

Inovação e conhecimento tácito: trânsito e conflitos nas Indicações Geográficas Brasileiras

Ligia Inhan*; Renata Lèbre La Rovere**

Resumo: Este capítulo apresenta uma visão acerca de como estruturão das Indicações Geográficas Brasileiras (IGs) afetam a inovação dos produtores. A preservação do conhecimento tradicional requer um entendimento mais elaborado das instituições promotoras de IG, porque há uma relação de confiança construída dentro dos *clusters* tradicionais que perduram por décadas e, na maior parte dos casos, por séculos. Entender essas relações significa demandar um espaço de tempo maior para a formalização do processo, mas principalmente, requer uma aproximação mais significativa com a maior parte dos produtores locais, a fim de captar a parte do conhecimento tácito que de fato é o elemento agregador do processo produtivo e que determina a diferença com as demais regiões. Dessa forma, as instituições e os produtores poderão estabelecer, em comum acordo, o que é imprescindível preservar, o que pode ser descartado e o que deve ser inovado. Em função da pouca adesão dos produtores às IGs surgem ou aprofundam os problemas relacionados à confiança, ameaçando a tradição que se deseja preservar. Para melhor ilustrar esses pontos serão apresentados três casos de construção de IGs de como o conhecimento tradicional tem sido entendido. Aponta-se para a necessidade de criação de uma ponte permanente entre essas instituições e os produtores locais.

Palavras-chave: inovação; conhecimento tácito; *cluster*; IG.

Innovation and tacit knowledge: traffic and conflict in the Brazilian Geographic Indications

Abstract: This chapter presents a view about the challenges to innovation in the Brazilian Geographic Indications (GIs). The preservation of the traditional knowledge requires a more elaborate comprehension from the supporting institutions of GI, because there is a trust relationship inside of traditional clusters for many decades or in some cases, for centuries. It is important to know these relationships and to do this such institutions would need more time to formalize the new process. But, mainly, the understanding of tacit knowledge as an earned value and ensuring a part this knowledge allows differentiation from other regions. Therefore, the institutions and the

*Doutoranda em Políticas Públicas, Estratégia e Desenvolvimento, UFRJ, bolsista CAPES.

** Pesquisadora do INCT PPED/CNPq-UFRJ-Grupo de Economia da Inovação - IE/UFRJ

producers must establish to each other what is important to be preserved, what can be discarded and what must be innovated. The little adhesion of the producers to GIs deepens the problems of trust and this situation can be a threat to the tradition that wants to preserve. This text explains this point: it will present three cases of GIs that reveal how traditional knowledge is understood by institutions. It indicates the necessity of creating a permanent connection between these institutions and the local producers.

Keywords: innovation; tacit knowledge; cluster, GI

1. Introdução

Este capítulo aborda a relação entre conhecimento tradicional e inovação no âmbito da Indicação Geográfica brasileira. Como geradores de valor cultural a ser reconhecido como propriedade industrial (PI) pelo Governo Federal, os *clusters* tradicionais tem sido foco de instituições externas promotoras de inovação e de IG. O fator inovação, ao mesmo tempo em que é necessário para o melhoramento dos produtos, afasta um número significativo de produtores da possibilidade de se incorporarem à IG, porque estes não querem ou não conseguem inovar. Além dos motivos sobejamente conhecidos, tais como limitações de investimento, ou para se evadirem das obrigações fiscais e regulatórias, os produtores também parecem reconhecer que as inovações implantadas por esses órgãos podem romper definitivamente com a tradição do modo de saber fazer, ou seu conhecimento tácito, que, afinal, é a essência do seu produto.

No primeiro tópico será apresentado como a inovação pode ser entendida dentro da IG; no segundo tópico será apresentado um breve panorama da estratégia governamental para IGs e como os produtores se relacionam com essa informação; no terceiro tópico serão apresentados três casos que devem mostrar como o conhecimento tácito e as inovações estão transitando e se confrontando no espaço geográfico a ser reconhecido como IG e o quarto tópico encerra com as considerações finais.

2. Inovação no contexto da Indicação Geográfica

Na perspectiva dos estudos sobre IGs de vinhos dos países estrangeiros tradicionais, diversos autores têm partido da premissa que o espaço demarcado e reconhecido da IG é, *a priori*, um *cluster* (INHAN et al, 2013; RIBEIRO e SANTOS, 2008; PORTER, 1998; REBELO e CALDAS, 2013).

Considera-se *cluster* um aglomerado de empresas que se fixam ao redor dos recursos humanos ou naturais característicos de uma região, cujo fornecimento de produtos se dá, quase invariavelmente, pelos resultados de processos históricos e culturais (LA ROVERE e SHEHATA, 2006). Assim, um *cluster* é uma localização geográfica com performance econômica diferenciada e determinada por um ambiente institucional, onde ocorre a maior parte das atividades produtivas das organizações ali implantadas (PORTER, 2003).

Um exemplo que pode servir para ilustrar as definições acima é a região do Douro em Portugal. Ela é a região demarcada mais antiga do mundo e reconhecida pela produção do vinho do Porto. Ali se aglomera toda uma cadeia secular de produção que se sustenta com base no *terroir*, na cultura do processo produtivo preservado e na tradição familiar (INHAN, 2011; SEQUEIRA e DINIZ, 2010).

