando a paisagem alimentar vinculada à IG. Ressalta-se que a parceria das organizações sociais dos produtores (notadamente o CR das IG) com escolas, universidades e/ou centros de pesquisas estreita a força do patrimônio culinário junto à população nativa, que tende a promover cada vez mais a força cultural do seu território e, consequentemente, agregar ainda mais valor a esse sistema.

Portanto, ratifica-se que os fatores de originalidade (incluindo-se seus subfatores) são os elementos constituintes da paisagem alimentar associada à IG. Nela, estão inseridos os elementos críticos de cada IG, os quais são identificados por meio da análise entre tradição e inovação, peculiar a cada caso. Os elementos críticos costumam apresentar-se na paisagem

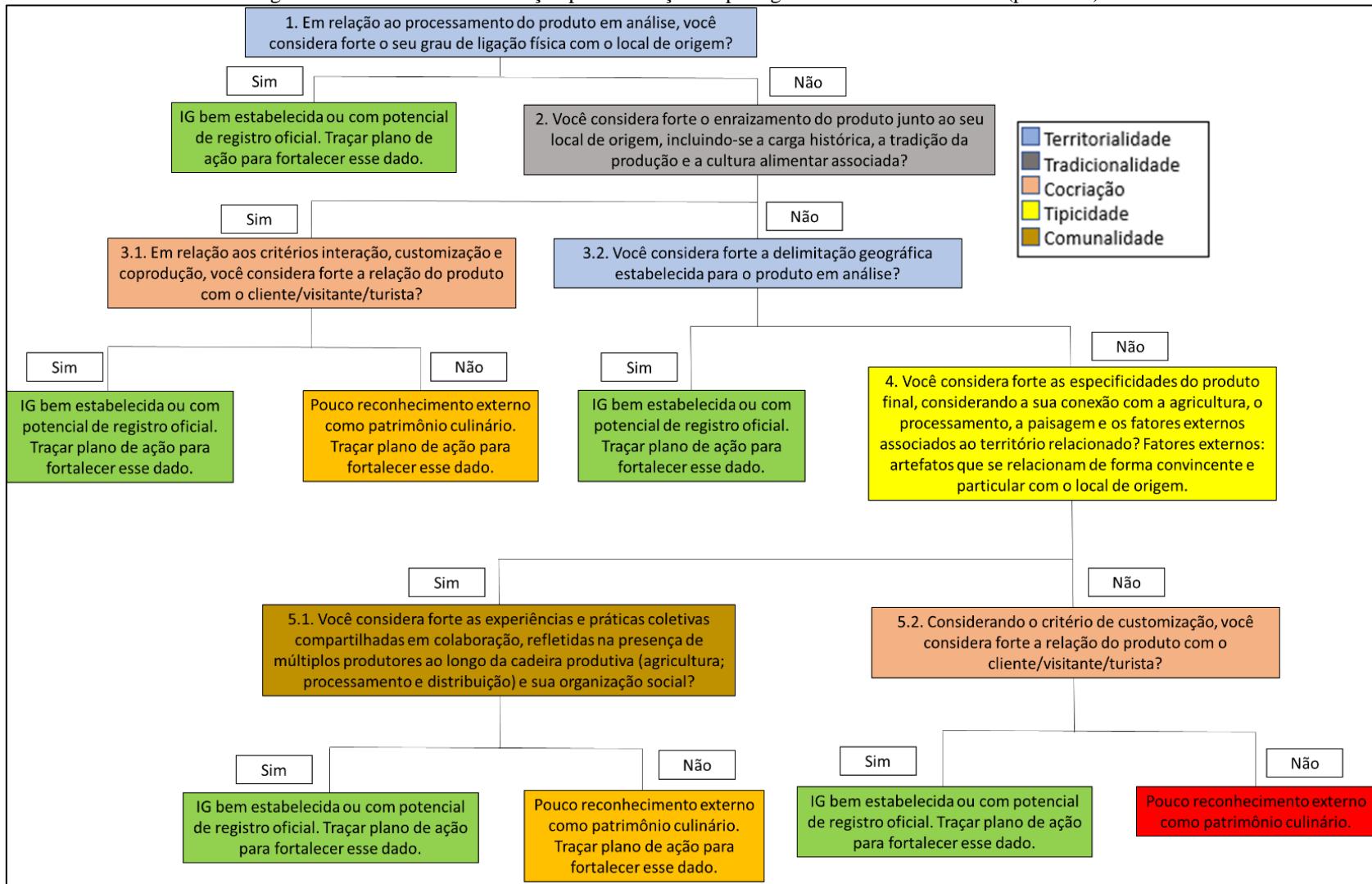
alimentar como matérias-primas nativas e/ou formas-conteúdos associados ao processamento, que resultam no produto gastronômico relacionado ao saber fazer original.

Considerando o alto nível de controle necessário à implementação e manutenção de uma IG, os grupos sociais apresentados nesse estudo são fundamentais para garantir a elevada qualidade que se espera de um produto chancelado. Os produtores, o CR e o OC, atuando na perpetuação dos rigores normativos quanto ao padrão estabelecido no CET da IG; os profissionais da gastronomia, selecionando os melhores produtos, tendo em vista os valores ético-profissional de seus empreendimentos (atingindo-se assim o perfil de consumidor final a quem se direciona as vendas); os profissionais do turismo, na perspectiva de vislumbrar rotas que incluam as IG, partindo-se de estratégias que contribuam para o bem-estar social da comunidade envolvida com essa tradição.

### **7.1.2 Metodologia para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG**

A Figura 31 apresenta a árvore de classificação desenvolvida.

Figura 31 – Árvore de classificação para avaliação da paisagem alimentar associada à (potencial) IG.



Fonte: Autoria própria (2025). Legenda: As cores refletem sua relação com os fatores de originalidade, conforme indica a própria ilustração.

Dados: Resultados do formulário adaptado de Meulen (2007); Park e Widjanta (2022) aplicado aos entrevistados no estudo.

De forma complementar, práticas observadas em campo foram sumarizadas, na tentativa de apontar contribuições factíveis para resolução dos problemas que ressoam na paisagem alimentar associada à IG, apresentada como resposta ao método. O Quadro 32 apresenta esses dados, que podem contribuir na elaboração dos planos de ação a serem traçados, respeitando-se as singularidades de cada caso.

Quadro 32 – Sugestão de resoluções para mitigação das fragilidades encontradas na árvore de classificação.

<b>Pergunta da árvore (nº correspondente)</b>	<b>Fator (subfator(es)) relacionados</b>	<b>Sugestão de resolução dos problemas que podem estar envolvidos</b>
1	Territorialidade (processamento)	Estudo sociocultural para levantamento da origem do produto e dos locais onde sua produção e/ou uso são tradicionalmente mantidos. Registro e estudo das técnicas de processamento características do produto tradicional.
2	Tradicionalidade (carga histórica, produção e cultura alimentar)	Pesquisa histórica e sociocultural sobre a relação do produto com o lugar e a comunidade envolvida com a produção. Levantamento dos livros de receitas ou documentos de impressa para verificação da relação da população do território com o produto.
3.1.	Cocriação (interação, customização e coprodução)	Promoção em feiras e eventos gastronômicos. Divulgação do produto em redes sociais e imprensa. Levantamento de inovações passíveis. Desenvolvimento de comunicação interativa junto ao cliente ( <i>QR Code</i> ). Estudo de viabilidade/elaboração de projeto para atendimento ao cliente na unidade de produção. Parecerias/participações em atividades/serviços correlatos (públicos/privados, incluindo projetos com editais de financiamento).
3.2.	Territorialidade (delimitação geográfica)	Censo/georreferenciamento das unidades produtoras em funcionamento relacionadas ao produto legitimamente consagrado. Levantamento da origem do produto e da região produtora historicamente renomada e em vigor. Estudo etnobotânico e sociocultural para viabilidade de melhoramento genético. Desenvolvimento de rotas gastronômicas ou aulas colaborativas/demonstrativas com clientes/visitantes/turistas.
4	Tipicidade (agricultura, paisagem, processamento e fatores externos)	Levantamento dos elementos críticos constituintes do patrimônio culinário. Caracterização da paisagem. Inserção do produto na paisagem, por meio da análise dos elementos críticos. Reforçar as qualidades peculiares como formas-conteúdos (incluindo a micropaisagem, por exemplo, rótulo do produto, reposicionamento do signo distintivo ou idealização da representação gráfica da IG a ser implementada).
5.1.	Comunalidade (agricultura, processamento e distribuição)	Desenvolvimento de organização social que represente os produtores que integram o sistema alimentar relacionado (desde o produtor primário (agricultor) até o processador e/ou o distribuidor final).
5.2.	Cocriação (customização)	Desenvolvimento de ferramentas de personalização do produto, que não descaracterizem o mesmo e favoreça a perpetuação da memória afetiva/apetitiva relacionada. Desenvolvimento de rotas gastronômicas ou aulas colaborativas/demonstrativas com clientes/visitantes/turistas.

Fonte: Autoria própria (2025).

Quanto à aplicação desta metodologia, a árvore pode ser empregada em IG estabelecidas ou em desenvolvimento. Para as IG estabelecidas, é indicada para auxiliar na identificação das

principais qualidades e fragilidades a serem mitigadas, promovendo a manutenção do registro, na perspectiva de ampliação de seu reconhecimento. Para as IG em potencial, espera-se subsidiar o fortalecimento do requerimento de solicitação do registro, com repercussão sobre o CET. Ressalta-se que esse modelo visa a valorização de patrimônios culinários tácitos, de forma que as IG por conveniência (que se apropriam das brechas da legislação para usufruir das benesses que o recurso proporciona, como aponta Müller (2012)), não se enquadram no método proposto.

Pressupõe-se sua implementação em campo, junto aos representantes dos grupos sociais vinculados à IG, incluídos nesta tese: produtores, CR, OC (quando aplicável), Gastronomia e Turismo. Ressalta-se que estes devem estar inseridos na região demarcada e atuar na ordem político-administrativa correspondente ao território protegido (conforme o caso). Deve-se considerar a saturação dos dados ao longo da aplicação dos questionários. Na presente tese, constatou-se que a participação de um a dois representantes de cada grupo social é adequada, com exceção do grupo de Gastronomia. Devido à amplitude de serviços que congrega, uma variedade maior pode ser necessária a este último grupo, sendo a técnica de bola de neve (preferencialmente executada junto aos representantes do CR e do Turismo) fundamental no processo de definição dos entrevistados. Em campo, é possível a inclusão ou a redução do total inicialmente idealizado, tendo-se como referência a experiência prática do entrevistador em matéria de IG.

Em relação às repostas ao uso desta metodologia, estimula-se que todos os questionamentos subsequentes que originaram o resultado final “IG bem estabelecida ou com potencial de registro” (Figura 30) sejam revisitados, observando-se a possibilidade de incremento às soluções da realidade encontrada, embora a última pergunta seja a prioritária, tendo em vista o desenvolvimento de um plano de ação corretivo imediato. Por outro lado, em IG não estabelecidas, na ocorrência do resultado “pouco reconhecimento externo como patrimônio culinário” (Figura 30), estimula-se ainda a conformidade do pleito, mediante a verificação da indicação de outras formas de proteção intelectual do produto em análise, que podem vir a ser melhores alternativa para o caso (como marca, marca coletiva, segredo industrial, entre outros), caso a paisagem resultante não seja promissora ao registro de IG (enquanto sua representatividade como patrimônio culinário).

Considerando ainda que a paisagem alimentar é dinâmica e fluida, incentiva-se estabelecer um procedimento de manutenção de uso da ferramenta ao longo do tempo, com frequência previamente pré-determinada, ou sempre que o cenário inspirar a necessidade de ajustes, segundo as deliberações do CR. Julga-se pertinente aplicar esta metodologia sobretudo

quando planejadas alterações no CET do produto pelo CR, obedecendo-se a sua periodicidade conforme a legislação vigente (Brasil, 2022).

Além disso, mesmo com os recursos disponíveis genericamente no Quadro 32, o levantamento dos elementos críticos específicos à IG junto aos grupos sociais é indispensável para a elaboração do plano de ação, sendo obtido por meio da análise entre tradição e inovação, ao observar-se como essa relação repercute no território renomado. Após a identificação dessas variáveis, deve-se promover a sensibilização quanto à perpetuação da tradicionalidade da produção, personificando-as se necessário (Figura 29), em respeito aos modos de saber e fazer originais. Assim, ressalta-se a necessidade de uma profunda reflexão quanto à inclusão de inovações, a fim de não se descharacterizar o patrimônio culinário em análise, operacionalizando as ações protetivas em prol da manutenção da sua essência.

De forma complementar, cabe destacar a necessidade de, durante o processo de aplicação do plano de ação desenvolvido, agir em consideração com a preservação da paisagem, preocupando-se com a sua integridade. Dessa forma, deve-se ter muita atenção principalmente em relação ao fetichismo do consumo da paisagem, como é explorado no turismo de massa e em outras estratégias de visibilidade comercial, cuja fundamentação é estritamente capitalista. Logo, o pensamento-paisagem que permeou o desenvolvimento do método deve estar presente sob a ótica da sustentabilidade do sistema em análise e na sua interrelação com a sociobiodiversidade característica do território resguardado ou com pretensão de proteção.

