



A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARA O MEL DE AROEIRA NO NORTE DE MINAS GERAIS: uma análise sobre atores e processos

GEOGRAPHICAL INDICATION SOCIAL CONSTRUCTION FOR AROEIRA HONEY IN THE NORTHERN MINAS GERAIS STATE: an analysis of actors and processes

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA PARA LA MIEL DE AROEIRA EN EL NORTE DE MINAS GERAIS: análisis de actores y procesos

Alex Douglas Martins Demier  

Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba –
CODEVASF, Montes Claros, Minas Gerais, Brasil
E-mail: <alexdemier@yahoo.com.br>.

Daniel Coelho de Oliveira  

Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES, Montes Claros, Minas
Gerais, Brasil
E-mail: <daniel.oliveira@unimontes.br>.

Clesio Marcelino de Jesus  

Universidade Federal de Uberlândia – UFU, Uberlândia, Minas Gerais, Brasil
E-mail: <clesiomj@gmail.com>.

Fausto Makishi  

Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Montes Claros, Minas Gerais, Brasil
E-mail: <faustomakishi@gmail.com>.

RESUMO

O processo de identificação de atributos específicos no Mel de Aroeira do Norte de Minas trouxe novas perspectivas de agregação de valor à produção apícola regional a partir da possibilidade do reconhecimento da Indicação geográfica – IG. Neste contexto, o presente artigo buscou entender o processo de obtenção da IG do Mel de Aroeira no Norte de Minas como uma construção social, fruto de um arranjo envolvendo organizações e instituições que se articulam em níveis regional e local. Como metodologia, foram realizadas revisões



bibliográficas, entrevistas a apicultores, presidentes de Associações e representantes de instituições de apoio, também foram utilizados dados secundários de produção de mel na região. Conclui-se que a possibilidade de registro da IG chegou aos apicultores “de cima pra baixo”, liderada pela Fundação Ezequiel Dias (FUNED), Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que vislumbraram uma possibilidade de agregação de valor e desenvolvimento territorial. A própria delimitação territorial da IG do Mel de Aroeira, também não é fruto de uma construção social dos apicultores da região e, sim, definida a partir dos resultados da caracterização do mel e referendada por Instituições.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Apicultura. Norte de Minas. Construção Social. Mel de Aroeira.

ABSTRACT

The process of identifying specific attributes for Aroeira Honey in the Northern Minas Gerais State brought new perspectives for adding value to regional apiarian production from the possibility of recognition of the geographical indication – GI. Therefore, this paper sought to understand the process of obtaining GI from Aroeira Honey in Northern Minas Gerais State as a social construction as a result of an arrangement involving regional and local organizations and institutions articulate at regional and local level. The research method involved bibliographical review, interviews to apiarists, Presidents of associations and representatives of supporting institutions. As secondary data we also used numbers on honey production in the region. We concluded that the possibility of GI registration came to the apiarists in a top to bottom way by institutions like Ezequiel Dias Foundation (FUNED), São Francisco and Parnaíba Valleys Development Company (CODEVASF), Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE) and Ministry of Agriculture, Livestock and Supply (MAPA). These institutions envisioned a possibility of value addition and territorial development. Not even the territorial delimitation of the Aroeira Honey GI is not a result of a social construction by the regional apiarists, but rather the characterization of honey and endorsed by Institutions.

Keywords: Geographical Indication. Apiculture. Northern Minas Gerais State. Social Construction. Aroeira honey.

RESUMEN

El proceso de identificación de atributos específicos en Aroeira miel de la región Norte de Minas Gerais trajo nuevas perspectivas para agregar valor a la producción apícola regional a partir de la posibilidad de reconocer la indicación geográfica - IG. En este contexto, el presente artículo buscó comprender el proceso de obtención de IG de Aroeira Mel en el norte de Minas Gerais como una construcción social, el resultado de un acuerdo que involucra organizaciones e instituciones que se articulan a nivel regional y local. Como metodología, se llevaron a cabo revisiones bibliográficas, entrevistas con apicultores, presidentes de asociaciones y representantes de instituciones de apoyo, así como datos secundarios de producción de miel en la región. Se concluye que la posibilidad de registro GI llegó a los apicultores “de arriba hacia abajo”, liderados por Fundación Ezequiel Dias (FUNED),

Compañía de Desarrollo de los Valles de São Francisco y Parnaíba (CODEVASF), Servicio Brasileño de Apoyo a Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA). Esas instituciones imaginaron una posibilidad de valor agregado y desarrollo territorial. La delimitación territorial de IG de Aroeira en sí no es el resultado de una construcción social de los apicultores en la región, sino que se define a partir de los resultados de la caracterización de la miel y avalada por las instituciones.