Dessa forma, *clusters* formados por produtos agropecuários tradicionais apresentam uma peculiaridade a mais: a relação estreita com o *terroir*. Logo, as especificidades do solo, clima, história e *know-how* local são elementos marcantes percebidos como valor qualitativo nos produtos (RIBEIRO e SANTOS, 2008). Isso significa que a tradição é o fator principal gerador de valor e veículo do conhecimento.

Mas uma das características essenciais que sustentam um *cluster* é a inovação. Britto (2004) aponta para um laço sistemático entre firmas e instituições a fim de absorver as mudanças nos processos, nos arranjos institucionais ou nas inovações de produtos, cujo conhecimento principalmente informal compartilhado fortalece e amplia os laços entre os agentes do *cluster*.

Pesquisas no território de Languedoc-Roussillon, na França, demonstraram que empresas associadas à AOC (*Appellations d'Origine Contrôllée*) inovam em processos e melhoramento de produtos, bem como em *marketing* e organizacional. Embora sejam inovações incrementais e sistêmicas, sendo a maior parte delas transformadoras de processos na própria empresa, têm provocado uma série de conexões com o ambiente externo, que fomentam pesquisas e financiamento das instituições parceiras, dinamizando o *cluster* (BENAMAR, 2006; FORT, PEYROUX, TEMRI, 2006; INHAN, 2011).

No Brasil, as inovações em *clusters* de produtos tradicionais têm-se focado para as exigências da legislação e, em se tratando de produtos agropecuários, para atender as normas sanitárias, locais, nacionais e internacionais, que estão em constante processo de aprimoramento. Por outro lado, preservar o caráter original do conhecimento tradicional no produto significa que a inovação incumbe de resguardar a cultura, e esta última torna-se o elemento central da primeira.

Enquanto na França os *clusters* de produtos tradicionais já estão consolidados, de forma que suas competências via inovações continuem a concorrer no mercado internacional lado a lado com produtos industrializados mais baratos; no Brasil, na maior parte das regiões produtoras de alimentos tradicionais, a atividade é exercida informalmente: cerca de 40% dos produtos lácteos, 50% da carne bovina, 10 a 20% das carnes brancas (SEBRAE, 2008; WILKINSON e MIOR, 1999) são comercializados em pequenas quantidades, de forma a não chamarem a atenção das entidades fiscalizadoras. Logo a função torna-se muito mais ocupacional e de subsistência do que lucrativa ou originária de ganhos significativos no mercado.

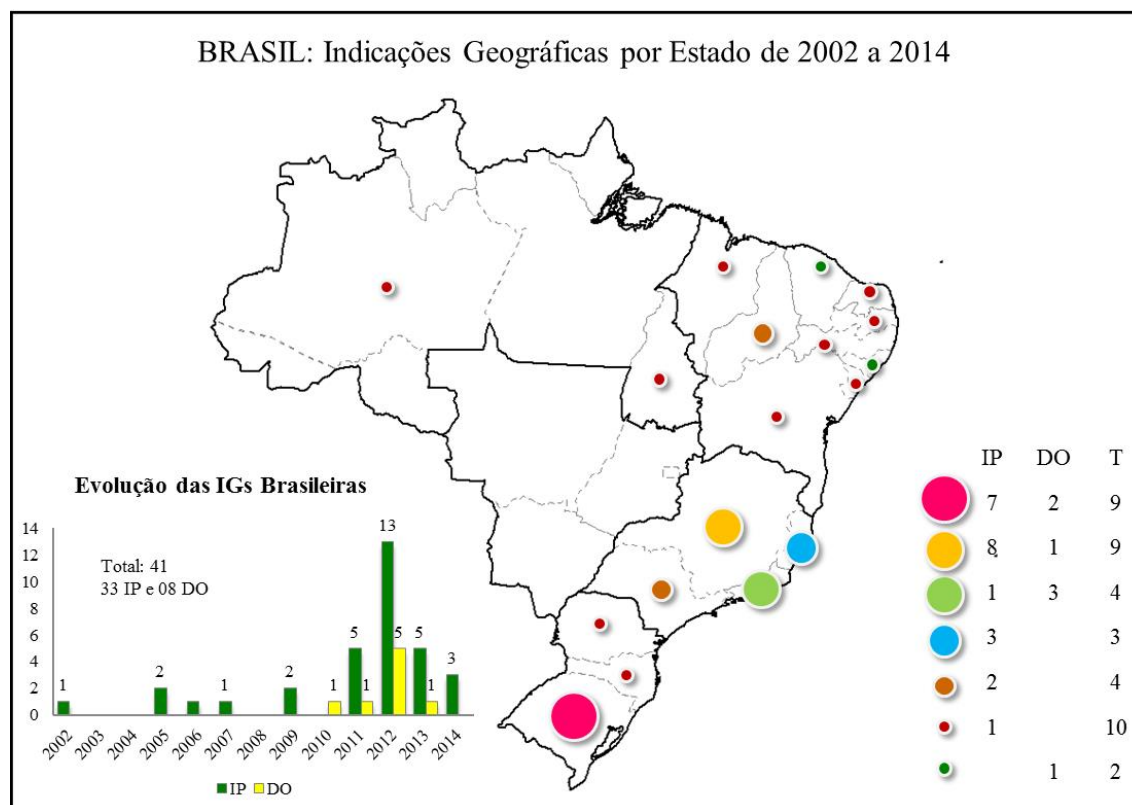
A informalidade de tais produtos não diminui sua força nos mercados, assim, as instituições fomentadoras de IGs identificaram diversas regiões com produtos com potencial de valorização através da formalização do negócio via IG. Como isso tem sido feito? É o que será discutivo no próximo tópico.