Em conclusão, é importante mencionar que se trata de um método flexível, que pode ser aplicado da forma mais conveniente para o crescimento da IG. Ou seja, embora recomende-se obedecer a ordem proposta, dado a robustez dos resultados matemáticos que sustentaram sua criação (Apêndice I), seu uso poderá seguir uma organização não sequenciada. Logo, a intenção é desenvolver uma revisão objetiva dos elementos mais fortemente relacionados ao patrimônio culinário em análise, em prol da melhoria do atual quadro que retrata o seu posicionamento no mercado enquanto IG.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta tese apresentou a análise de IG no Brasil e na Espanha, destacando-se aquelas com registros patrimoniais mútuos, discussão subsidiada pela compreensão e diferenciação desses ativos no cenário brasileiro. Os estudos de casos proporcionaram a obtenção de dados inéditos, ampliando principalmente o conhecimento que abarca a Gastronomia, ao colocá-la como um dos enfoques principais, relacionando-a aos demais temas prioritários, notadamente a IG e o patrimônio culinário, a partir do pensamento geográfico. Além disso, as ciências gastronômicas tiveram o seu destaque na repercussão dos dados econômicos, sociais e políticos avaliados, sob o viés da construção da paisagem alimentar, sendo esse vínculo destacado principalmente a partir do levantamento das abordagens da Gastronomia Tradicional, sendo elas a histórico-cultural e institucional e a técnico-tecnológica. Nesse percurso, verificou-se que a Gastronomia se mostrou uma disciplina acadêmica com grande potencial e competência para transitar entre a pesquisa e a extensão, intermediando essa conexão com habilidade, sobretudo devido ao seu caráter interdisciplinar e natureza teórico-prática.

Cada patrimônio culinário é único e a compreensão sobre sua proteção por meio da IG obedece a esse pressuposto. Entretanto, conhecer as particularidades de cada IG e estabelecer conexões entre elas possibilita incrementar a amplitude da proteção, ao sugerir estratégias de mitigação das fragilidades encontradas a partir de casos reais. Assim, o processo de controle de qualidade de uma IG pode indicar formas que se enquadram em outras situações, a exemplo do uso de tecnologias digitais utilizadas para a garantia da rastreabilidade. Além disso, outros produtos e serviços correlacionados à IG e vinculados à região de origem podem contribuir para melhorar o desenvolvimento territorial, como o turismo gastronômico e as marcas coletivas, iniciativas capazes de serem replicadas com sucesso em outras IG, favorecendo o cenário pós-IG, um dos grandes desafios observados de forma geral no contexto brasileiro.

A IG Queijo da Canastra é um dos casos no qual evidencia-se a convergência de procedimentos que qualificam o território e resguardam o controle da originalidade. A abordagem histórico-cultural e institucional levantada apresenta a força dos produtores e de sua coletividade representada, os quais nunca desistiram de lutar pelo reconhecimento do seu queijo artesanal, tornando esta uma das IG mais valorizadas no Brasil e no mundo. Nesse processo, algumas contradições enalteceram a importância de elementos, como a estante de madeira para maturação do queijo e o uso de leite cru, atrelando ao simbolismo os conhecimentos científicos que sustentaram a manutenção dessa (micro)paisagem vinculada à unidade de produção.

A IG Piauí, por sua vez, apresenta uma abordagem técnico-tecnológica mais evidente, devido à relação de resiliência estabelecida junto à modernização da forma de fazer cajuína, cujo hábito alimentar é socialmente difundido no território. Em contrapartida, a manutenção do uso de filtro de pano parece figurar como o elemento que a comunidade envolvida com sua produção mais associa a elaboração atual à tradição, sendo um dos argumentos mais apresentados para sustentar a origem piauiense do produto. Há poucos dados a serem avaliados em termos de pós-IG, uma vez que houve descontinuidade das atividades do CR após a obtenção do registro. Tal situação ressalta a importância de medidas político-institucionais que permaneçam apoiando a IG, para além da concessão formal do registro.

Na Galícia, um dos dados mais ressaltados nesta tese foi o suporte político-administrativo que sustenta os patrimônios culinários dessa Comunidade Autônoma, que justifica o lugar de destaque que esse território ocupa no mundo, em matéria de IG. O trabalho desenvolvido pela ACAGAL (OC das IG estudadas) é estratégico para a formalização dos registros e para o apoio de suas atividades no decorrer do processo pós-IG, principalmente no que tange ao estabelecimento de personalidade jurídica própria. A rede de proteção das suas IG envolve controles rígidos e estabelecimento de parcerias, que ampliam a promoção do território, destacando-se a hotelaria (turismo e gastronomia) como um dos setores mais visados. O forte lastro que o OC oferece às IG espanholas pode servir de modelo para que outros países possam melhor apoiar a criação e a manutenção de IG legítimas de seus territórios, a exemplo do Brasil.

Quanto aos grupos sociais, de forma geral, os produtores entrevistados apresentaram convicção clara sobre sua importância na manutenção da tradição e foram condescendentes ao turismo associado à IG, com destaque para a visitação das unidades de produção. Os representantes do CR enfatizaram a importância e a preocupação em relação ao controle de fraudes dos produtos. Os representantes da Gastronomia sintetizaram o grupo mais heterogêneo quanto ao tipo de trabalho associado à IG (desde consultores a donos/gerentes de estabelecimentos em distintas áreas do setor de A&B), ratificando o reconhecimento do valor do patrimônio culinário por este grupo, enquanto os representantes do turismo vislumbram a ampliação do alcance desse serviço atrelado à IG (em favorecimento ao desenvolvimento territorial da região), respeitando-se a sustentabilidade do sistema.

Vale ressaltar que a elaboração de preparações gastronômicas à base de produtos com IG é um tema que tem crescido em importância na União Europeia, havendo atualmente disposições legais que versam sobre a matéria. Entretanto, tanto nesse bloco econômico como no Brasil, observa-se que a regularização dessa relação em estabelecimentos gastronômicos ainda não foi contemplada. Por um lado, essa situação ratifica a importância dos profissionais

da gastronomia na difusão desses produtos, isentando-os de controle; por outro, acredita-se que o uso indevido de IG nos cardápios (sem a devida rastreabilidade atestando sua qualidade) configura-se comércio desleal.

Nesse viés, em termos comparativos, no Brasil, a paisagem alimentar associada à IG foi um tema pouco (re)conhecido pelos grupos sociais envolvidos diretamente com a IG (produtores e representantes do CR e do OC), enquanto na Espanha, observou-se um avanço sobre sua compreensão pelos participantes da pesquisa, ratificada na presença da paisagem na legislação europeia sobre o tema, de forma cada vez mais representativa. Ressalta-se que os produtos galegos são diversos e sua paisagem alimentar, de maneira geral, integra com muita fluidez as paisagens rurais e urbanas. É orgânico fazer o vínculo do emparrado à vindima das uvas verdes; destas, ao vinho Albariño; do seu preparo no campo, ao consumo no centro histórico de uma cidade galega. Além da IG Rias Baixas, a clareza do valor de cada patrimônio culinário galego protegido por IG faz com que produtos como as IG Queijo *Tetilla*, Queijo Arzua-Ulloa e Torta de Santiago tenham lugar garantido nas gôndolas de maior destaque dos mercados ou nos cardápios dos bares e restaurantes tradicionais da Galícia, independentemente do porte.

Embora no Brasil a IG Queijo da Canastra apresente estrutura robusta e competitiva, incluindo-se nessa análise os cenários brasileiro e galego, a paisagem alimentar parece não dialogar com o patrimônio culinário, uma vez que a população local, de maneira geral, faz uma nítida separação entre a paisagem e a gastronomia. Assim, embora na prática os estabelecimentos gastronômicos apresentem cardápios convidativos ao consumo do queijo e grande parte das fazendas atendam aos turistas (que costumam consumir o queijo nesse ambiente), o turismo de aventura/ecoturismo parece ser o detentor da paisagem, no imaginário popular, havendo uma dissociação da paisagem em relação à gastronomia. Sugere-se que atividades formativas nesse sentido sejam implementadas, uma vez que o controle de qualidade das unidades e a paisagem local da região criam um sistema integrado, de altíssima qualidade, sendo favorável a articulação do turismo de aventura ao gastronômico, beneficiando ambos e promovendo a região. Nesse sentido, ressalta-se que é importante que os produtores tenham interesse nessas práticas, sendo eles os protagonistas desse processo, respeitando-se a sustentabilidade do sistema e coibindo práticas de turismo em massa.

Tomando-se tanto as IG galegas quanto as brasileiras como referência, a construção da paisagem alimentar associada à IG foi desenvolvida. Para isso, inicialmente, classificações foram definidas, como as paisagens endógenas e exógenas e suas relações com as paisagens urbanas e rurais. Nesse ínterim, verificou-se que a relação entre tradição e inovação foi

fundamental para a compreensão das singularidades das IG, sendo a detecção das formas-conteúdos necessárias à compreensão da essência do patrimônio culinário e suas transformações ao longo do tempo. Foram também definidos IG padrões-ouro, sendo elas a IG Queijo da Canastra e a IG Rias Baixas, para o aprofundamento dessa paisagem.

Assim, os fatores de originalidade foram reconhecidos como os elementos críticos constituintes da paisagem alimentar associada à IG, sendo eles: territorialidade, tradicionalidade, tipicidade, comunalidade e cocriação. Este último foi uma das grandes contribuições que esta tese apresenta como legado, uma vez que o acréscimo deste fator (e seus subfatores relacionados) ao Método de Definição Normativa para Produtos Alimentícios de Origem é um dos dados mais representativos no desenvolvimento da metodologia criada. A sua múltipla presença nos resultados das Florestas Aleatórias (três vezes no panorama brasileiro e uma vez no espanhol) e na árvore de classificação (duas vezes) confirma sua importância, além da robustez do método matemático aplicado que originou o método prático, comprovando sua acurácia. Além disso, o organograma sensorial interativo pode contribuir para melhor apresentar as paisagens alimentares associadas às IG, ao focar nos fatores de originalidade, destacando-se a participação da própria comunidade envolvida com a produção da IG.

A metodologia desenvolvida (que inclui a árvore de classificação e a sugestão de lista de resoluções vinculadas à resposta árvore) é recomendada para o fomento de medidas protetivas específicas a cada caso, ao atuar na salvaguarda do patrimônio culinário em análise, em um cenário onde visa-se a ampliação do seu reconhecimento no mercado, incluindo-se o consumo seguro. Além disso, seu uso é passível a territórios de pretensas IG, em prol do estabelecimento desses registros, afinando os principais pontos conceituais às paisagens alimentares associadas às mesmas.

É importante também evidenciar a contribuição das vitrines nesse contexto. Nas unidades de produção, elas vinculam as paisagens internas às externas, como no caso da IG Queijo da Canastra. É demonstrado o desenvolvimento de formas de interação segura, em relação à visualização do processo de elaboração do produto pelo visitante. As vitrines nos supermercados também devem ser citadas, uma vez que evidencia que o patrimônio culinário pode (e deve) estar disponível e configurar como um produto de destaque no hábito alimentar da população. Na Espanha, produtos galegos com IG ganham destaque, enquanto no Brasil, a IG Piauí sobressai-se nesse contexto. Além disso, observa-se que a paisagem, nem sempre retratada nos rótulos e/ou signos distintivos, é uma forma de comunicação direta com o consumidor, podendo configurar como uma estratégia de valorização e reconhecimento da paisagem alimentar associada a IG, servindo de estratégia para iniciar/desenvolver/valorizar a

conexão das paisagens rurais às paisagens urbanas. Assim, é possível favorecer iniciativas futuras de turismo gastronômico imbricado à IG, caso seja conveniente aos grupos sociais envolvidos, notadamente os produtores e os representantes do CR/OC.

Este estudo, de cunho exploratório, espera que o mesmo derive ainda mais conhecimento sobre as IG, sobretudo no que concerne à sociobiodiversidade das produções tradicionais em seu território de origem, uma vez que é um tema relativamente novo, na perspectiva de reconhecimento normativo da IG. Ressalta-se que a IG não se configura como uma ferramenta de gestão ambiental, mas gradativamente têm agregado essa demanda à sua rotina, sendo a noção de paisagem cada vez mais apresentada e debatida nessa perspectiva. Além disso, relacionar esse tema aos indicadores econômicos correlatos (como produtos, serviços e empregabilidade), promoveria um avanço importante na perspectiva do real impacto da IG junto ao desenvolvimento territorial.

Em adição, a compreensão das microescalas das paisagens alimentares também apresenta um potencial de estudo interessante, não apenas em relação à IG, mas principalmente em relação ao estudo das ciências gastronômicas em geral. Sua articulação com as abordagens das paisagens alimentares (espacial, sociocultural, comportamental e sistêmica) possibilita o fortalecimento da área, com a diversidade que estudos multidisciplinares convergem, trazendo ineditismo. Por fim, espera-se que esta tese possa contribuir para que mais patrimônios culinários sejam protegidos, de forma que a comensalidade vinculada resista e a manutenção da sua existência seja celebrada, principalmente pelos produtores, verdadeiros guardiões dos saberes e fazeres tradicionalmente perpassados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AB'SABER, A. N. **Os domínios de natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. 160 p.
- ACEVIN.** Disponível em: <<https://www.acevin.es/>>. Acesso em: 21 jul. 2025.
- ÅHMAN, H. Social sustainability—society at the intersection of development and maintenance. **Local Environment**, v. 18, n. 10, p. 1153-1166, 2013.
- ALBÁN, M. R. S. A muller galega na Bahia dos anos 50. In: VII CONGRESSO INTERNACIONAL DE ESTUDOS GALEGOS, Mulleres em Galicia, Galicia e outros pobos da Pensínsula, Barcelona, 2007. **Actas [...].** Barcelona: 2007.
- ALMANSOURI, M.; VERKERK, R.; FOGLIANO, V.; LUNING, P. A. Exploration of heritage food concept. **Trends in Food Science & Technology**, v. 111, p. 790-797, 2021.
- ALMOMANI, A.; SAAVEDRA, P.; BARREIRO, P.; DURÁN, R.; CRUJEIRAS, R.; LOUREIRO, M.; SÁNCHEZ, E. Application of choice models in tourism recommender systems. **Expert Systems**, v. 40, n. 3, p. e13177, 2023.
- ANDRADE, E.; MARQUES, R. M. Teoria Ator-Rede (TAR) como alternativa à superação das dualidades presentes nos estudos de comportamento informacional. **RDBCi: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 19, p. e021028, 2023.
- APROCAN.** Disponível em: <https://queijodacanastra.com.br/>. Acesso em: 24 abril 2025.
- BESSIÈRE, J.; TIBÈRE, L. Innovation et patrimonialisation alimentaire: quels rapports à la tradition? **Le mangeur**, p. 1-10, 2010.
- BASTOS, L. S. **Interação entre conhecimentos em um sistema inovativo: fortalecimento e consolidação da cadeia produtiva do queijo minas artesanal da Canastra.** 2022. 243 f. Tese (Doutorado Política Científica e Tecnológica) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2022.
- BAUMAN, Z. **Globalização:** as consequências humanas. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BEBER, A. M. C.; GASTAL, S. Cadernos de receitas e histórias de vida: consolidando memórias e saberes tradicionais. **Movendo Ideias**, v. 22, n. 1, p. 06-14, 2018.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. **International Social Science Journal**, v. 58, n. 187, p. 109–116, 2006.
- BJÖRK, P.; KAUPPINEN-RÄISÄNEN, H. Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. **Tourism Management**, v. 71, p. 466-475, 2019.