Palabras-clave: Indicación Geográfica. Apicultura. Norte de Minas. Construcción social. Miel de Aroeira.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as modificações no ambiente institucional e competitivo têm-se refletido em uma nova configuração das cadeias agroalimentares brasileiras. A grande novidade é a velocidade estonteante com que as mudanças têm acontecido. A globalização, acompanhada pelo desenvolvimento tecnológico ocorrido na área das comunicações e do fluxo migratório intenso entre países configuram um cenário dinâmico no qual, cada vez mais, grupos sociais se comuniquem, aprendam, copiem e absorvam características de consumo de diferentes partes do mundo.

É nesse contexto em que a *descommoditização*, por meio da exploração de atributos de diferenciação, oferece oportunidade de agregar valor a nichos e segmentos de mercado em que a escala não representa, necessariamente, um fator crítico de sucesso. Parte dessa tendência de sofisticação da produção rural é observada nos casos de Indicação Geográfica e Denominação de Origem, alvo do presente artigo.

Grosso modo, as estratégias de diferenciação, com base em atributos locais ou ativos territoriais (PECQUEUR; SALAIS, 1996; MAKISHI *et al.*, 2019), procura agregar valor a partir da exploração de recursos latentes ou de características físicas, culturais, históricas, climáticas e do *savoir-faire* ligadas a um determinado território, o que confere a essa delimitação espacial características parecidas com a dos *terroirs* vinícolas. A Indicação Geográfica e a Denominação de Origem representam, neste caso, a “institucionalização” dessas estratégias, que visa a garantir os direitos de propriedade, diminuir assimetrias de informação e melhorar a reputação dos ativos transacionados e, principalmente, dos ofertantes de tais ativos (BELLETTI, 1999).

A lógica de proteção aos produtos locais encontra respaldo na Economia da informação que entende que falhas de mercado emergem da existência da distribuição assimétrica de informações, isto é, aquela em que uma das partes envolvidas na transação possui informação privada, não adquirível sem custos pela outra parte. No caso da IG, assume-se a existências de tais assimetrias entre produtores e consumidores. Minimizar essas assimetrias é importante, para ofuscar comportamento oportunista e evitar as consequências da falta de conhecimento sobre o nível de qualidade dos produtos. Não obstante, nas estratégias de diferenciação por origem, a criação de valor está intimamente ligada ao fortalecimento da reputação dos agentes ofertantes.

Em outras palavras, produtos cuja qualidade está relacionada ao ambiente geográfico no qual foram produzidos leva à noção de *terroir*, que poderá ser protegida por um mecanismo legal que trata das Indicações Geográficas (Indicações de Procedência – IP, ou Denominações de Origem – DO). Tal mecanismo deve assegurar que o produto expresse características únicas do ambiente e das relações sociais que o originam, sendo reconhecido pelo consumidor a partir de tais características, o que lhe daria o direito de estampar, junto ao seu nome, a região de onde é originado, “[...] configurando, intrínseca e extrinsecamente uma diferenciação em relação a produtos similares provenientes de outras regiões” (HOFF; JESUS; ORTEGA, 2015 p. 154).

A busca por uma Indicação Geográfica deve, em última instância, conferir singularidade ao produto, referenciá-lo ao local de produção, ao território. Dessa forma, conforme aponta Karpik (2007), a obtenção da IG possibilita incorporar uma possível qualidade ao produto que não, necessariamente, está associada às suas características de produção, mas, sim, aos atributos de valores reconhecidos pelos consumidores e garantidos pelo um selo de qualidade que liga o produto a um determinado território.

Enquanto a noção de instituição é mais bem compreendida a partir do trabalho de Edwin Davis e Douglas North (1971) como

[...] restrições (normas) construídas pelos seres humanos, que estruturam a intenção social, Economia e política. Elas consistem em restrições informais (sanções, tabus, costumes, tradições e códigos de conduta) e regras formais (constituições, leis e direito de propriedade). Os arranjos institucionais, compreendem as regras específicas que os agentes estabelecem para si nas suas transações econômicas ou nas suas relações políticas e sociais particulares (DAVIS; NORTH, 1971, p. 97).