3. Formação das IGs brasileiras

O Brasil iniciou o processo de reconhecimento de IGs há pouco mais de uma década e é uma das estratégias governamentais para distribuição de renda, bem como para alavancar desenvolvimento local e incentivar o P&D (MAPA, 2013).

Seguindo parâmetros definidos pelo Governo, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) tem realizado reconhecimentos de IG em várias regiões, conforme pode ser verificado na Figura 1.

Figura 1 - Evolução das indicações geográficas brasileiras e sua distribuição por estado, de 2002 a 2014



Fonte: Elaboração própria, baseado na lista de IGS reconhecidas pelo INPI, disponível em: http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista_com_as_indicacoes_geograficas_concedidas_-_14-10-2014.pdf.

Desde que se possibilitou o reconhecimento no Brasil pela Lei 9.279/1996 e pelos demais instrumentos administrativos editados pelo INPI, tem havido um aumento da demanda de pedidos, notadamente a partir de 2011.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) tem intensificado o fomento para novas IGS por meio de cursos *online*, objetivando divulgar seus benefícios e incentivar seu uso como forma de conduzir ao desenvolvimento local.

A estratégia governamental apoia-se na agregação de produtores em associações e na formação de valor em nichos de mercado nacional e internacional via criação de redes entre instituições. Os pilares que devem amparar o trabalho das instituições envolvidas são a sustentabilidade e a P&D.

A primeira, avaliada como um *background* em todas as ações do MAPA apresenta-se como uma condição *sine qua non* para a proteção da cultura brasileira e do seu ambiente de extração de matéria-prima. Logo, ela se torna um dos elementos-chave para a proteção dos recursos naturais,

bem como, para a valorização do produto. A segunda tem como objetivo principal a busca de melhor aproveitamento dos recursos naturais, capacitação para boas práticas, promoção da inovação de produto e de processos, além do desenvolvimento de pesquisa de cultivares (MPOG, 2011).

Porém, o Brasil é um país que não possui experiência na valorização de seus produtos nacionais, logo há que se reconhecer a dificuldade de preservar a cultura, principalmente se os órgãos governamentais não têm *know-how* suficiente para identificá-la, seja no produto, no processo, no conhecimento local, ou, ainda, na interação de todos esses fatores ao mesmo tempo. Aliado a essas contingências, o período de intervenção das instituições no local tem sido curto em relação ao tamanho das áreas demarcadas (tabela 1).

Tabela 1 - Número de produtores associados e não associados de algumas IGs, no ano da fundação da associação, na criação da IG e na atualidade.

IP	Área (km ²)	Data da fundação da Associação	Data da concessão IG	Nº estimado de produtores locais	Número de associados	
					Fundação	Atual
Vale dos Vinhedos	81.123	1995	2002 IP 2011 DO	± de 380	6	67
Pampa Gaúcho	12.935	2005	2006	+ de 5000	15	75 grandes pecuaristas
Alta Mogiana	505.510	2007	2013	+ de 3000 ¹	16 grandes produtores ²	+ de 40
Serro	9 municípios	2002	2012	1100 ³	80	98
Canastra	6.453	2002	2012	- de 800 ⁴	22 ⁵	25

NI – não informado. IP – Indicação de Procedência. DO – Denominação de Origem.

Fonte: BRASIL, 2013; BELAS, 2012; PAULUS, 2009. Elaboração própria.

Em função dessa falta de percepção do que pode ser identificado como um conhecimento tradicional há um extenso trabalho de pesquisa que auxilia na montagem do regulamento de uso, uma exigência do INPI para a construção do processo de pedido para IG. Os relatórios que compõem este trabalho são elaborados por universidades, agentes privados, técnicos etc, geralmente externos à localidade, para ajudar os produtores a transcrever parte do seu conhecimento para a forma codificada (MAPA, 2013).

¹ <http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=11976>.

² http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/8330_O+NOVO+LIDER+DO+CAFE

³ http://www.emater.mg.gov.br/porta1.cgi?flagweb=site_tpl_paginas_internas&id=8318

⁴ Almeida, P. Indicação de Procedência do Queijo Artesanal. Apresentação no III SIIG, Ilhéus – BA, 2014.

⁵ <http://www.mg.agenciasebrae.com.br/noticia/17460402/agronegocio/origem-minas-das-terras-mineiras-para-o-mundo/?indice=30>

Embora o MAPA alerte sobre o cuidado que os produtores devem ter para redigir o regulamento de uso, o fato é que, por um lado, as instituições envolvidas impõem critérios de qualidade e de produção que tendem padronizar os produtos. Por outro lado, tendo em vista a dificuldade e a linguagem técnica, tanto do âmbito do Direito, quanto do âmbito da produção, torna-se obrigatória a presença de técnicos e profissionais qualificados para acompanhar o processo e responder as questões junto ao INPI⁶. Assim, a interferência no modo de produção tradicional torna-se inevitável (MAFRA, 2008; MAPA, 2013; NIERDELE e VITROLLES, 2010).