BOURDIEU, P. **A distinção:** crítica social do julgamento. Tradução de Daniela Kern e Guilherme J. F. Teixeira. Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOWEN, S.; DE MASTER, K. New rural livelihoods or museums of production? Quality food initiatives in practice. **Journal of Rural Studies**, v. 27, n. 1, p. 73-82, 2011.

BRASIL. Lei 1.283, de 18 de dezembro de 1950. Dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal. **Diário Oficial da União**, Rio de Janeiro, 18 de dezembro de 1950.

BRASIL. Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952. (Revogado pelo Decreto nº 9.013, de 29/3/2017). Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. **Diário Oficial da União**, Rio de Janeiro, 29 de março de 1952.

BRASIL. Decreto do Conselho de Ministros nº 1.255, de 25 de junho de 1962. Altera o Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952, que aprovou o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. **Diário Oficial da União** Brasília, DF, 04 de julho de 1962.

BRASIL. Portaria nº 1.428, de 26 de novembro de 1993. Aprova o "Regulamento Técnico para Inspeção Sanitária de Alimentos", as "Diretrizes para o Estabelecimento de Boas Práticas de Produção e de Prestação de Serviços na Área de Alimentos", o "Regulamento Técnico para o Estabelecimento de Padrão de Identidade e Qualidade (PIQ's) para Serviços e Produtos na Área de Alimentos". **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 02 de dezembro de 1993.

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 15 de maio de 1996.

BRASIL. Decreto n. 3.551, de 04 de agosto de 2000a. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 4 de agosto de 2000.

BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. Instrução Normativa nº 1, de 07 de janeiro de 2000b. Aprova o Regulamento Técnico Geral para fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para polpa de fruta. **Diário Oficial da União**, Brasília, 10 de janeiro de 2000.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Resolução nº 001, de 03 de agosto de 2006. Determina os procedimentos a serem observados na instauração e instrução do processo administrativo de Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial. **Diário Oficial da União**, Brasília, 23 de março de 2007.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 30, de 7 de agosto de 2013. Permite que os queijos artesanais tradicionalmente elaborados a partir de leite cru sejam maturados por um período inferior a 60 (sessenta) dias, quando estudos técnico-científicos comprovarem que a redução do período de maturação não compromete a qualidade e a inocuidade do produto. **Diário Oficial da União**, Brasília, 08 de agosto de 2013.

BRASIL. Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017. Regulamenta a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989, que dispõem sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 29 de março de 2017

BRASIL. Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018. Altera a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, para dispor sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 14 de junho de 2018.

BRASIL. Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019. Dispõe sobre a elaboração e a comercialização de queijos artesanais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 27 de setembro de 2019.

BRASIL. PORTARIA/INPI/PR nº 46, de 14 de outubro de 2021. Institui os selos brasileiros de Indicações Geográficas e dispõe sobre sua finalidade, direitos de uso e formas de utilização. **Diário Oficial da União**, Brasília, 18 out. 2021.

BRASIL. PORTARIA/INPI/PR nº 4, de 12 de janeiro de 2022a. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas, dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e sobre o Manual de Indicações Geográficas. **Diário Oficial da União**, Brasília, 15 jan. 2022.

BRASIL. Decreto nº 11.099, de 21 de junho de 2022b. Regulamenta o art. 10-A da Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019, para dispor sobre a elaboração e a comercialização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 22 de junho de 2022.

BRASIL. Portaria nº 531, de 16 de dezembro de 2022c. Estabelece requisitos para concessão dos selos ARTE e Queijo Artesanal pelos órgãos de agricultura e pecuária federal, estaduais, municipais e distrital; define os padrões de numeração de logotipos dos selos de identificação artesanal; e institui o Manual de Auditoria do processo de concessão de selos de Identificação Artesanal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 19 de dezembro de 2022.

BRILLAT-SAVARIN, J.-A. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Cia das Letras, 1995. 352 p.

BRITO, C. O. **Indicação geográfica do azeite de dendê e turismo em Taperoá – BA: possibilidades para desenvolvimento territorial**. 2023. 168 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

BRYŁA, P. The role of appeals to tradition in origin food marketing. A survey among Polish consumers. **Appetite**, v. 91, p. 302-310, 2015.

CALDAS, A. S. **Globalização em Territórios Periféricos. Os sistemas produtivos rurais da Bahia e da Galícia**. Salvador: UNIFACS, 2006.

CALDAS, A. S.; ARAÚJO, C. C. de; COURY, R. L. M. As Indicações Geográficas (IGs) como estratégia de desenvolvimento territorial: desafios e potencialidades no distrito de Maragogipinho, Aratuípe, BA. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**, v. 3, n. 38, p. 81 – 108, 2017.

CALDAS, A. S.; MATOS, L. C. P. MATOS, M. F. R de.; SANTOS, P. H. S. Registros patrimonial e de Indicação Geográfica: considerações sobre a proteção do patrimônio culinário no Brasil. In: LIMA, A. S. M.; CARVALHO, F. L. Q.; MESEDER, S. L. (Org.). **Ciência, tecnologia e inovação em demanda.** Salvador: Editora UNEB, 2024, p. 84-108.

CAMBESES-FRANCO, C.; GONZÁLEZ-GARCÍA, S.; CALVO-MALVAR, M.; BENÍTEZ-ESTÉVEZ, A. J.; LEIS, R.; SÁNCHEZ-CASTRO, J.; GUDE, F.; FEIJÓ, G.; MOREIRA, M. T. A clustering approach to analyse the environmental and energetic impacts of Atlantic recipes - A Galician gastronomy case study. **Journal of Cleaner Production**, v. 383, p. 135360, 2023.

CAMPOS, C.; GALLEGOS, M.; VILLANUEVA, P.; LASO, J.; DIAS, A. C.; QUINTEIRO, P.; OLIVEIRA, S.; ALBERTÍ, J.; FULLANA-I-PALMER, P.; MÉLON, L.; SAZDOVSKI, I.; ROCA, M.; XIFRÉ, R.; MARGALLO, M.; ALDACO, R. Life cycle assessment to address the environmental impacts of tourism in a Spanish tourist destination: The case of Rias Baixas (Galicia) holidays. **Science of The Total Environment**, v. 896, p. 166242, 2023.

**CANAL RURAL. Canastra fake: quase mil queijos falsificados são apreendidos em SP.** Publicado em: 12/06/2024. Disponível em: <<https://www.canalrural.com.br/nacional/canastra-fake-quase-mil-queijos-falsificados-sao-apreendidos-em-sp/>>. Acesso em: 24 abril 2024.

**CANVA.** Disponível em: <<https://www.canva.com/>>. Acesso em: 04 ago. 2025.

CARRAL, E. V.; RÍO, M. del; LÓPEZ, Z. Gastronomy and Tourism: Socioeconomic and Territorial Implications in Santiago de Compostela-Galiza (NW Spain). **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 17, p. p. 6173, 2020.

CASCUDO, L. C. **História da alimentação no Brasil.** 4. ed. São Paulo: Global, 2011.

CASTRILLO, D.; BLANCO, P. Peculiarities of the Organic Wine in Galicia (NW Spain): Sensory Evaluation and Future Considerations. **Beverages**, v. 9, n. 4, p. 89, 2023.

CASTRILLO, D.; BLANCO, P. Preliminary Study on Yeasts Associated with the Production of “Tostado”—a Traditional Sweet Wine from Galicia (NW Spain). **Frontiers in Bioscience-Elite**, v. 16, n. 1, p. 10, 2024.

**CENTRO DE DESCARGAS. CartoBase ANE.** Disponível em: <<https://centrodedescargas.cnig.es/CentroDescargas/catalogo.do?Serie=CAANE>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

CÉSAR, I. C. R. **Caracterização de fungos filamentosos do queijo minas artesanal da região da Canastra.** 2019. 61f. Dissertação (Mestrado em Microbiologia Agrícola) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2019.

CHENG, E. S-K. From slow food festival to fine dining table: politicized foodscape, gastronomy, and social sustainability in eastern Taiwan. **Food, Culture & Society**, p. 1-20, 2023.

**CNN BRASIL. Comerciante cria acarajé rosa em homenagem a Barbie e vira polêmica nas redes.** 19/07/2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/comerciante-cria-acaraje-rosa-em-homenagem-a-barbie-e-vira-polemica-nas-redes/>>. Acesso em: 06 set. 2023.

**CNN BRASIL. Queijo Canastra é eleito o melhor do mundo em ranking internacional.** Publicado em: 23/06/2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemegastronomia/viagem/queijo-canastra-e-eleito-o-melhor-do-mundo-em-ranking-internacional/>>. Acesso em 24 abril 2025.

**CNN BRASIL. Alagamentos, destruição e 183 mortes:** relembre a tragédia das chuvas no RS que marcou 2024. Publicado em: 18/12/2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/sul/rs/alagamentos-destruicao-e-183-mortes-reembre-a-tragedia-das-chuvas-no-rs-que-marcou-2024/>>. Acesso em 01 jul. 2025.

**COELHO, P. O diário de um mago.** Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

**COELHO-COSTA, E. R.** Breves considerações sobre comida local, terroir, indicações geográficas e turismo gastronômico. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 9, v. 2, p. 262-293, 2019.

**COELHO-COSTA, E. R.; CORIOLANO, L. N.** Indicações geográficas e turismo enogastronômico no Vale dos Vinhedos (RS) e no Vale do Rio São Francisco (PE/BA). **Revista Turismo: estudos e práticas**, v. 6, p. 48-77, 2017.

**COLLAÇO, J. H. L.** Gastronomia: a trajetória de uma construção recente. **Habitus**, v. 11, n. 2, p. 203-222, 2013.

**CORTÉS, A.; GONZÁLEZ-GARCÍA, S.; FRANCO-URÍA, A.; MOREIRA, M. T.; FEIJOO, G.** Evaluation of the environmental sustainability of the inshore great scallop (*Pecten maximus*) fishery in Galicia. **Journal of Industrial Ecology**, v. 26, n. 6, p. 1920-1933, 2022.

**COSTA, N. M. B.; BOREM, A.** **Biotecnologia e nutrição:** saiba como o DNA pode enriquecer os alimentos. Barueri: Editora Nobel, 2010.

**D'ALEXANDRIA, M. A. B.** **O marketing territorial nas Indicações Geográficas: um estudo da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos.** 2015. 127 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

**DE CASTRO, H. C.; MACIEL, M. E.; MACIEL, R. A.** Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia. **Ágora**, v. 18, n. 1, p. 18-27, 2016.

**DEMBEDZA, V. P.; CHOPERA, P.; MAPARA, J.; MACHEKA, L.** Impact of climate change-induced natural disasters on intangible cultural heritage related to food: a review. **Journal of Ethnic Foods**, v. 9, n. 1, p. 32, 2022.

**DE OLIVEIRA, R. M.; DA COSTA, W. R. C.; SAMBUICHI, R. R.; HELLMEISTER FILHO, P.** Importância do sistema agroflorestal cabruca para a conservação florestal da região cacauíra, Sul da Bahia, Brasil. **Revista Geográfica de América Central**, v. 2, p. 1-12, 2011.

**DICIONÁRIO PRIBERAM DA LÍNGUA PORTUGUESA. Inovar.** Disponível em <https://dicionario.priberam.org/inovar>. Acesso em: 05 jan. 2023.

DOMINGUES, J. M. Modernidade, tradição e reflexividade no Brasil contemporâneo. **Tempo Social**, v. 10, n. 2, p. 209-234, 1998.

**EL CORREO GALLEGOS.** Disponível em:

<[https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/8/7/0\\_6a90d171af4c1c3/16870\\_84d22f8aa085eb5.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/8/7/0_6a90d171af4c1c3/16870_84d22f8aa085eb5.pdf)>. Acesso em: 24 abril 2025.

**EMBRAPA. Cajuína:** processo de obtenção. Publicado em: 2017. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1081806?locale=en>>. Acesso em: 09 maio 2025.

**EMBRAPA. Circular Técnica nº 29.** Publicado em: 2009. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/697354>>. Acesso em: 09 maio 2025.

**ESPAÑA.** Ley 4/2014, de 1 de abril, básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. **Boletín Oficial del Estado**, Madrid, n. 80, 2 abr. 2014.