O presente artigo buscou entender o processo de obtenção da IG do Mel de Aroeira no Norte de Minas como uma construção social, fruto de um arranjo envolvendo organizações e instituições que se articulam em níveis regional e local. O trabalho analisa a organização dos agentes (apicultores) e da rede de apoiadores na realização da estratégia de diferenciação por atributos territoriais. A discussão se ampara na Nova Sociologia Econômica, mais especificamente na vertente de Construção Social dos Mercados e na Teoria de Redes. O caso do Mel de Aroeira contribui para a discussão de como um problema de organização complexo e não passível de decomposição resulta em uma rede de governança abstrusa, que envolve diferentes atores, com vistas a diminuir assimetrias de informação e proteger a reputação. A criação e a apropriação de valor servem de pano de fundo para a discussão que segue.

A descoberta de propriedades diferenciais no Mel de Aroeira do Norte de Minas e a articulação de Instituições governamentais pode produzir novas perspectivas de agregação de valor para a cadeia da Apicultura na região a partir do reconhecimento da Indicação Geográfica – IG? De acordo com nossa hipótese, a “construção” da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira ocorreu “de cima pra baixo”, iniciada por instituições como a FUNED, CODEVASF, SEBRAE e MAPA, e apoiada por apicultores locais que vislumbraram a possibilidade de construir um novo arranjo produtivo na região.

A pesquisa apresentada no presente artigo se caracteriza como empírico-descritivo-exploratória e baseou-se em informações qualitativas e quantitativas de bases primária e secundária. O eixo principal é o Norte de Minas, com o intuito de levantar e analisar informações relativas à atividade apícola desenvolvida na região, em especial a produção do Mel de Aroeira e os procedimentos para obtenção do reconhecimento de sua Denominação de Origem.

Foi realizada, também, uma pesquisa documental na qual foram consultadas Leis e Normas no sentido de compreender as exigências impostas à produção de mel e a obtenção do registro de Indicação Geográfica, notadamente na categoria denominação de origem e em materiais bibliográficos como relatórios, levantamentos, mapas, diagnósticos e outros, elaborados por instituições com atuação na região, com vistas a obter informações que possibilitem caracterizar o Mel de Aroeira e o perfil dos apicultores que o produzem.

Para a pesquisa de campo, foram utilizados roteiros semiestruturados; as entrevistas foram realizadas no período de março a maio de 2018. Anteriormente às entrevistas, em fevereiro de 2018, foi realizado um pré-teste, com o objetivo de identificar e minimizar possíveis falhas no instrumento, que pudessem possibilitar a reformulação do roteiro definitivo. Em função do número de produtores, foi utilizada a técnica de amostragem, representativa possível do universo. Foram entrevistados três membros representantes de 13 organizações de apicultores da região, incluindo o presidente mais dois apicultores associados escolhidos aleatoriamente, totalizando 39 entrevistas. Foram utilizados três roteiros diferentes, sendo um para cada categoria de entrevistado, ou seja, um para os presidentes das Associações e Cooperativa, com o objetivo de levantar as informações referentes a tais entidades; um roteiro utilizado com os Associados e Cooperados, para identificar questões de produção, acesso a mercado, entendimento da IG, entre outras. A entrevista aplicada aos apicultores também procurou investigar a percepção desses com relação a processo de obtenção da IG do mel de aroeira, seu conhecimento sobre o assunto e expectativas sobre a estratégia. O terceiro roteiro foi específico para os representantes de seis das entidades parceiras, com foco nas ações, parcerias, a atuação e entendimento sobre a IG.

O trabalho está dividido em três seções, sem contar esta seção introdutória. A primeira seção explora o processo burocrático de reconhecimento formal da IG. A segunda apresenta o referencial de Construção Social de Mercados e Redes. O caso do Mel de Aroeira contribui para ilustrar a discussão em tela e é apresentado na terceira seção do artigo. Por fim, apresentam-se as considerações finais do artigo e as referências.