Tais discussões relativas à montagem do processo que deverá ser encaminhado ao INPI e que englobam o regulamento de uso da IG têm provocado um cisma entre os produtores, gerando dificuldades na determinação do que deve ser protegido por meio da PI. Quando os líderes do projeto não ignoram os pequenos produtores, no limite, há obstrução na criação da IG por total falta de acordo. Essa problemática tem sido relatada por inúmeros pesquisadores das IGs brasileiras Belas, (2012), Cruz, (2012), Nierdele e Vitrolles, (2010), Paulos, (2009), Valduga, (2012), entre outros.

Conforme pode ser visto na Tabela 1, o pequeno número de produtores associados aponta para um problema intrínseco à estruturação das IGs. As IGs de produtos tradicionais são de fato uma percentagem relativamente ínfima dos *clusters*, cuja extensão do compartilhamento do conhecimento regional ao longo de décadas ou séculos produz especificidades únicas. Neste sentido, não parece ser instantâneo, nem superficial a compreensão desse conhecimento por instituições exógenas para a estruturação de uma IG, porque o conhecimento tradicional está mesclado do conhecimento do processo produtivo e do conhecimento tácito, o saber fazer. Este ponto será estudado a seguir.

4. Inovação *versus* conhecimento tradicional

Como pontua Cooke (2007), o conhecimento é mais complexo do que sugere a relação binária entre conhecimentos tácito e codificado.

Conhecimento é distinto de informação. Enquanto o primeiro pode ser entendido como uma capacidade cognitiva geradora de habilidade intelectual e ação manual, a última pode ser entendida como um conjunto de dados formatados que permanece passivo até o momento em que é colocado em uso, quando então os dados do conjunto serão interpretados e processados. Se a informação é

⁶ Veja, por exemplo, as recomendações do INPI para o projeto de reconhecimento da IP Região do Jalapão do Estado de Tocantins em http://ld2.ldsoft.com.br/siteld/arg_avisos/Comunicados_Patentes3_RPI_2079.pdf, acesso em 13 fev 2014

facilmente transmitida e reproduzida, o mesmo não acontece com o conhecimento, pois somente uma parte dele está disponível para tornar-se codificada na forma de representações simbólicas.

Segundo o MAPA (2013), ao definir as especificidades do produto, o grupo de produtores e técnicos devem,

Tentar explicar a origem dessas características (fatores naturais e humanos). Uma vez identificada uma característica (uma diferença comparando com o produto genérico), os agentes locais devem, então, procurar identificar as razões dessa diferença, a influência do ambiente e dos fatores naturais, a influência do *saber fazer* e da história (MAPA, 2013, pg. 172).

Logo, essa característica intrínseca do produto não parece ser somente um conjunto de parâmetros facilmente mensuráveis. Ao contrário, assemelham-se ao valor cultural construído dentro do *cluster* que ainda está para ser uma IG. Se assim for, provavelmente não é integralmente passível de ser codificado pelo regulamento de uso, mas é justamente esse valor que distingue o produto dos seus similares fora da região.

Os agentes institucionais externos à localidade só conseguem captar parte do conhecimento, porque o conhecimento tácito somente é transmitido em relações face a face e através das interações diretas (COOKE, 2007).

O que parece ocorrer em algumas IGs brasileiras que recebem a intervenção de instituições exógenas é a produção de outro tipo de conhecimento, mediador entre os dois acima referidos, isto é o conhecimento conivente. Este surge quando há uma interposição entre conhecimento tácito, implícito, e conhecimento codificado, explícito. A ação dos diversos agentes internos e externos à região produz uma relação de confiança, validade, segurança, etc, permitindo a ocorrência de uma espécie de monopólio do conhecimento, que são específicos e frequentemente implícitos, podendo ser codificados, apropriados como propriedade intelectual e explorados na forma de ativos (COOKE, 2007).

Desse modo, explica-se porque nem todas as regiões com potencial para reconhecimento e nem todos os produtores de uma determinada região concordam em partilhar seu conhecimento tácito: a confiança nos agentes institucionais é fundamental no processo de reconhecimento da IG, porém, ela depende de um processo interno entre os agentes.

As relações se tornam mais complicadas, porque para produtos agropecuários há ainda a necessidade de adequação dos processos aos requisitos de qualidade exigidos pelos órgãos governamentais locais, regionais e nacionais. Para entender melhor esse ponto, serão apresentados abaixo dois casos sugestivos sobre queijos artesanais.

a. Queijos artesanais e os conflitos com as inovações:

Conhecida como a “travessia dos tropeiros do Parmesão”⁷, a distribuição dos queijos artesanais da Serra da Mantiqueira (MG) para a cidade vizinha de Mauá (RJ) é feita no lombo das mulas pelos sinuosos caminhos da serra. Este processo tradicional entra em conflito direto com a determinação da lei estadual de Minas Gerais referente ao transporte dos queijos artesanais:

Art. 21. O transporte dos queijos artesanais será realizado em veículo com carroceria fechada.

§ 1º O acondicionamento para transporte do queijo artesanal não embalado será realizado em caixa ou tubo plástico, de fibra de vidro ou similar, com tampa ou vedação e de uso exclusivo para o produto.