**ESPAÑA.** Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen supraautonómicas y otras indicaciones geográficas protegidas de ámbito supraautonómico. **Boletín Oficial del Estado**, Madrid, n. 113, p. 43492-43504, 12 mayo 2015.

**FERRO, R. C.** Gastronomia e Ciêncie: onde estamos e para onde vamos? In: Ferro, Rafael Cunha. (Org.). **Pensando e pesquisando a Gastronomia:** trajetórias acadêmicas em um campo científico em construção. 1ed. Curitiba: Editora CRV, 2021, v. 1, p. 193-198.

**FICHA TÉCNICA DE REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA CANASTRA.** Publicação em 13/03/2012. Disponível em:<<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/Canastraqueijo.pdf>>. Acesso em: 24 abril 2025.

**FICHA TÉCNICA DE REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA CANASTRA.** Publicação em 17/09/2024. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/copy\\_of\\_Canastraqueijo.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/copy_of_Canastraqueijo.pdf). Acesso em 24 abril 2025.

**FICHA TÉCNICA DE REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DE CORUPÁ.** Publicação em 28/08/2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/RegiodeCorup.pdf>>. Acesso em: 24 abril 2025.

**FICHA TÉCNICA DE REGISTRO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PIAUÍ.** Publicação em 26/08/2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/Piau.pdf>>. Acesso em: 06 maio 2025.

**FERREIRA, E. G. Caracterização microscópica e microbiológica do biofilme dos utensílios de madeira utilizados na fabricação de queijo minas artesanal das regiões do Serro e da Canastra.** 2011. 55 f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2011.

**FURTADO, M. M.** Queijo do Serro: tradição na história do povo mineiro. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 35, p. 33-36, 1980.

**FREIXA, D; CHAVES, G.** **Gastronomia no Brasil e no Mundo.** 2.ed. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2012. 304 p.

**GALÍCIA.** Decreto 118/2016, de 4 de agosto, DECRETO 118/2016, do 4 de agosto, polo que se crea o Instituto Galego do Consumo e da Competencia e se aproban os seus estatutos. **Diario Oficial de Galicia**, n. 160, 25 de ago. 2016.

**GALICIA EXPERIENCIAS DE CALIDADE.** Disponível em: <<https://experienciasdecalidate.gal/gl>>. Acessado em: 11 jul. 2025.

**GALÍCIA.** Lei 5/2024, do 4 de abril, de calidad alimentaria de Galicia. **Diario Oficial de Galicia**, Santiago de Compostela, n. 69, p. 23089-23138, 9 abr. 2024.

**G1. Após ação da Vigilância Sanitária, chef Roberta Sudbrack decide fechar estande no Rock in Rio.** Publicado em 16/09/2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2017/noticia/apos-acao-da-vigilancia-sanitaria-chef-roberta-sudbrack-decide-fechar-estande-no-rock-in-rio.ghtml>>. Acesso em 23 abril 2025.

**G1. Acarajé doce feito com goiabada e açúcar divide opiniões na Bahia.** Publicado em 13/09/2019a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2019/09/13/acaraje-doce-feito-com-goiabada-e-acucar-divide-opinioes-na-bahia.ghtml>>. Acesso em: 06 set. 2023.

**G1. Queijo proibido? Entenda o que levou o produto da Canastra a ser considerado clandestino.** Publicado em 14/06/2019b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/minas-dos-queijos/noticia/2019/06/14/queijo-proibido-entenda-o-que-levou-o-produto-da-canastra-a-ser-considerado-clandestino.ghtml>>. Acesso em 23 abril 2025.

**G1. Queijos de MG conquistam 50 medalhas em concurso mundial na França.** Publicado em 04/06/2019c. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/minas-dos-queijos/noticia/2019/06/04/queijos-de-mg-conquistam-serie-de-premios-em-concurso-mundial-na-franca.ghtml>>. Acesso em 23 abril 2025.

**GONZÁLEZ, R. C. L.; PIÑEIRO-ANTELO, M. A.** Fishing Tourism as an Opportunity for Sustainable Rural Development—The Case of Galicia, Spain. **Land**, v. 9, n. 11, p. 437, 2020.

**GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social.** São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

**GILL, R.** Análise de discurso. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som:** um manual prático. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.

**GOMES, P. C. C. Quadros geográficos:** uma forma de ver, uma forma de pensar. 1 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2017.

**GOV.BR. Roberta Sudbrack foi eleita a melhor chef mulher da América Latina 2019.**  
 Publicado em 21/08/2015. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/roberta-sudbrack-foi-eleita-a-melhor-chef-mulher-da-america-latinal>>. Acesso em 23 abril 2025.

HARRINGTON, R.J.; OTTENBACHER, M.C. Culinary tourism—A case study of the gastronomic capital. **Journal of Culinary Science & Technology**, v. 8, p. 14–32, 2010.

HOBSBAWM, E. 1. Introdução: A Invenção das Tradições. HOBSBAWM, E. J.; RANGER, T. (Org.). **A invenção da tradição**, v. 2, p. 07-25, 1984.

HOSTELERÍA DE ESPAÑA. **Anuario de la Hostelería de España**. 2019. Disponível em: <https://hosfrinor.com/wp-content/uploads/2019/12/Anuario-de-la-Hosteleria-CC81a-de-Espana-CC83a-2019.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2024.

IBGE. Instituto brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico de 1950**. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br>>, Acesso em: 23 abril 2025.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Biomas e sistema costeiro-marinho do Brasil**. Rio de Janeiro: IBGE, 2019. 168 p.

IDEC. **As cinco dimensões dos sistemas alimentares no Brasil: uma revisão de literatura**. 2021. Disponível em: <<https://alimentandopoliticas.org.br/wp-content/uploads/2021/11/af-IDEC-Revisao-de-Literatura-ptbr-digital.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2025.

IGP TARTA DE SANTIAGO. **Elaboradores activos**. Disponível em: <<https://tartadesantiago.org/gl/elaboradores-activos/>>. Acesso em: 14 jul. 2025.

**INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA SUL DA BAHIA**. Disponível em: <<http://www.cacausulbahia.org/chocolate/>>. Acesso em 01 out. 2023.

INPI. **Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>>. Acesso em 05 jan. 2025a.

INPI. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br>>. Acesso em 05 jul. 2025b.

IPHAN. **Iphan discute plano de salvaguarda no primeiro Fórum da Cajuína, em Teresina (PI)**. Publicado em 11/06/2024. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/496>>. Acesso em: 06 maio 2025.

IPHAN. **Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>>. Acesso em: 05 jul. 2025a.

IPHAN. **Livro de Registro dos Saberes - Bens Culturais Imateriais**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/496>>. Acesso em: 05 jan. 2025b.

**IPHAN. Iphan ouve sociedade sobre a Cajuína do Piauí.** Publicado em 20/02/2025c. Disponível em: <<https://www.gov.br/iphан/pt-br/assuntos/noticias/iphан-ouve-sociedade-sobre-a-cajuina-do-piaui>>. Acesso em: 06 maio 2025.

**INSTITUTO AMERICANO DE CULINÁRIA. Chef Profissional.** São Paulo: Editora SENAC, 2009.

JIMENEZ, J. A. C; TORRE, M. G. M. V. de la; ROJAS, R. H. Analysis of the tourism demand for Iberian ham routes in Andalusia (Southern Spain): Tourist Profile. **Sustainability**, v. 11, n. 16, 4278, 2019.

KIM, S.; ELLIS, A. Noodle production and consumption: From agriculture to food tourism in Japan. **Tourism Geographies**, v. 17, n. 1, 151–167, 2015.

KIM, S.; PARK, E.; FU, Y.; JIANG, F. The cognitive development of food taste perception in a food tourism destination: A gastrophysics approach. **Appetite**, v. 165, 105310, 2021.

KLOSS, P. **The essence of gastronomy:** understanding the flavor of foods and beverages. Boca Raton: CRC Press, 2013.

LA TORRE, G. M. V. de; FERNÁNDEZ, E. M.; NARANJO, L. M. P. Turismo gastronómico, denominaciones de origen y desarrollo rural en Andalucía: situación actual. **Boletín de la asociación de geógrafos españoles**, n. 65, p. 113-137, 2014.

**LA VOZ DE GALICIA.** Publicado em: 25/02/2025. Disponível em: [https://www.lavozdegalicia.es/noticia/santiago/2025/02/25/arzua-ulloa-eleva-produccion-55-millones-quesos-25-ciento/0003\\_202502S25C5991.htm?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.lavozdegalicia.es/noticia/santiago/2025/02/25/arzua-ulloa-eleva-produccion-55-millones-quesos-25-ciento/0003_202502S25C5991.htm?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 17 jul. 2025.

LEEDON, G.; DECOSTA, J. N. P. L. E.; BUTTRISS, G.; LU, V. N. Consuming the earth? Terroir and rural sustainability. **Journal of Rural Studies**, v. 87, p. 415-422, 2021.

LUVIZOTTO, C. K. A (re)invenção da tradição no contexto da modernidade tardia. **As tradições gaúchas e sua racionalização na modernidade tardia.** São Paulo. Editora UNESP, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

MARTINS, U. M. O. **Turismo cultural e gastronómico no Brasil – nas rotas da tapioca em Fortaleza.** 2016. 509 f. Tese (Doutorado em Turismo) – Universidade de Aveiro, Aveiro, 2016.

MATOS, M. F. R. de; CARDOSO, R. C. V. Farinha de Copioba-Bahia: um produto gastronômico passível de proteção. In: ANAIS DO XIV ENANPEGE, 14 ed., Campina Grande, 2021. **Anais...** Campina Grande: Realize Editora, 2021. p. 1-13. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/77732>>. Acesso em: 22 dez. 2021.

MATOS, M. F. R. de; MUNIZ BEZERRA, P. Q.; CORREIA, L. C. A.; RIOS, A. O.; DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. Innovative methodological approach using CIELab and dye

screening for chemometric classification and HPLC for the confirmation of dyes in cassava flour: A contribution to product quality control. **Food Chemistry**, v. 365, p. 130446, 2021.

MATOS, M. F. R. de. **Ilustração gerada com auxílio do ChatGPT (DALL·E) sobre paisagens alimentares e produtos com indicação geográfica.** 2025. Imagem criada por inteligência artificial com base em instruções da autora. Inserida no corpo da tese: Patrimônios Culinários como Indicações Geográficas: análise da construção da paisagem alimentar no Brasil e na Espanha. Salvador: Universidade Federal da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2025.

MCGEE, H. **Comida e cozinha:** ciência e cultura da culinária. 2. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

MCKENZIE, S. **Social Sustainability: Towards Some Definitions.** Working Paper No. 27. Hawke Research Institute, University of South Australia Magill. 2004. 29 p.

MENOZZI, D.; YEH, C. H.; COZZI, E.; ARFINI, F. Consumer Preferences for Cheese Products with Quality Labels: The Case of Parmigiano Reggiano and Comté. **Animals**, v. 12, n. 10, 1299, 2022.

MEULEN, H., van der. A normative definition method for origin food products. **Anthropology of Food**, S2, 2007. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/aof/406>>. Acesso em: 05 jan. 2023.

MILLÁN, M.G.; PABLO-ROMERO, M.D.P.; SÁNCHEZ-RIVAS, J. Oleotourism as a Sustainable Product: An Analysis of Its Demand in the South of Spain (Andalusia). **Sustainability**, v. 10, n. 1, 101, 2018.

MINAYO, M. C. S. Hermenêutica-Dialética como Caminho do Pensamento Social. In: MINAYO, M. C. S. **Caminhos do Pensamento:** epistemologia e método. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2002.

MINAYO, M. C. S. Introdução: conceito de avaliação por triangulação de métodos. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; ASSIS, Simone Gonçalves de; SOUZA, Ednilsa Ramos de. **Avaliação por Triangulação de Métodos:** abordagem de programas sociais. 20. ed. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005.

MINAS GERAIS. **Decreto nº 42.645, de 05 de junho de 2002.** Aprova o regulamento da Lei nº 14.185, de 31/01/2002, que dispõe sobre o processo de produção de queijo Minas artesanal. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/DEC/42645/2002/>>. Acessado em: 23 abril 2025.

MINAS GERAIS. **Lei n.º 19.476, de 11 de janeiro de 2011a.** Dispõe sobre a habilitação sanitária de estabelecimento agroindustrial rural de pequeno porte no Estado e dá outras providências. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/LEI/19476/2011/#:~:text=DISP%C3%95E%20SOBRE%20A%20HABILITA%C3%87%C3%83O%20SANIT%C3%81RIA,ESTADO%20E%20D%C3%81%20OUTRAS%20PROVID%C3%83NCIAS.>>. Acesso em 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Lei nº 19.492, de 13 de janeiro de 2011b.** Altera dispositivos da Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção do queijo minas artesanal e dá outras providências. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/LEI/19492/2011/#:~:text=ALTERA%20DISPOSITIVOS%20DA%20LEI%20N%C2%BA,ARTESANAL%20E%20D%C3%81%20OUTRAS%20PROVID%C3%8ANCIAIS.>>. Acesso em 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Lei nº 20.549, de 18/12/2012 (REVOGADA).** Dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de minas gerais. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/LEI/20549/2012/#:~:text=DISP%C3%95E%20SOBRE%20A%20PRODU%C3%87O%20E,QUEIJOS%20ARTESANAIS%20DE%20MINAS%20GERAIS.>>. Acessado em: 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Portaria IMA nº 1.305, de 30 de abril de 2013.** Estabelece diretrizes para a produção do queijo minas artesanal. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=253925#:~:text=Esta%20Portaria%20trata%20de%20diretrizes,do%20estado%20de%20Minas%20Gerais.>>. Acessado em: 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Portaria IMA nº 1.736, de 27 de julho de 2017.** Altera a Portaria nº 1305/2013, de 30 de abril de 2013, que dispõe sobre o período de maturação do Queijo Minas Artesanal. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=346814>>. Acessado em: 16 out. 2025.