O processo de obtenção da Indicação Geográfica

A Indicação Geográfica, doravante IG, caracteriza-se como instrumento de propriedade intelectual, de inovação produtiva e de diferenciação do produto e procura dar proteção a produtos vinculados à sua origem. A Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) identifica três pilares da Indicação Geográfica, a saber: proteção ao produtor, favorecendo a preservação da reputação; garantia ao consumidor da aquisição de produtos seguros e com qualidade, por meio da diminuição de assimetrias de

informação, e o desenvolvimento territorial em função da agregação de valor ao produto, bem como, o reconhecimento de sua reputação (GUEDES; SILVA, 2011).

A IG procura fazer com que o mercado recompense as comunidades, especialmente as rurais, que exploram atributos típicos baseados na interação entre o *know-how* local — incluindo seleção, produção e processamento e condições ambientais específicas, como o solo e o clima. O reconhecimento legal da Indicação Geográfica representa uma ferramenta institucional (BELLETTI, 1999), um conjunto de normas formais e de leis, para enfrentar esses problemas e, conseqüentemente, proporcionar às comunidades rurais a oportunidade de valorizar sua produção (BRAMLEY *et al.*, 2009).

O Brasil foi signatário da Convenção da União de Paris (CUP), bem como de parte dos demais acordos provenientes das oito Conferências de Revisão, à exceção da primeira e do Acordo de Lisboa¹. A menção a questões relacionadas ao uso de nome geográfico surgiu a partir do Decreto n.º 16.264/23, que traz o conceito de indicação de proveniência. Posteriormente, vários decretos com foco na Propriedade Industrial e na Indicação de Origem foram publicados, adequando a legislação brasileira aos acordos internacionais.

Com referência às Indicações de Origem, houve apenas alterações semânticas nos decretos posteriores, que substituíram a expressão “indicação de proveniência” por “indicação de procedência” e vice-versa. Todavia, esses termos, até a promulgação da Lei n.º 9.279/96 – Lei de Propriedade Industrial (LPI), não aprofundavam o entendimento de Denominação de Origem como fruto da interação entre fatores humanos e naturais, como atualmente. A indicação de procedência ou proveniência referia-se apenas ao nome geográfico do local de produção, não focalizava a diferenciação entre um produto específico de outro do mesmo gênero (GONÇALVES, 2008).

A LPI procura, em parte, harmonizar a legislação brasileira ao Acordo sobre Aspectos de Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC)² e ao

¹ O Acordo de Lisboa, firmado em 1958, consistiu em mais uma revisão da Convenção da União de Paris (CUP), em função da necessidade de avanço na proteção das denominações de origem, tendo em vista que os acordos anteriores não conseguiram os resultados esperados. Ao contrário das versões anteriores, em que tal proteção se dava de forma indireta, esta disciplinou a proteção internacional das denominações de origem como objeto autônomo do direito industrial (BELAS, 2012).

² O ADPIC, como parte dos normativos da OMC, encontra-se em vigor até os dias atuais. Seus principais pontos de discussão estão na criação de um cadastro internacional de IGs, que possibilite a uniformização dos

Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual do Mercosul (Decisão CMC n.º 8/1995) e incorporou a terminologia “Indicação Geográfica”. No que diz respeito às questões de IG, observam-se algumas distinções conceituais. Em seus artigos n.ºs 176 a 182. Lei que trata, especificamente, da Indicação Geográfica, mas não a conceitua, definiu apenas as duas tipologias que a compõem. Conforme o art. 176: “Constitui Indicação Geográfica a indicação de procedência (IP) ou a denominação de origem (DO)”, definidas nos artigos subsequentes:

Art.177 indicação de procedência (IP) como 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.

Art.178 denominação de origem (DO) como 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.

Nesse ponto, identifica-se uma das diferenças entre a lei nacional e a ADPIC, pois a primeira confere proteção mais restrita, ao criar um instrumento específico para regular qualidades ou características que “[...] se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico”. Ao contrário, a legislação internacional apresenta uma definição de IG mais genérica, dispondo de padrões mínimos a serem seguidos pelos signatários.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI é o órgão brasileiro responsável por operacionalizar as normas que regulam a Propriedade Industrial, incluindo IG. As exigências para o registro de uma Indicação Geográfica estão descritas na Instrução Normativa 25/2013 INPI, notadamente nos Art. 6.º a 9.º, nos quais são detalhados os documentos a serem apresentados, a saber: requerimento que conste o nome geográfico e a descrição do produto ou serviço; instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente; regulamento de uso do nome geográfico; instrumento oficial que delimita a área geográfica; a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação Geográfica, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a Indicação Geográfica. É também necessária a comprovação de estarem os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área

procedimentos de registro entre os países; a extensão da proteção adicional a todos os produtos, não só aos vinhos e demais bebidas; a criação de instrumentos de garantias para produtos e conhecimentos de povos tradicionais utilizados em produtos ou processos industriais.

geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço.