§ 2º Será obrigatória a utilização de recipiente ou veículo refrigerado para o transporte de:

I queijo meia cura, em embalagem individual, para estabelecimento comercial;

II queijo artesanal destinado à maturação em entreposto, centro de qualidade ou estabelecimento comercial de queijeiro com autorização para manipulação do produto, acondicionado em embalagem coletiva identificada por queijaria de origem, conforme dispuser o regulamento (LEI ESTADUAL 20.549, DE 18/12/2012).

⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=MzIFh4rx4j4>, acesso em 10 fev 2014.

Esse tipo de *marketing* logístico é um fator importante para a valorização do produto. Logo, se os atravessadores seguissem essa lei, determinaria a perda do conhecimento tácito gerado naquele percurso.

Outra região que tem sido estudada para se tornar reconhecida como uma IG é a região produtora do queijo Serrano e Colonial dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. Os produtores desses queijos desenvolveram ao longo dos dois últimos séculos métodos de produção bastante peculiares e distintos de outras regiões produtoras (CRUZ, 2012).

Ocorre, porém, que as inovações requeridas pelos órgãos institucionais parecem querer uniformizar o processo para todos os produtores, independente de serem produtores industriais ou artesanais.

Cruz (2012), não obstante, ressalta que o *saber-fazer* compartilhado não é o mesmo. Ainda que os produtores partilhem o mesmo espaço geográfico, no caso desses queijos não há um padrão único, nem para os produtos, nem para a produção.

Essencialmente, esse é o princípio que diferencia a produção artesanal da industrial, seja ela qual for. Logo, tanto os queijeiros tradicionais da Serra da Mantiqueira, quanto de Serrano e Colonial, bem como a uma parcela significativa dos produtores não filiados às associações de IGs, continuam a produzir e vender seus produtos clandestinamente.

Percebe-se que há mais motivos para resistência à mudança do processo artesanal do que os investimentos exigidos dos produtores para se adequarem às legislação sanitária⁸. Esse comportamento é um indicativo por reconhecerem seu valor cultural e os produtores não querem mudar o seu processo produtivo.

Emerge assim outra abordagem sobre a necessidade das inovações. As qualidades do intelecto e a vontade acima do normal, que em SCHUMPETER (1987) são apontadas como as qualidades do empreendedor inovador, resultam em uma persistência *teimosa* no caso dos produtores queijeiros, porque eles insistem em proteger sua própria tradição cultural. De fato, parece ser esta que determina a valorização do produto *para eles*, e as inovações sanitárias muitas vezes são entendidas pelos produtores e aplicadas pelos órgãos reguladores como melhoramento *industrializado*, o que emerge como uma ameaça ao conhecimento tácito.

⁸ Pesquisa de Vicentim *et al* (2013) demonstrou que os custos para adequação são inviáveis financeiramente e ultrapassam a capacidade de investimento da maioria dos produtores artesanais mineiros.

Um exemplo evidente é a falta de adequação das normas da indústria para a queijaria familiar, cuja presença de crianças, filhos dos produtores, é imprescindível para a passagem do conhecimento tácito e manter a tradição (Figura 2).

Figura 2 - Material didático para capacitação dos produtores da portaria nº 523 (capítulo VII Art.40-43) do IMA.

Portaria nº 523

Higiene 

Manipulador de alimentos	
Deve	Não deve
Lavar sempre as mãos com agente de limpeza e água corrente	Apresentar feridas nas mão ou braços, mesmo com o uso de luvas
Usar roupa branca, avental, botas de borracha e touca	Usar adorno
Lavar as mãos mesmo quando for usar luvas	Usar barba, bigode, unhas grandes e esmalte
Fazer exames médicos e laboratoriais	Comer, fumar, cuspir, tossir sobre os alimentos



 **A queijaria não é local para pessoas estranhas, crianças ou animais** 

(PBMF) Departamento Técnico EMATER-MG

10

Fonte: Departamento técnico da Emater, 2002.

Essa situação gera um círculo vicioso em que o produto sem reconhecimento institucional e impedido de circular livremente no mercado regional e nacional mantém os produtores atrelados a uma cadeia produtiva de pouco valor, incapaz de produzir riqueza e consequentemente, o produtor não consegue gerar recursos suficientes para inovar conforme os órgãos reguladores querem.

Em Minas Gerais, enquanto o Programa Queijo Minas Artesanal esteve em andamento até 2011, o papel do EMATER foi significativo para a valorização da produção artesanal dos queijos, bem como para a mediação entre os demais órgãos reguladores e os produtores. Essa instituição conseguiu implementar inovações organizacionais e incrementais ao longo da cadeia produtiva. Além disso, o estado em questão tem sido pioneiro no reconhecimento do queijo artesanal como um produto diferenciado.

O Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) estabeleceu na portaria nº 1305, de 30 de abril de 2013, o uso do leite cru como elemento principal da matéria-prima e diminuiu o tempo de maturação exigido para 17 e 21 dias no que toca as IGs Queijo do Serro e do Queijo Canastra, respectivamente. Para garantir o adequado armazenamento do queijo artesanal e posterior venda para fora do Estado foi criado o Centro de Distribuição Queijo Minas Artesanal. Embora a maioria dos queijos artesanais mineiros tenha um tempo de maturação bem menor, essa Portaria já representa um avanço na proteção do bem cultural.