**MINAS GERAIS. Lei nº 23.157, de 18 de dezembro de 2018.** Dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/LEI/23157/2018/>>. Acessado em: 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Portaria IMA nº 1.969, de 26 de março de 2020.** Dispõe sobre a produção de Queijo Minas Artesanal - QMA em queijarias e entrepostos localizados dentro de microrregiões definidas e para as demais regiões do Estado, caracterizadas ou não como produtora de Queijo Minas Artesanal - QMA. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=391762>>. Acessado em: 16 out. 2025.

**MINAS GERAIS. Decreto nº 48.024, de 19 de agosto de 2020.** Regulamenta a Lei nº 23.157, de 18 de dezembro de 2018, que dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais. Disponível em: <<https://www.almg.gov.br/legislacao-mineira/DEC/48024/2020/>>. Acessado em: 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Portaria IMA Nº 2322, 19 de agosto de 2024a.** Dispõe sobre os períodos de maturação do Queijo Minas Artesanal. Disponível em: <[https://ima.mg.gov.br/index.php?preview=1&option=com\\_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=1865&id=20236&Itemid=100000000000#:~:text=PORTARIA%20IMA%20N%C2%BA%202322%2C%2019%20de%20Agosto%20de%202024.,o%20inciso%20II%20do%20art.](https://ima.mg.gov.br/index.php?preview=1&option=com_dropfiles&format=&task=frontfile.download&catid=1865&id=20236&Itemid=100000000000#:~:text=PORTARIA%20IMA%20N%C2%BA%202322%2C%2019%20de%20Agosto%20de%202024.,o%20inciso%20II%20do%20art.)> Acessado em: 23 abril 2025.

**MINAS GERAIS. Portaria IMA nº 2303 de 20 de maio de 2024b.** Estabelece o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Queijo Minas Artesanal. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=459460>> Acessado em: 23 abril 2025.

**MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas.** Disponível em: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/dop-igp/>. Acesso em: 09 abr. 2024.

**MORAES, A.** Avaliação da estrutura genética das populações de mico-leão-da-cara-dourada, *Leontopithecus Chrysomelas* (kuhl, 1820) (primates: callitrichidae), no Sul da Bahia, Brasil. 2011. 71 f. Dissertação (Mestrado em Ecologia e Recursos Naturais) – Centro de Biociências e Biotecnologia, Universidade Estadual do Norte Fluminense, Campos dos Goytacazes, 2011.

**MORÓN-CORUJEIRA, N.; FUSTÉ-FORNÉ, F.** Visiting a furancho: local lifestyles as drivers of (food) tourism transformation. **Journal of Tourism Futures**, v. 8, n. 3, p. 393-396, 2022.

**MÜLLER, S. G.** Patrimônio cultural gastronômico: identificação, sistematização e disseminação dos saberes e fazeres tradicionais. 2012. 288 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

**NASCIMENTO, R. F. do; AQUINO, F. W. B. de; AMORIM, A. G. N. PRATA, L. F.** Avaliação do tratamento térmico na composição química e na qualidade da cajuína. **Food Science and Technology**, v. 23, p. 217-221, 2003.

**OLIVEIRA, A. N.; SOUZA, S. R.** As indicações geográficas de produtos alimentares: possibilidade de conservação e valorização do patrimônio cultural gastronômico. **Formação (Online)**, v. 28, n. 53, p. 905-932, 2021.

**OMC.** Organização Mundial do Comércio. Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (Acordo TRIPS ou Acordo ADPIC). **Diário Oficial da União**, Brasília DF, 31 dez.1994. Seção 1, n.248-A, p.93-103.

**OMT. Global and regional tourism performance.** Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>. Acesso em: 09 abr. 2024.

**PAFFARINI, C.; TORQUATI, B.; TEMPESTA, T.; VENANZI, S.; VECCHIATO, D.** Rural sustainability and food choice: the effect of territorial characteristics on the consumers' preferences for organic lentils. **Agricultural and Food Economics**, v. 9, n. 1, p. 1-23, 2021.

**PAMUKÇU, H.; SARAÇ, Ö.; AYTUĞAR, S.; SANDIKÇI, M.** The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy. **Sustainability**, v. 13, n. 12, p. 6692, 2021.

**PARK, E.; WIDYANTA, A.** Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. **Tourism Management Perspectives**, v. 42, 100964, 2022.

PAULA, J. C. J. de.; CARVALHO, A. F. de.; FURTADO, M. M. Princípios básicos de fabricação de queijo: do histórico à salga. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 64, n. 367/368, p. 19-25, 2009.

PAZOS-JUSTO, C.; RIO, M. del.; SAMARTIM, R. Reinventio e unanimidade. Impacto das políticas culturais e turísticas na Comunidade local de Santiago de Compostela. **SÉMATA, Ciências Sociais e Humanidades**, v. 30, p. 233-256, 2018.

PIÑEIRO-ANTELO, M. A.; GONZÁLEZ, R. C. L. The role of European fisheries funds for innovation and regional development in Galicia (Spain). **European Planning Studies**, v. 27, n. 12, p. 2394–2410, 2019.

PIRES, Á. P. Amostragem e pesquisa qualitativa: ensaio teórico e metodológico. In: Poupart, Jean et al. (org). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PYTHON SOFTWARE FOUNDATION. **Python Language Reference**: version 3.13.5. 2025. Disponível em: <https://www.python.org/>

**PLIEGO DE CONDICIONES DENOMINACION DE ORIGEN PROTEGIDA (D.O.P.) “ARZÚA – ULLOA”**. Publicado em: 13/01/2010. Disponível em: <[https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo\\_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/arzua\\_ulloa\\_2019\\_01\\_01.pdf](https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/arzua_ulloa_2019_01_01.pdf)>. Acesso em: 16 jul. 2025.

**PLIEGO DE CONDICIONES DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA (DOP) “QUESO TETILLA”/“QUEIXO TETILLA”**. Publicado em: 01/02/2020. Disponível em: <[https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo\\_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/queso\\_de\\_tetilla\\_2020\\_02\\_01.pdf](https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/queso_de_tetilla_2020_02_01.pdf)>. Acesso em: 16 jul. 2025.

**PLIEGO DE CONDICIONES DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA RIAS BAIXAS**. Publicada em 30/09/2024. Disponível em: <[https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo\\_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-vinos/dops/rias\\_baixas\\_2024\\_09\\_30.pdf](https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-vinos/dops/rias_baixas_2024_09_30.pdf)>; Acesso em: 18 jul. 2025.

**PLIEGO DE CONDICIONES INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (I.G.P.) “TARTA DE SANTIAGO”**. Publicada em 01/11/2008. Disponível em: <[https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo\\_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/tarta\\_de\\_santiago\\_2008\\_11\\_01.pdf](https://www.mapa.gob.es/dam/mapa/contenido/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/2017-calidad-diferenciada/nuevo_denominaciones/pliegos-de-condiciones/pliego-condiciones-agroalimentarios/tarta_de_santiago_2008_11_01.pdf)>; Acesso em: 14 jul. 2025.

PRESENZA, A.; ABBATE, T.; CASALI, G. L.; PERANO, M. An innovative approach to the intellectual property in haute cuisine. **International Journal of Hospitality Management**, v. 65, p. 81-88, 2017.

**PRETE, E. K. E. O fazer tradicional dos queijos de Minas Gerais e os efeitos da má legislação:** desenvolvimento econômico-social para quem? In: IX Congresso da Rede Latino-Americana de Antropologia Jurídica, Pirinópolis. Anais do IX Congresso da Rede Latino-Americana de Antropologia Jurídica, Pirinópolis: Rede Latinoamericana de Antropologia Jurídica Sociedades Plurais e Estados Nacionais, 2015, 24 p.

**QGIS GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEM.** **QGIS Development Team:** Versão 3.40.7 [S.I.]. 2025. Disponível em: <<http://qgis.osgeo.org>>. Acesso em: 10 jun. 2025.

**QUEIXO TETILLA.** Disponível em: <<https://queixotetilla.org/>>. Acesso em: 16 jul. 2025.

**RACHÃO, S. BREDA, Z.; FERNANDES, C.; JOUKES, V.** Food tourism and regional development: a systematic literature review. **European Journal of Tourism Research**, v. 21, n. 1, p. 33-49, 2019.

**RAHIMI, S.; KHATOONI, M.** Saturation in qualitative research: An evolutionary concept analysis. **International Journal of Nursing Studies Advances**, v. 6, 100174, 2024.

**RANIERI, G. R.; ZANIRATO, S. H.** Conhecimento etnobotânico como patrimônio: os quintais urbanos nas pequenas cidades do Vale Histórico Paulista. **Desenvolvimento e Meio ambiente**, v. 49, p. 183 - 199, 2018.

**REGULAMENTO DE PRODUÇÃO DO CACAU E USO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA SUL DA BAHIA.** 13 abril 2017. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/SuldaBahia.pdf>> . Acesso em 01 out. 2023.

**REGULAMENTO DE USO INDICAÇÃO PROCEDÊNCIA “CANASTRA PARA O QUEIJO MINAS ARTESANAL”.** Publicado em 13/03/2012. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/Canastra.pdf>>. Acesso em: 24 abril 2023.

**REGULAMENTO DE USO DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA PIAUÍ.** Publicado em 26/08/2014. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/cadernos-de-especificacoes-tecnicas/Piau.pdf>> . Acesso em: 09 maio 2025.

**REIS, L. L. M.** **Indicação Geográfica no Brasil: determinantes, limites e possibilidades.** 2015. 270 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.

**REIS NETTO, R. M.; CHAGAS, C. A. N.** **O Método Hermenêutico-Dialético aplicado às Ciências Sociais:** uma análise sobre sua utilização para o estudo do tráfico de Drogas. **Textos & Contextos**, v. 18, n. 2, p. 1-00, 2019.

**REISMAN, E.** Protecting provenance, abandoning agriculture? Heritage products, industrial ideals and the uprooting of a Spanish turrón. **Journal of Rural Studies**, v. 89, p. 45-53, 2022.

RICOLFE, J. S. C.; BARRIO, J. E. R.; VERA, J. M. B. Importancia del origen geográfico en el consumo de productos agroalimentarios. **Scripta Nova - Revista Electronica de Geografia y Ciencias Sociales**, v. XV, n. 369, p. 1-10, 2011.

RIBEIRO, J. L. **Cajuína**: informações técnicas para a indicação geográfica de procedência do Estado do Piauí. Teresina: Embrapa Meio-Norte, 2011. 106 p.

RIBEIRO, C. S. G.; FURMAN, W.; RISTOW, C. S. Uva, produção de vinho e identidade cultural na Colônia Mergulhão: um enfoque na comunidade italiana. **Revista Confluências Culturais**, v. 9, n. 2, p. 23-36, 2020.

RIBEIRO, M. W. T.; VELOSO, M. C. A cajuína em dois momentos do processo de modernização do Piauí. **Revista de Economia Agrícola**. São Paulo: Instituto de Economia Agrícola, v. 58, n. 1, p. 55-71, 2011.

ROCHA, F. G. Gastronomia: ciência e profissão. **Arquivos brasileiros de alimentação**, v.1, n.1, p. 3-20, 2015.

ROCHA, V. The mondrian cake: may intellectual property protect signature food? **Revista Electrónica de Direito**, n. 2, v. 19, p. 163-184, 2019.

RODRÍGUEZ, M. L. F.; SAMARTIM, R. **Impacto dos discursos literários nas práticas e consumos culturais ligados aos Caminhos de Santiago**: de Paulo Coelho aos souvenirs de cavaleiros templários. 3ª série, nº 37. Porto: IS Working Papers, 2016.

RODRÍGUEZ, V. B. C.; FRANCO, G. C. S.; MIRANDA, E. M. O caminho do pão que o diabo amassou ao pão nosso de cada dia. Um olhar sobre as empresas do setor de alimentos de imigrantes galegos em Salvador. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 15, n. 2, p.356-372, 2014.

ROGÉRIO, W. F. **El sabor de la mano en la masa del pan**: artesanía, tradición y actualidad. 2018. 300 f. Tese (Doctorado en Societat i Cultura: Història, Antropologia, Art i Patrimoni) – Universitat de Barcelona, Barcelona, 2018.

RPI. Revista da Propriedade Industrial. Indicações Geográficas – Seção IV. **RPI nº 2802 de 17 de setembro de 2024**. CÓDIGO 374 (Pedido de alteração de registro deferido). Disponível em: <<https://revistas.inpi.gov.br/rpi/>>. Acesso em: 24 abril 2025.

**RUTA DEL VINO DE ESPAÑA**. Disponível em: <<https://wineroutesofspain.com/>> Acesso em: 21 jul. 2025.

**RUTA DO VIÑO RÍAS BAIXAS**. Disponível em: <<https://rutadelvinoriasbaixas.com>> Acesso em: 12 maio 2025a.

**RUTA DO VIÑO RÍAS BAIXAS**. Disponível em: [https://www.turismo.gal/que-facer/promocions-para-gozar-agora/trens-turisticos-de-galicia/tren-ruta-do-vino-rias-baixas?langId=gl\\_ES](https://www.turismo.gal/que-facer/promocions-para-gozar-agora/trens-turisticos-de-galicia/tren-ruta-do-vino-rias-baixas?langId=gl_ES). Acesso em: 18 jul. 2025b.