A competência específica do INPI exaure-se no registro da Indicação Geográfica (Instrução Normativa Nº 095/2018). Considerando a complexidade para que os produtores obtenham os requisitos para o registro e para garantir que os regulamentos de uso sejam efetivamente cumpridos pós-reconhecimento, há, quase sempre, necessidade da atuação de outros atores em complementação às ações do Instituto, com o objetivo de disponibilizar os indispensáveis apoios financeiro e técnico.

Alguns documentos a serem apresentados são de elevada complexidade e, muitas vezes, exigem um elevado nível de especialização para sua elaboração³. Soma-se às dificuldades formais de elaboração documental a necessidade de conhecimento técnico sobre o produto, sua qualidade, formas de produção, projeto e comercialização.

O próprio instrumento oficial que delimita a área geográfica demanda a investigação e a definição de padrões claros e precisos, de forma codificada e explícita, sobre até onde se estende a produção do bem em questão em determinado território. Quase sempre, o órgão responsável por essa etapa é o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA.

Nesse sentido, já no processo de reconhecimento formal, a Indicação Geográfica constitui um problema organizacional complexo, que não pode ser decomposto. A solução deixa de ser algo trivial e envolve a criação de um ambiente favorável ao compartilhamento de conhecimento. Nesse caso, a organização, ou arranjo institucional, é entendida como as várias formas de organizar as transações que marcam o relacionamento entre agentes econômicos e sociais (MÉNARD *et al.*, 2014). Ela reflete a combinação de recursos e de competências complementares, e mecanismos de monitoramento e de controle, com penalizações para aqueles que não cumpram as normas acordadas coletivamente. Essa discussão será retomada na próxima seção.

O Brasil, ao contrário de outros países, não dispõe de uma entidade governamental para a realização dessas etapas, como no caso da França, em que o *Institut National de l'Origine et de la Qualité* - INAO, é responsável pela regulamentação das IGs e

³ Na descrição do produto, pode ser necessária a realização de pesquisas envolvendo laboratórios de análises e avaliação de especialistas, com elevados conhecimentos técnicos, principalmente quando se trata de registro de denominação de origem, para o qual se faz necessária a comprovação do vínculo do produto com as condições ambientais.

por garantir o cumprimento dos regulamentos de uso por parte dos produtores. Para a criação de tal estrutura há que se considerar um nível de organização, de comprometimento e de confiança entre os participantes, que, dificilmente, é obtido sem o apoio de instituições públicas.

Talvez em função das dificuldades supracitadas, poucas organizações têm apoiado as indicações geográficas no Brasil. Ao se revisar a literatura referente ao assunto, observa-se certa recorrência dos atores e fomentadores das IGs brasileiras. Niederle *et al.* (2017) citam o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, além de algumas Universidades.

Belas e Wilkinson (2014), em trabalho semelhante, identificaram as mesmas instituições atuantes no apoio técnico e financeiro às entidades que buscam o reconhecimento de IG, acrescentando algumas outras, com papel relevante a depender do território: universidades, empresas de assistência técnica, associações e organizações não-governamentais (ONGs).

Mascarenhas e Wilkinson (2014) e também Bramley *et al.* (2009), afirmam que, na Europa, onde as indicações geográficas já estão bastante avançadas, os resultados obtidos, a partir de sua formalização, são conhecidos e consolidados na garantia ao consumidor, no acesso a mercados, na agregação de valor ao produto e no desenvolvimento territorial. Tanto o bloco econômico quanto os países individualmente dispõem de um arcabouço legal e de normas específicas que criam um ambiente institucional favorável à implementação e à exploração de estratégias de IG. Da Europa, são importados produtos historicamente relacionados à região de origem, cuja vinculação é reconhecida mundialmente, como o espumante da região de Champagne, o queijo de Roquefort, o vinho de Bordeaux, o presunto Parma, o vinho do Porto.