Por um lado, os produtores que possuem mais recursos financeiros e que estão dispostos a ampliar seu mercado são mais suscetíveis em aceitar as exigências dos órgãos reguladores. Estes, porém constituem exceção, menos de 1% dos queijeiros mineiros de um universo de 30 mil se cadastraram no programa do IMA para obtenção do selo de garantia para comercialização (LAGOA, 2011). Assim, nos territórios com produção tradicional de queijos não há consenso entre produtores e instituições e há dificuldades para o reconhecimento via IG⁹.

Por outro lado, o caso dos queijos reconhecidos das IGs demonstra que a relação de confiança entre as instituições reguladoras e os produtores está sendo construída aos poucos, gerando o conhecimento conivente ressaltado anteriormente.

A Indicação Geográfica IP Cachaça Paraty pode ilustrar melhor o papel das instituições governamentais como verdadeiramente impulsionadoras das inovações. Neste sentido, o caso é ímpar por recuperar uma tradição perdida há algumas décadas e por ter tido sucesso entre os empresários que se adequaram às inovações, como poderá ser visto no próximo item.

⁹ A APROCAN, Associação dos Produtores do Queijo Canastra, retomou o trabalho de valorização do queijo, incentivando a qualificação dos produtores via SEBRAE, mas isso começou a se efetivar somente a partir do registro da IG em 2012.

b. Cachaça Paraty e a reconstrução da tradição

A reconstrução do processo produtivo da cachaça de Paraty é um exemplo marcante do somatório de forças institucionais para a construção desta IG. Durante 10 anos foi organizada a cadeia produtiva em torno da cachaça, produto registrado como genuinamente brasileiro, pelo MAPA, SEBRAE, EMATER, EMBRAPA, UFRJ, Fundação Bio-Rio e o Instituto Nacional de Tecnologia (INT). No início desse processo houve a criação da Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty (APACAP) e ao seu final, conquistou-se o registro da IG (MAPA, 2013; MENDONÇA, et al, 2010).

Segundo o MAPA (2013) as instituições reunidas forneceram o apoio técnico para os produtores da aguardente no início de 1997, que possibilitou a melhoria do processo de produção, bem como sua reestruturação e revitalização dos engenhos. A par disso, foi feita uma troca das “dornas” de madeira por inox, para recuperar a qualidade tradicional do produto.

Durante esse processo, em 2001, o governo brasileiro estabeleceu, por decreto, a expressão “cachaça do Brasil” como uma indicação geográfica (BARBOSA, 2003), aumentando o grau de envolvimento vertical das instituições.

Destacou-se ainda por outra peculiaridade, qual seja pelo fato de ter sido procedido um programa de capacitação com os produtores e proprietários dos alambiques, de forma *que não interferissem no processo de produção original*.

No quadro 1, abaixo, encontra-se esquematizado os dois processos, artesanal e industrial e as inovações implantadas para a construção do processo produtivo artesanal.

Quadro 1: Processo produtivo artesanal: pontos críticos da elaboração da cachaça

Etapas do processo produtivo	Método Artesanal	Método Industrial
1. Seleção da cana	Cultivares especiais	-
2. Origem da matéria prima	40% Caçapava (SP) com a intenção de se transferir toda a produção para dentro da região	-
3. Manejo produtivo da cana de açúcar	Plantação sem agrotóxicos Colheita manual Queimada proibida	Grandes áreas de cultivo com colheita mecânica
4. Moagem	Não diferencia	Não diferencia
5. Fermentação	Fermento: natural, a base de fubá e farelo de arroz Tempo de fermentação: 2 a 4 dias	Adição de produtos químicos

6. Destilação	Alambique de cobre (método tradicional de produção) Utiliza-se 60% do conteúdo destilado, despresando as partes consideradas comprometedoras do sabor da cachaça (cabeça e calda)	Colunas de destilação e toneis de aço-inox Aproveitamento de 100% do conteúdo
7. Armazenamento	Período de maturação de três meses	-
8. Envelhecimento	Período mínimo de um ano	Pode ir direto para comercialização

Fonte: Adaptação de MAPA, 2010, p. 279 e SAKAI, (s.d.)¹⁰.

As inovações descartaram maior produtividade em função da recuperação da tradição nos processos 3, 5, 6, 7 e 8. Os processos 1 e 2 visam controlar a qualidade do produto e não estão relacionados diretamente com a tradição, mas ao meio ambiente. Além desses, foi necessária a criação de novas leis que assegurassem a produção e distribuição do produto, bem como seu reconhecimento como produto artesanal pelas instituições governamentais e associativas.

Assim, uma das funções mais importantes dessa IG foi criar um nicho de mercado que valoriza um produto antigo, ou sua simulação arcaica, através de uma imagem vendável vinculada ao *terroir*.

Uma vez que a geração de conhecimento tácito não era mais possível, dado que o conhecimento perdido não pode ser recuperado, as inovações neste caso foram provenientes das instituições por meio do conhecimento codificado, reconstruído a partir da interação com os novos agentes. Há que se destacar que havia somente três produtores em atividade na década de 1990 e agora são sete associados à APACAP¹¹.