**RUTA DOS QUEIXOS DE GALICIA.** Disponível em: <[https://www.turismo.gal/que-facer/promocions-para-gozar-agora/trens-turisticos-de-galicia/ruta-dos-queixos-de-galicia?langId=gl\\_ES](https://www.turismo.gal/que-facer/promocions-para-gozar-agora/trens-turisticos-de-galicia/ruta-dos-queixos-de-galicia?langId=gl_ES)>. Acesso em: 17 jul. 2025.

SANTILLI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, n. 10, v. 3, p. 585-606, 2015.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço:** Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. 2. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. 259 p.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado:** fundamentos teórico e metodológico da Geografia. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, P. H. S.; MATOS, M. F. R. de; CALDAS, A. S. Indicações Geográficas (IG) e patrimônios imateriais no Brasil: análise do processo de proteção e ocupação do território nacional. **Revista de Geografia**, v. 41, p. 143-163, 2024.

SCARLATO, F. C. **População e urbanização brasileira.** In: ROSS, J. L. S. Geografia do Brasil. São Paulo: Edusp, 2011.

SEBRAE. **Nova estratégia pretende tornar a ‘Região da Canastra’ marca território de diversos produtos.** Publicado em: 04/07/2024. Disponível em: <<https://mg.agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/nova-estrategia-pretende-tornar-a-regiao-da-canastra-marca-territorio-de-diversos-produtos/>>. Acesso em 30 jun. 2025.

SILVA, É. S. da. Da aldeia às cidades: um breve recorrido de uma emigração ao Brasil. **Revista UFG**, v. 14, n. 12, 2012.

SLOW FOOD BRASIL. **Queijo artesanal de leite cru.** Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org.br/temas-campanhas/queijo-artesanal-de-leite-cru/>. Acesso em: 23 abril 2025.

SOARES, C. M. P.; FERRO, R. C.; BRANDÃO, B. H. P.; SUGIZAKI, B. C.; DE LIMA SILVA, G. B.; MOURÃO, T. J. F.; OLIVEIRA, T. M. de; DOS SANTOS, F. P. Conceitos de Gastronomia: um debate sobre dissonâncias e convergências na literatura científica. **Revista Confluências Culturais**, v. 9, n. 2, p. 147-161, 2020.

SOARES, J. R. R.; CASADO-CLARO, M. F.; LEZCANO-GONZÁLEZ, M. E.; SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, M. D.; GABRIEL, L. P. M. C.; ABRÍL-SELLARÉS, M. The role of the local host community's involvement in the development of tourism: A case study of the residents' perceptions toward tourism on the route of Santiago de compostela (Spain). **Sustainability**, v. 13, n. 17, p. 9576, 2021.

SOBAL, J.; WANSINK, B. Kitchenscapes, tablescapes, platescapes, and foodscapes: Influences of microscale built environments on food intake. **Environment and Behavior**, v. 39, n. 1, p. 124-142, 2007.

SOBRAL, S.; COSTA, R. G. B.; PAULA, J. C. J. DE; TEODORO, V. A. MARTINS; MOREIRA, G. M. M.; PINTO, M. S. Principais defeitos de queijos minas artesanais

fabricados na região da Canastra. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 72, n. 3, p. 174-183, 2017.

TĂNASE, M. O.; NISTOREANU, P.; DINA, R.; GEORGESCU, B.; NICULA, V.; MIREA, C. N. Generation Z Romanian Students' Relation with Rural Tourism—An Exploratory Study. **Sustainability**, v. 15, n. 10, p. 8166, 2023.

TASTE ATLAS. **Canastra**. Disponível em: <https://www.tasteatlas.com/canastra>. Acesso em 24 abril 2025.

THANH, T.V.; KIROVA, V. Wine tourism experience: A netnography study. **Journal of Business Research**, v. 83, p. 30–37, 2018.

**TRENS TURÍSTICOS DE GALICIA**. Disponível em:  
[https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/8/7/0\\_6a90d171af4c1c3/16870\\_84d22f8aa085eb5.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/8/7/0_6a90d171af4c1c3/16870_84d22f8aa085eb5.pdf). Acesso em: 24 abril 2025.

**TURISMO EN GALICIA. Balance anual 2019**. Disponível em:  
[https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/1/9/9/0/5\\_c2ee1aa1801cd3f/19905\\_4e0f682d47e2334.pdf](https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/1/9/9/0/5_c2ee1aa1801cd3f/19905_4e0f682d47e2334.pdf). Acesso em: 09 abr. 2024.

UNESCO. **Intangible Cultural Heritage, 2010**. In: UNESDOC Digital Library. 2011. Disponível em:  
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217212?posInSet=1&queryId=e0d88c05-afbe-43c9-95ac-540b8e9c0755>. Acesso em: 30 nov. 2020.

UNESCO. **Modos de fazer o queijo minas artesanal integram lista do Patrimônio Cultural Imaterial da UNESCO**. Publicado em: 04/12/2024. Disponível em:  
<https://www.unesco.org/pt/articles/modos-de-fazer-o-queijo-minas-artesanal-integram-lista-do-patrimonio-cultural-imaterial-da-unesco>. Acesso em: 24 abril 2025.

UNESCO WORLD HERITAGE CONVENTION. **Santiago de Compostela (Old Town)**. 1985. Disponível em: <https://whc.unesco.org/en/list/347>. Acesso em: 09 abr. 2024.

UNESCO WORLD HERITAGE CONVENTION. **Routes of Santiago de Compostela: Camino Francés and Routes of Northern Spain**. 1993/2015. Disponível em:  
<https://whc.unesco.org/en/list/669>. Acesso em: 09 abr. 2024.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) nº 765/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 9 de julho de 2008: que estabelece os requisitos de acreditação e fiscalização do mercado relativos à comercialização de produtos e que revoga o Regulamento (CEE) nº 339/93. **Jornal Oficial da União Europeia**, L 218, p. 30–47, 13 jul. 2008.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) nº 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, que estabelece uma organização comum dos mercados agrícolas e que repele os Regulamentos (CEE) n.º 922/72, (CEE) n.º 234/79, (CE) n.º 1037/2001 e (CE) n.º 1234/2007. **Jornal Oficial da União Europeia**, L 347, 20 dez. 2013.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2023/2411 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de outubro de 2023, relativo às indicações geográficas de vinhos, bebidas espirituosas e

produtos agrícolas. **Jornal Oficial da União Europeia**, L, n. 2023/2411, p. 1-54, 23 out. 2023.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) 2024/1143 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de abril de 2024, sobre indicações geográficas para vinho, bebidas espirituosas e produtos agrícolas, bem como especialidades tradicionais garantidas e menções de qualidade facultativas para produtos agrícolas, que altera os Regulamentos (UE) n.º 1308/2013, (UE) 2019/787 e (UE) 2019/1753 e revoga o Regulamento (UE) n.º 1151/2012. **Jornal Oficial da União Europeia**, L 2024/1143, p. 1-76, 23 abr. 2024.

VASCONCELOS, T. C. B. de. Do roquefort francês ao canastra brasileiro: a aplicação de tratados, acordos e normas internacionais como método de embasamento da qualidade e segurança de queijos produzidos com saberes-fazeres tradicionais. **Saúde e Sociedade**, v. 33, n. 2, p. e220944pt, 2024.

VEIGA, A. C. **Sabor e saberes do ouro do Cerrado: o pequi como alimento identitário em Palmas de Monte Alto-Bahia**. In: ENANPEGE, 13., 2019, São Paulo. Anais eletrônicos do XIII ENANPEGE, São Paulo: ANPEGE, 2019, 12 p.

VELOSO, Mariza. O fetiche do patrimônio. **Revista Habitus-Revista do Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia**, v. 4, n. 1, p. 437-454, 2006.

VIEGAS, S. M. Nojo, prazer e persistência: beber fermentado entre os Tupinambá de Olivença (Bahia). **Revista de História**, v. 154, p. 151-188, 2006.

VIANA, F. P. **A mesa galega na Bahia**: a alimentação dos imigrantes galegos e descendentes em Salvador. 2016. 164 f. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

VIANA, F. P. Guardião do tempo: caderno de receitas de uma imigrante galega em salvador. **Vivência: Revista de Antropologia**, v. 1, n. 58, 2021.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.

VONTHRON, S.; PERRIN, C.; SOULARD, C-T. Foodscape: A scoping review and a research agenda for food security-related studies. **Plos One**, v. 15, n. 5, e0233218, 2020.

WIPO. **World Intellectual Property Organization**. Disponível em: <<http://wwwOMPI.int>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

WOLKE, R. L. **O que Einstein disse a seu cozinheiro**: a ciência na cozinha. Rio De Janeiro: Zahar, 2003.

WHO. **Food safety**. Publicado em 04/10/2024. Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety>>. Acesso em: 02 maio 2025.

WTO. **World Trade Organization**. Disponível em: <<https://www.wto.org/>>. Acesso em: 30 nov. 2020.

ZATORI, A.; SMITH, M. K.; PUCZKO, L. Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience. **Tourism Management**, v. 67, 111-126, 2018.

ZOCCHI, D. M.; FONTEFRANCESCO, M. F.; CORVO, P. PIERONI, A. Recognising, Safeguarding, and Promoting Food Heritage: Challenges and Prospects for the Future of Sustainable Food Systems. **Sustainability**, v. 13, n. 17, 9510, 2021.

ZU, D.; WANG, J.; WANG, P.; XU, H. How to Frame Destination Foodscapes? A Perspective of Mixed Food Experience. **Foods**, v. 11, n. 12, 1706, 2022.

**APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS PESSOAIS E  
SOCIOECONÔMICOS**

<b>Controle interno da pesquisadora</b>	
Nome do registro da IG em estudo	
Relação do participante com a IG em estudo (grupo social)	
<b>Dados socioeconômicos do participante</b>	
1. Nome completo	
2. Naturalidade (cidade/município e estado)	
3. Cidade/município e estado no qual reside	
4. Profissão atual	
5. E-mail e/ou telefone para contato	
6. Você reside em: <input type="checkbox"/> Zona Urbana (cidade) <input type="checkbox"/> Zona Rural (município)	7. Gênero: <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____
8. Idade: <input type="checkbox"/> 18 a 25 anos <input type="checkbox"/> 26 a 35 anos <input type="checkbox"/> 36 a 45 anos <input type="checkbox"/> 46 a 55 anos <input type="checkbox"/> 56 a 65 anos <input type="checkbox"/> Acima de 65 anos	9. Escolaridade: <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Incompleto <input type="checkbox"/> Ensino Fundamental Completo <input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto <input type="checkbox"/> Ensino Médio Completo <input type="checkbox"/> Ensino Superior Incompleto <input type="checkbox"/> Ensino Superior Completo <input type="checkbox"/> Não quero responder <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____
10. Etnia <input type="checkbox"/> Preto <input type="checkbox"/> Branco <input type="checkbox"/> Pardo <input type="checkbox"/> Amarelo <input type="checkbox"/> Indígena	11. Situação civil <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Solteiro <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viúvo <input type="checkbox"/> Outro. Qual? _____
12. Possui filhos? <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim. Quantos? _____	13. Qual sua renda familiar média? <input type="checkbox"/> Até 2 Salários Mínimos <input type="checkbox"/> De 2 a 4 Salários Mínimos <input type="checkbox"/> Acima de 4 e até 10 Salários Mínimos <input type="checkbox"/> Acima de 10 a 20 Salários Mínimos <input type="checkbox"/> Acima de 20 Salários Mínimos
Obs.:	

**APÊNDICE B – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO  
CONSELHO REGULADOR**

<b>BLOCO A – APRESENTAÇÃO</b>									
1. Como gostaria que seu nome fosse apresentado na gravação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Qual o nome da organização social que representa?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. De forma resumida, conte um pouco sobre sua trajetória relacionada à representação no Comitê Gestor.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO B – SINGULARIDADE DA IG</b>									
4. Quais as principais questões relacionadas à história e cultura da região produtora que diferenciam a IG em análise?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Quais os principais atributos na produção do queijo (insumos, equipamentos e utensílios) que diferenciam a IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. O que tem de diferente no queijo canastra em relação a outros queijos do mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Você considera a IG em questão sustentável?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Você consegue identificar uma relação entre a IG em análise e seu bioma de origem?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Se sim, como se dá essa relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO C – CONTROLE DA IG</b>									
11. Como ocorre a rotina de auditoria da IG (ênfase para fiscalização do produto final)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Vocês já verificaram casos de fraude da IG no mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Como ocorrem as relações comerciais nacionais versus as internacionais com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Ao elaborar um outro produto utilizando a IG em questão como ingrediente, de que forma o empreendedor pode fazer referência ao uso do mesmo em seu rótulo?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. No caso de um bar ou um restaurante, como essa menção deve se dar?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Este produto já participou de exposições em feiras gastronômicas ou premiações desta natureza?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Você acredita que isso dá visibilidade à IG?									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. O município costuma promover feiras/eventos gastronômicos focando em produtos típicos da região e na IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. A representação do Comitê Gestor participa ou já participou desse tipo de evento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Ocorre com que frequência na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – AÇÕES PÓS-IG</b>									
22. O que você acredita que poderia ser feito para dar maior visibilidade à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. Qual importância você atribui ao turismo na região em relação à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Qual importância você atribui à gastronomia (bares e restaurantes) na região e sua relação com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25. Existe a possibilidade de realizar visitas guiadas à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. Existem rotas turísticas na região que integram a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Se sim, de que forma isso ocorre?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29. Como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Há iniciativas que integrem instituições de ensino e pesquisa (escolas, universidades) à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO E – IG, GASTRONOMIA E PAISAGEM ALIMENTAR</b>									
32. Você consegue identificar a relação entre gastronomia e IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Se sim, qual é a relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Como você visualiza a paisagem alimentar da região (com ênfase para a IG)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>APONTAMENTOS</b> - Esclareça (dúvidas) sobre o Caderno de Especificações Técnicas e/ou Ficha Técnica do produto acerca da sua relação com os aspectos histórico-culturais e/ou técnico-tecnológico (relacionar a cada IG especificamente).									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## APÊNDICE C – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM PRODUTORES