Conquanto nesta região as forças institucionais tenham alavancado o desenvolvimento local produzindo todo tipo de conhecimento, no nordeste brasileiro surge um curioso processo de formação de indicação geográfica, onde a inovação está seguramente à margem do processo produtivo. No próximo tópico será brevemente apresentado o caso da IG do Sisal, apenas a fim de ilustrar esse ponto.

¹⁰ SAKAI, R. H. *Cachaça*. Disponível em: <<http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/cana-de-acucar/arvore/CONT000fiog1ob502wyiv80z4s473agi63ul.html>>. Acesso em: 14 jan. 2015.

¹¹ <http://www.apacap.com.br/produtores.html>, acesso em 27 jan 2015

c. Valor Cultural no Modo Produtivo do Sisal?

Em trabalho anterior (2013) apontamos um estudo realizado por Carvalho e Dias, publicado em 2012, sobre o processo de IG no Território do Sisal na Bahia. Assim se expressa:

[...] a possibilidade de reconhecimento da Denominação de Origem para o sisal proporcionará uma maior dinamização da produção, bem como uma maior agregação de valor a este produto, favorecendo ainda mais a sua inserção no mercado (nacional e internacional), preservando a cultura local¹² e promovendo notoriedade à região.

[...]

Cabe salientar também o processo da cadeia produtiva do sisal visto que uma das finalidades da Indicação Geográfica consiste na construção e/ou reconstrução desta cadeia¹³ (pgs. 373-374).

Logo, a IG estaria protegendo o processo de extração da folha até a entrega dos fios em estado bruto às empresas exportadoras para produção dos fios de sisal. No entanto, desde a década de 1960 tem sido feitas pesquisas na região que apontam para a problemática da conjuntura do sisal e das degradantes condições do trabalhador do campo (PINTO, 1969).

Assim sendo, a cadeia produtiva do sisal, uma das mais arcaicas do Brasil, não permite ao pequeno agricultor extrair o valor do conhecimento do produto, visto que ele não o detém como ocorre com os artesãos citados anteriormente.

Neste sentido, fica evidente que o conhecimento tradicional nem sempre é garantia de geração de riqueza para os produtores. A EMBRAPA, uma das maiores fomentadoras de inovação do Brasil, menciona as dificuldades de se implantar projetos de melhoria aos métodos de produção do sisal e aponta suas causas. Uma delas merece maior atenção:

As dificuldades *também*¹⁴ esbarram nos problemas institucionais que dificultam articulação e cooperação entre as instituições e entidades que atuam no território. As disputas por espaços, as vaidades e veleidades institucionais criam um ambiente que não favorece a interação e a cooperação entre as instituições. A

¹² Preservação da cultura local não encontra respaldo na lei brasileira de IG.

¹³ Grifos meus.

¹⁴ Grifo meu.

instabilidade e descontinuidade institucional da Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola (EBDA) e da Associação dos Pequenos Agricultores do Estado da Bahia (APAEB), por exemplo, em virtude da dependência de programas de suporte para financiamento público para atividades de Assistência Técnica e Extensão Rural impediram uma ação eficiente e continuada de gestão da informação prevista pelo núcleo de apoio técnico aos agricultores (TONNEAU et al., 2011, pg. 235-236).

O conhecimento tradicional da extração do sisal tem gerado algum valor para as associações que o transforma em moeda de troca para captação de recursos financeiros e poder político temporário. Uma IG nesta região, nos termos apresentados, somente ajudaria a aprofundar o congelamento do processo produtivo.

5. Considerações finais

Pelo exposto extraem-se três formas de trânsito e conflito entre inovação e o conhecimento tácito:

- a) na relação entre o processo produtivo artesanal e a necessidade de inovações *industrializantes* definidas fora do contexto local, como é o caso do queijo artesanal;
- b) na recuperação do processo produtivo tradicional por meio da capacitação humana e técnica, melhor dizendo, da implantação de inovações de processos e organizacionais, como ocorreu no caso da IP Paraty e,
- c) na emergência da necessidade de inovação radical do processo produtivo a fim de gerar riqueza para os produtores, como deveria ocorrer na região sisaleira da Bahia.

Evidenciaram-se neste capítulo que o conhecimento tácito transita nos *clusters* de produtos tradicionais, cujos produtores são quase todos alheios às inovações exógenas ao local. Estas últimas tem sido orientadas e implementadas por instituições que estruturam as IGs, com a participação de um número significativamente baixo de agentes locais. Dessa forma, é imprescindível construir uma ponte permanente entre essas instituições e os produtores locais, a fim de que se reconheça o conhecimento tácito como portador de valor, de forma a identificar o que deve ser preservado daquilo que pode e deve ser modificado.

6. Referências Bibliográficas

BARBOSA, D. B. *Uma introdução propriedade intelectual*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003. p. 1-951.

BELAS, C. A. *Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil*. 2012. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2012.

BENAMAR, B. Stratégie d'innovation dans les PME agroalimentaires du Languedoc-Roussillon. In: *Dynamiques des Entreprises Agroalimentaires du Languedoc-Roussillon* (pp. 59-73). Montpellier: Jean-Pierre Couderc et Michel Couderc (Agro.M), 2006.

BRASIL - MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. *Plano Mais Brasil: mais desenvolvimento, mais igualdade, mais participação – PPA 2012/2015*. Brasília, DF: MPOG, 2011.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*. 3ª. ed. Florianópolis: MAPA, 2013. p. 415

BRITTO, J. Cooperação e aprendizado em arranjos produtivos locais: em busca de um referencial analítico. *Rede de Pesquisa em Sistemas Produtivos e Inovativos Locais - IE/UFRJ*, 2004.