<b>BLOCO A – APRESENTAÇÃO</b>									
1. Como gostaria que seu nome fosse apresentado na gravação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Qual o nome da unidade de produção que participa?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. De forma resumida, conte um pouco sobre sua trajetória na produção de queijos.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO B – SINGULARIDADE DA IG</b>									
4. Quais as principais questões relacionadas à história e cultura da região produtora que diferenciam a IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Quais os principais atributos na produção do queijo (insumos, equipamentos e utensílios) que diferenciam a IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. O que tem de diferente no queijo canastrão em relação a outros queijos do mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Você acredita que a IG mudou a qualidade do produto final?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Quais as principais diferenças do produto em questão antes e depois da IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Os produtos ganharam valor agregado após a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Você acredita que a IG trouxe melhoria na qualidade de vida para os produtores?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Vocês participam da rotina de controle da IG (ênfase para fiscalização do produto final)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Se sim, como isso ocorre?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Você conhece casos de fraude da IG no mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Você consegue identificar uma relação entre a IG em questão e seu bioma de origem?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Você considera a IG sustentável?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO C – IG E GASTRONOMIA</b>									
19. Você consegue identificar a relação entre gastronomia e IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

20. Qual importância você atribui à gastronomia (bares e restaurantes) na região e sua relação com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. O município costuma promover feiras/eventos gastronômicos focando em produtos típicos da região e na IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Ocorre com que frequência?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. Você já participou desse tipo de evento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Se sim, onde?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25. Como foi essa experiência?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Você acredita que isso dá/deu maior visibilidade ao seu empreendimento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. O que você acredita que pode dar ainda mais visibilidade à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – IG, TURISMO E PAISAGEM ALIMENTAR</b>									
28. Qual importância você atribui ao turismo na região e sua relação com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29. Existe a possibilidade de realizar visitas guiadas à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Se sim, como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Você acha que seus filhos ou familiares mais novos (sobrinhos, etc) pretendem dar continuidade a essa produção?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Como você visualiza a paisagem alimentar da região (com ênfase para a IG)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>APONTAMENTOS</b> - Esclareça (dúvidas) sobre o Caderno de Especificações Técnicas e/ou Ficha Técnica do produto acerca da sua relação com os aspectos histórico-culturais e/ou técnico-tecnológico (relacionar a cada IG especificamente).									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**APÊNDICE D – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM PROFISSIONAIS DA  
GASTRONOMIA**

<b>BLOCO A – APRESENTAÇÃO</b>									
1. Como gostaria que seu nome fosse apresentado na gravação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Qual o nome do empreendimento gastronômico que representa?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. De forma resumida, conte um pouco sobre sua trajetória na gastronomia.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO B - IG</b>									
4. Você já ouviu falar em IG? (se não, não perguntar as questões 5, 6, 12 e 13)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Se sim, poderia explicar o que significa IG para você?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Se sim, cite exemplos.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO C – CARDÁPIO, PRODUTOS TRADICIONAIS E IG</b>									
7. Você utiliza produtos típicos da região no cardápio do seu empreendimento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Quais preparações são feitas com eles?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Você utiliza a IG da região no cardápio?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Que pratos são feitos com a IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Quais fatores são importantes no processo de decisão de compra do produto com IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Você verifica se o produto no rótulo do produto o registro de IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Como essa informação está presente no rótulo do produto?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. O que tem de diferente na IG em questão em comparação com outros produtos do mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Você valoriza a culinária/produção local de alimentos?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Na sua rotina de trabalho, como isso acontece?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Você oferece receitas tradicionais da região no cardápio?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Você costuma desenvolver novas receitas com tendências contemporâneas na gastronomia com o uso de produtos regionais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

20. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Você acredita que preparações à base de produtos regionais são valorizados no cardápio?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Há um valor agregado na preparação de receitas com IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. Isso se reflete no pedido do cliente?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Se sim, de que forma?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – TURISMO GASTRONÔMICO, IG E PAISAGEM ALIMENTAR</b>									
25. Há relação do seu empreendimento com o desenvolvimento do turismo gastronômico (especialmente em relação à IG da região)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Qual importância você atribui à gastronomia (bares e restaurantes) na região e sua relação com o turismo?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. Você acredita que o município desenvolve iniciativas de valorização dessa relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Existem rotas turísticas na região que integram a IG em questão e restaurantes da região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29. O seu empreendimento está vinculado a essa iniciativa?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Se sim, de que forma isso ocorre?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Se sim, como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32. Você acredita que a gastronomia local impacta no turismo da região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Se sim, de que forma?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. O município costuma promover feiras/eventos gastronômicos focando em produtos típicos?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35. Se sim, ocorre com qual frequência?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
36. Você costuma participar ou já participou desse tipo de evento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37. Você acredita que isso dá/deu maior visibilidade ao seu empreendimento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>38. Você percebe que algum alimento típico da região tem forte potencial para IG?</b>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>39. Se sim, qual/quais?</b>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

40. Você observa que existem turistas cujo principal motivo de viagem é o consumo de produtos típicos na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
41. Se sim, já incluiu esses itens em seu cardápio?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42. Quais são os critérios de escolha e compra de ingredientes no seu estabelecimento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
43. A sustentabilidade tem influência no seu negócio?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
44. Se sim, de que forma?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
45. Como você visualiza a paisagem alimentar da região (com ênfase para a IG)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

**APÊNDICE E – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO  
TURISMO**

<b>BLOCO A – APRESENTAÇÃO</b>									
1. Como gostaria que seu nome fosse apresentado na gravação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Qual a sua relação profissional com o turismo atualmente?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. De forma resumida, conte um pouco sobre sua trajetória no turismo.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO B - IG</b>									
4. Você já ouviu falar em IG? (se não, não perguntar as questões 5, 6, 27, 28, 29)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Se sim, poderia explicar o que significa IG para você?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Se sim, cite exemplos.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO C – TURISMO</b>									
7. Qual importância que você atribui ao turismo na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Qual/quais os principais fatores que movimentam o turismo na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Você considera o turismo da região bem desenvolvido?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – TURISMO, ALIMENTOS TRADICIONAIS E IG</b>									
11. Há relação do turismo da região com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Se sim, qual a relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Há iniciativas do turismo da região voltadas para a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Quais outros produtos gastronômicos são destaques na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Existe uma relação entre o turismo da região e esses produtos?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Se sim, qual a relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Há iniciativas do turismo da região voltadas para o consumo desses produtos?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Qual importância você atribui à gastronomia (bares e restaurantes) na região e sua relação com o turismo?									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Você percebe algum tipo de uma conexão entre eles?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Explique como isso ocorre									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – ROTAS GASTRONÔMICAS E PAISAGEM ALIMENTAR</b>									
23. Existe a possibilidade de realizar visitas guiadas à IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Se sim, como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25. Existe a possibilidade de realizar visitas guiadas para conhecer a produção de outros alimentos tradicionais da região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Se sim, como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>27. Você percebe que algum alimento típico não registrado tem forte potencial para IG?</b>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>28. Se sim, qual?</b>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>29. Se sim, você observa que o turista tem como principal motivo de viagem o consumo desse produto?</b>									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Quais os comentários dos turistas sobre as experiências de viagens na região da IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Você tem esses dados?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32. Estão disponíveis para a população?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Como e onde é possível acessar?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Qual o perfil de turista costuma frequentar mais as regiões da IG (estrangeiro, nacional, do próprio estado ou de outros estados, gênero/idade predominantes, motivo principal da viagem, classe social)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35. Você considera o turismo na região da IG sustentável?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
36. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37. Como você visualiza a paisagem alimentar da região (com ênfase para a IG)?									

**APÊNDICE F – FORMULÁRIO DA ENTREVISTA COM O REPRESENTANTE DO  
ÓRGÃO DE CONTROLE**

<b>BLOCO A – APRESENTAÇÃO</b>									
1. Como gostaria que seu nome fosse apresentado na gravação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Qual o nome da organização social que representa?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Relate sobre a função do órgão de controle para a IG.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Relate sobre sua trajetória relacionada à representação no órgão de controle.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO B – SINGULARIDADE DA IG</b>									
5. Quais as principais questões relacionadas à história e cultura da região produtora que diferenciam a IG em análise?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Quais os principais atributos na produção do queijo (insumos, equipamentos e utensílios) que diferenciam a IG em questão?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. O que tem de diferente no queijo canastra em relação a outros queijos do mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Você considera a IG em questão sustentável?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Você consegue identificar uma relação entre a IG em análise e seu bioma de origem?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Se sim, como se dá essa relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO C – CONTROLE DA IG E RELAÇÕES COMERCIAIS</b>									
12. Como ocorre a rotina de auditoria da IG (ênfase para fiscalização do produto final)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Há diferenças entre DOP e IGP em relação à fiscalização para controle do produto?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Se sim, quais são as diferenças?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Vocês já verificaram casos de fraude da IG no mercado?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Como ocorrem as relações comerciais nacionais versus as internacionais com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Ao elaborar um outro produto utilizando a IG em questão como ingrediente, de que forma o empreendedor pode fazer referência ao uso do mesmo em seu rótulo?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

18. No caso de um bar ou um restaurante, como essa menção deve se dar?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Este produto já participou de exposições em feiras gastronômicas ou premiações desta natureza?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Você acredita que isso dá visibilidade à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Por que?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. O município costuma promover feiras/eventos gastronômicos focando em produtos típicos da região e na IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. A representação do Órgão de Controle participa ou já participou desse tipo de evento?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Ocorre com que frequência na região?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO D – AÇÕES PÓS-IG</b>									
25. O que você acredita que poderia ser feito para dar maior visibilidade à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Qual importância você atribui ao turismo na região em relação à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. Qual importância você atribui à gastronomia (bares e restaurantes) na região e sua relação com a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Existe a possibilidade de realizar visitas guiadas à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
29. Como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Existem rotas turísticas na região que integram a IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Se sim, de que forma isso ocorre?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32. Como/onde essa experiência é divulgada?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Há iniciativas que integrem instituições de ensino e pesquisa (escolas, universidades) à IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>BLOCO E – IG, GASTRONOMIA E PAISAGEM ALIMENTAR</b>									
35. Você consegue identificar a relação entre gastronomia e IG?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
36. Se sim, qual é a relação?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37. Como você visualiza a paisagem alimentar da região (com ênfase para a IG)?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
39. Quais as ações sociais realizadas para promoção do turismo vinculadas à produção de produtos regionais e/ou com IG?									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
40. Há utilização de tecnologias digitais para ampliar ações de promoção?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42. Se sim, quais?									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>APONTAMENTOS</b> - Esclareça (dúvidas) sobre o pliego ou documento similar do produto IG.									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

## APÊNDICE G – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Projeto: “Gastronomia e biomas do Brasil: proteção do patrimônio imaterial e da propriedade intelectual”

#### Responsável:

Coordenador da Pesquisa Prof. Alcides dos Santos Caldas – alcides.caldas@ufba.br;

O(a) Sr(a) \_\_\_\_\_ (*nome do participante da pesquisa*) está sendo convidado(a) a participar de um estudo denominado “Gastronomia e biomas do Brasil: proteção do patrimônio imaterial e da propriedade intelectual”, que tem por objetivo compreender o grau de conhecimento da população brasileira sobre o registro patrimonial e o registro de Indicação Geográfica, principalmente quanto à origem dos produtos alimentares.

Este trabalho está sendo desenvolvido pela pesquisadora Márcia Filgueiras Rebelo de Matos (e-mail: [mfrmatos@ufba.br](mailto:mfrmatos@ufba.br); telefone (71) 99636-1383), sob a responsabilidade do orientador da pesquisa, Prof. Alcides dos Santos Caldas, cujo contato com o mesmo pode ser estabelecido pelo e-mail [alcides.caldas@ufba.br](mailto:alcides.caldas@ufba.br) e telefone (71) 98806-4383.

O projeto será conduzido sob a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Escola de Nutrição (CEPNUT), situado na Av. Araújo Pinho, nº32, Canela, CEP: 40.110-150, Salvador-BA, email: [cepnut@ufba.br](mailto:cepnut@ufba.br), telefone (71) 3283-7704. Em caso de dúvidas ou reclamações sobre o estudo, você poderá entrar em contato com os pesquisadores ou com o Comitê de Ética

em Pesquisa da Escola de Nutrição, através do endereço ou telefone citados acima, das segundas às sextas-feiras, das 8:00 às 12:00h.

A sua participação no referido estudo é voluntária e, ao aprovará-la, o(a) Sr(a) estará aceitando contribuir para a pesquisa. O(a) Sr(a) está sendo alertado (a) que, ao aceitar fazer parte da pesquisa, poderá estar sujeito a alguns riscos, pois algumas perguntas podem remeter à algum desconforto, evocar sentimentos ou lembranças desagradáveis ou levar à um leve cansaço após responder os questionários e/ou a entrevista filmada e/ou gravada em áudio.

A pesquisa não implica custos nem benefícios diretos ao Sr(a), entretanto estará contribuindo para o desenvolvimento e divulgação do conhecimento sobre o tema, ainda pouco explorado na literatura científica.