CARVALHO, G.; DIAS, A. Indicação Geográfica no Território do Sisal na Bahia: Possibilidades e Perspectivas. *GEINTEC-Gestão, Inovação e ...*, v. 2, p. 365–377, 2012.

COOKE, P. et al. *Regional knowledge economies: markets, clusters and innovation*. MPG Books Ltd: Great Brit., 2007. p. 328.

CRUZ, F. T. *Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais : um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra – RS*. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2012.

IMA. *Portaria nº 523, de 03 de julho de 2002*.

IMA. *Portaria nº 1305, de 30 de abril de 2013*, 2013.

INHAN, L. *Um Paradoxo no Cluster de Vinho: Vantagens e Desvantagens da Região Demarcada do Douro sobre a Inovação*. [Dissertação de Mestrado] Vila Real: Faculdade de Administração e Economia - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 2011.

INHAN, L.; FERREIRA, J.; MARQUES, C.; REBELO, J. Paradoxo de inovação no cluster do vinho: o caso da região demarcada do Douro. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, v. 53, n. 3, maio-junho, 2013.

FORT, F., PEYROUX, C. & TEMRI, L. *Les signes de qualité: frein ou moteur de l'innovation Les signes de qualité: frein ou moteur de l'innovation*. Montpellier, França: Jean-Pierre Couderc et Michel Couderc (Agro.M). 2006

LA ROVERE R. L.; SHEHATA, L. D. Políticas de apoio a micro e pequenas empresas e desenvolvimento local: alguns pontos de reflexão. *Revista Redes*, v. 11, n. 3, p. 9-24, 2006.

LAGOA, T. *Novas regras do leite devem aumentar a clandestinidade*. 2011. Disponível em: <<http://www.sertaobras.org.br/queijo-2/producao/novas-regras-leite-devem-aumentar-nmero-de-produtores-na-clandestinidade/>>. Acesso em: 14 fev. 2014.

MAFRA, L. *Indicação geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro*. 2008. Tese (doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2008. Disponível em: <http://r1.ufrjr.br/cpda/wp-content/uploads/2011/09/tese_luiz_antonio_mafra.pdf>. Acesso em: 16 fev. 2014.

MENDONÇA, C.S.; MARINS, M.F.; LEITE, M.L.G. Obtenção da Indicação Geográfica de Procedência “Paraty”: uma estratégia de cooperação competitiva. *Anais: XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, São Carlos, SP, 12 a 15 de outubro de 2010.

MINAS GERAIS. Lei Estadual Nº 20.549, de 18 Dezembro de 2012. Disponível em: <http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=20549&ano=2012>... Acesso em: 27 jan 2015.

NIEDERLE, P.; VITROLLES, D. Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 18, n. 1, p. 5–55, 2010. Disponível em: <<http://r1.ufrjr.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/319>>. Acesso em: 16 fev. 2014.

PAULUS, B. *O Cotidiano no Vale dos Vinhedos: uma compreensão a partir das representações sociais*. [Dissertação]. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.

PORTER, M. Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, v. 76, p. 77, 1998.

PORTER, M. E. The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, vol. 37.6&7, pp. 549-578, August/October, 2003.

PINTO, M. Contribuição ao estudo da influência da lavoura especulativa do sisal no estado da Bahia. *Revista Brasileira de Geografia*, v. 31, n. 3, p. 178, 1969.

REBELO, J.; CALDAS, J. The Douro wine region: a cluster approach. *Journal of Wine Research*, v. 24, n. 1, p. 19–37, 2013. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09571264.2012.717220>>.

RIBEIRO, J. C; SANTOS, J. F. *Portuguese quality wine and the region-of-origin effect consumers' and retailers' perceptions*. Braga, Portugal: NIPE - Núcleo de Investigação em Políticas Económicas, 2008.

SCHUMPETER, J. *Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*, 3. ed. São Paulo: Editora Nova, 1987.

SEBRAE. *Queijos Nacionais: estudos de mercado SEBRAE/ESPM*. 2008.

SEQUEIRA, T.; DINIZ, F. Desenvolvimento e Território: o caso do cluster do Vinho do Porto. *Estudos Regionais*, n. 25/26, p. 95–106, 2010.

TONNEAU, J.-P. *et al.* Pesquisa, desenvolvimento e inovação para o desenvolvimento territorial e convivência com o Semiárido brasileiro: metodologia de pesquisa participativa. In: NASCIMENTO, P. P. *et al.* (Org.). *Inovações em desenvolvimento territorial: novos desafios para a Embrapa*. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2011. p. 91.

VALDUGA, V. O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/BRASIL). *Cultur - Revista de Cultura e Turismo*, v. 6, n. 2, p. 127-143, 2012.

VINCENTINI, N. M. *et al.* Custo da Adequação de Pequenos Produtores de Queijos aos Requisitos da Legislação do Estado de Minas Gerais. *Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes*, v. 68, n. 395, p. 5–14, 2013.

WILKINSON, J.; MIOR, L. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 13, p. 29–45, 7 dez. 1999. Disponível em: <<http://r1.ufrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/159>>. Acesso em: 16 fev. 2014.