O(a) Sr(a) está ciente de que sua privacidade será respeitada, ou seja, seu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, identificá-lo(a), será mantido em sigilo. Quando for necessário exemplificar determinada situação, sua privacidade será assegurada.

Os dados coletados, inclusive as filmagens, gravações em áudio e registros fotográficos, poderão ter seus resultados divulgados em eventos, revistas e/ou trabalhos científicos. Neste caso, os pesquisadores se comprometem com a proteção da imagem e a não estigmatização dos participantes da pesquisa, garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas envolvidas na entrevista, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou de aspectos econômico-financeiros. Para isso, as perguntas realizadas na entrevista são condizentes com o objeto da pesquisa e contou com a aprovação prévia do CEPNUT.

O(a) Sr(a) também foi informado(a) de que pode se recusar a participar do estudo ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem precisar justificar. Se desejar sair da pesquisa, não sofrerá qualquer prejuízo, constrangimento ou coação por parte dos pesquisadores, sendo também garantido que todo procedimento de produção de dados seja interrompido a seu pedido. É assegurado acesso direto a todas as informações (até mesmo registros fotográficos, filmagem, gravação de áudio e transcrição de entrevistas) e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, antes, durante e depois da sua participação. Cabe destacar que, para qualquer informação ou reclamação em relação ao projeto, o CEPNUT poderá ser contatado.

Tendo sido orientado(a) quanto ao teor de tudo aqui mencionado e compreendidos a natureza e o objetivo do referido estudo, manifesto meu livre consentimento em participar, estando totalmente ciente de que não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, por minha participação, sendo a mim destinada uma via deste documento.

*Impressão digital*

Salvador, de 20

*Nome e assinatura do participante da pesquisa*

*Impressão digital*

*Nome(s) e assinatura(s) do(s) pesquisador(es)*

## APÊNDICE H – AUTORIZAÇÃO DA UTILIZAÇÃO DE IMAGEM

Eu, [Nome], portador(a) da identidade de número [RG] residente em [Endereço], autorizo gratuitamente a Universidade Federal da Bahia (UFBA), representada pelo coordenador do projeto “Gastronomia e biomas do Brasil: proteção do patrimônio imaterial e da propriedade intelectual”, Alcides dos Santos Caldas, do Instituto de Geociências, localizado na Rua Barão de Geremoabo, s/n - Campus Universitário de Ondina, CEP 40170-970 - Salvador - BA - Brasil, ou qualquer parceiro autorizado por ele, a recolher e reproduzir minha imagem e minha voz, apresentadas em vídeo, relativas às entrevistas e visitas de campo realizadas para obtenção de dados do referido projeto, em:

- Todos os materiais relativos ao projeto;
- Todos os meios de promoção da pesquisa acadêmico-científica;
- Todos os meios de divulgação da UFBA e parceiros;

E em qualquer que seja a forma, em todos os meios e por todos os processos, especialmente:

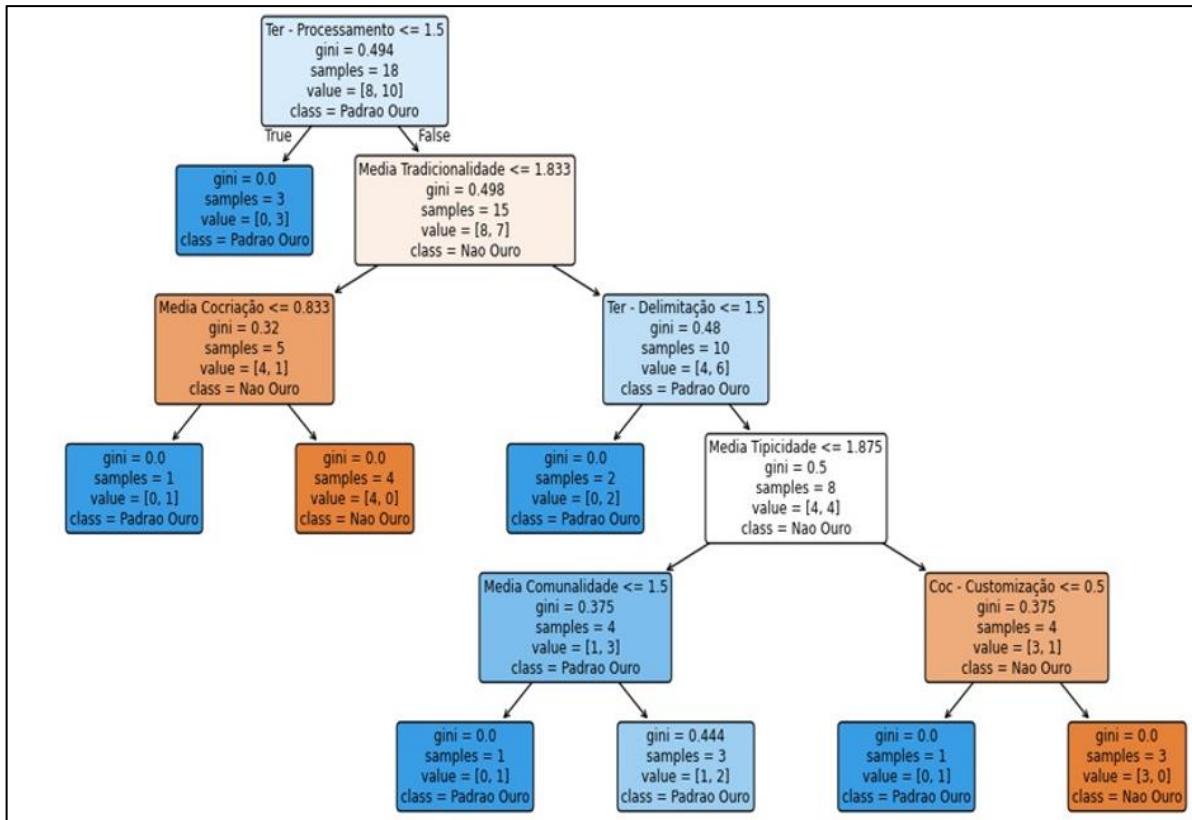
- Papel (brochura, cartaz, etc.), informática, meios audiovisuais e digitais;
- Internet (incluindo, em particular, site, intranet, blogs, redes sociais) e, em geral, todos os meios de comunicação eletrônica;
- Exposições e exibições públicas.

Esses materiais serão **distribuídos de forma não comercial** para público-alvo de atividades universitárias - agricultores, parceiros institucionais, alunos, professores. Nessas condições, autorizo a UFBA a mencionar o meu nome e/ou apelido, e que, ao usar minha imagem em legendas e comentários que acompanham o(s) vídeo(s) que me retratam, o fará de forma a não haver prejuízo a minha reputação.

Sei que a UFBA é responsável pelo tratamento de dados pessoais implementado no âmbito da ocorrência do evento mencionado. Meus dados pessoais (sobrenome, nomes, imagem, voz **[complete se houver necessidade]**), são recolhidos porque são essenciais para a execução da atividade do curso e sua gestão. Os dados serão mantidos por um período ilimitado. De acordo com a regulamentação em vigor, sou informado(a) de que tenho direito de acesso, retificação, apagamento, limitação de processamento, direito à portabilidade e direito dos descendentes de definir o destino de meus dados após minha morte, que pode ser exercido escrevendo para alcides.caldas@ufba.br e tenho ainda o direito de apresentar reclamação a uma autoridade superior. Esta autorização é válida por um período ilimitado.

Feito em duplicata, [cidade] \_\_\_\_\_, em [data] \_\_\_\_\_  
 [assinatura] \_\_\_\_\_

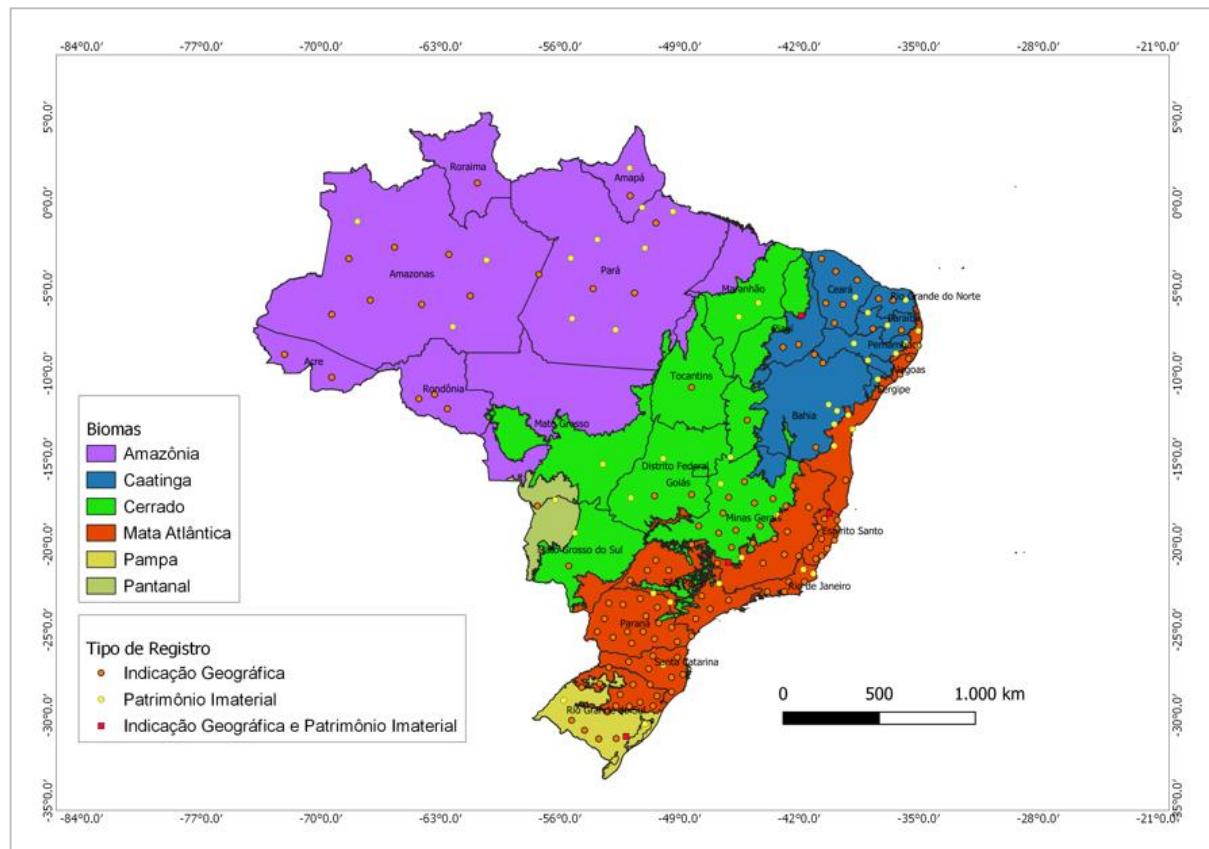
## APÊNDICE I – ÁRVORE DE CLASSIFICAÇÃO



Dados: Variável Resposta: Padrão ouro – IG Canastra ( $n = 13$ ; 56,52%); Não Ouro – IG Piauí ( $n = 10$ ; 43,48%). 80% treino e 20% teste. Fonte: Autoria própria (2025).

Resultados do modelo matemático desenvolvido: A árvore de classificação apresentou acurácia de 87% no banco de dados completo, com precisão, recall e F1-score de 85,7%, 92,3% e 88,9%, respectivamente, para a classe padrão ouro (1). No conjunto de teste, a acurácia foi de 60%, com precisão, recall e F1-score de 66,7% para a mesma classe. A matriz de confusão no banco completo indica que 20% das amostras não ouro (0) e 8% das amostras padrão ouro (1) foram classificadas erroneamente. A validação externa por *bootstrap-resampling* (1.000 amostras) apresentou acurácia média de 73,3% e *kappa* médio de 0,43. indicando que o modelo mantém desempenho consistente em amostras replicadas. O modelo de *random forest* obteve acurácia de 80% no conjunto de teste, com precisão de 75%, recall de 100% e F1-score de 85,7% para a classe padrão ouro (1).

## ANEXO A – IG E PATRIMÔNIOS CULINÁRIOS REGISTRADOS NO BRASIL



Fonte: Adaptado de Santos, Matos e Caldas (2024).

**ANEXO B – MÉTODO DE DEFINIÇÃO NORMATIVA PARA PRODUTOS  
ALIMENTÍCIOS DE ORIGEM**

<b>Fatores de originalidade</b>	<b>Subfatores de originalidade</b>	<b>Pontuações das categorias de alimentos de origem em fatores de originalidade</b>
<b>Territorialidade</b> (grau de ligação física com o local de origem)	Agricultura/Pecuária Processamento Distribuição Delimitação	
<b>Tipicidade</b> (peculiaridades locais do processo de produção e do produto final; engloba a conexão do processo de produção com a paisagem, tanto rural quanto não)	Agricultura/Pecuária Paisagem Processamento Exterior	Escala varia de 0 a 2, onde: 0 = ausente ou muito baixo; 1 = nem sempre; 2 = presente ou bastante alto.
<b>Tradicionalidade</b> (enraizamento da história de um produto original em seu local de origem, incluindo a cultura alimentar)	Carga histórica Produção Cultura alimentar	
<b>Comunalidade</b> (experiências e práticas compartilhadas, refletidas na presença de múltiplos produtores (agricultores, processadores) e sua colaboração)	Agricultura/Pecuária Processamento Distribuição	
<b>Cocriação<sup>1</sup></b> (relação com o visitante/turista; vincula-se fortemente à relação entre tradição x inovação)	Interação Customização Coprodução	

Observação: Tradução livre. Fonte: adaptado de Meulen (2007) e de <sup>1</sup>Park e Widyanta (2022).