Nos países em desenvolvimento, esse aparato legal mostra-se, muitas vezes, incipiente ou estranho aos agentes, com potencial de agregar valor a partir de estratégias de diferenciação territorial. Mesmo diante da grande heterogeneidade de biomas, de tradições culturais e de trajetórias coletivas, ainda não há consenso entre os atores quanto ao que se deseja, efetivamente, alcançar com o reconhecimento formal da Indicação Geográfica. Além

disso, não há certeza quanto à sua capacidade de assegurar que o valor criado possa, de fato, ser capturado pelos segmentos a montante da cadeia de valor.

Sobre isso, Saco dos Anjos *et al.*, (2010) entendem que as IGs podem ser relevantes, desde que haja uma identidade cultural nos territórios, que será a base de atuação das entidades públicas e privadas de apoio. Nesse sentido, as IGs devem fortalecer os vínculos horizontais que unem os diversos atores do território e não somente as articulações verticais da cadeia de valor do produto reconhecido.

No Brasil, por exemplo, foram realizados, nas últimas décadas, esforços para que essa vinculação seja feita e, posteriormente reconhecida, em âmbitos nacional e mundial. Como frutos desse esforço, foram sendo construídas algumas poucas (comparadas a Europeus) IGs, dentre as quais destacam o vinho do Vale dos Vinhedos, o café do Cerrado Mineiro, o queijo da Canastra e a aguardente de Salinas.

O Mel de Aroeira representa mais um caso brasileiro que se inicia com a mobilização de entidades públicas e privadas de apoio e fortalecimento (ao que parece) dos laços horizontais e verticais necessários para viabilização das estratégias de Indicação Geográfica. O caso é analisado a luz da Nova Economia Institucional e das abordagens de Construção Social de Mercados e Redes.

Redes e Construção Social de Mercados: bases vindas da Nova Sociologia Econômica

A Sociologia Econômica surge ao final do século XIX como oposição *mainstream* econômico, mais especificamente à lógica racional e estática, presente na vertente neoclássica da Economia. Para aquela corrente de pensamento, havia a necessidade de considerar, de forma polarizada, dimensões sociais na análise das relações econômica e formação das variáveis mercantis. Somente na segunda metade do século XX, em meados de 1980, essa aparente cisão entre as vertentes teóricas foi atenuada. Destaque dado para o trabalho de Mark Granovetter, considerado um marco inicial da chamada Nova Sociologia Econômica - NSE.

Nesse sentido, a NSE procura oferecer uma alternativa agregadora da Sociologia econômica com a Teoria Econômica, consideradas como complementares e importantes no entendimento dos fatos econômicos. Ela representa o olhar da Sociologia sobre o principal objeto da Economia, o mercado (RAUD-MATTEDI, 2005).

A principal crítica da NSE é de que as trocas econômicas não constituem fenômeno *standard*, limitado ao “instante” em que oferta encontra a demanda, governadas pela racionalidade de maximização dos lucros individuais. Ao contrário disso, as trocas comerciais são vistas como partes de um processo, elas são antecedidas por uma relação social construídas entre indivíduos. Essa a ideia está por trás da abordagem de Construção Social dos Mercados. À luz da NSE, deve-se considerar as interações sociais, culturais e tradicionais que circunscrevem as transações econômicas entre os atores.

Com base no trabalho de Polany sobre enraizamento social (*social embeddedness*), Granovetter (1983; 1985) procura discutir a ideia de redes e de como as instituições econômicas encontram-se imbricadas pelas relações sociais. Nas palavras de Swedberg (1997 p.8) “[...] todos os fenômenos econômicos são sociais por natureza”.

Para Abramovay (2004), a abordagem sociológica dos mercados procura compreendê-los como resultados concretos e sempre imprevistos, frutos da interação social e não da racionalidade econômica. Essa mesma percepção é resgatada, posteriormente, no trabalho de Jacobides e Winter (2005, p. 398), embora eles não façam parte desta corrente de pensamento, que descrevem: “[...] o mercado não produz nada. Ele é a fina interface através da qual o produto ou serviço de um ator é comprado por outro”.

Nesse sentido, a NSE entende que os mercados, antes de tudo, são construídos a partir de relações sociais e não movidos unicamente pela racionalidade e pela maximização como previa a Teoria Econômica. A NSE não descarta as análises econômicas e, sim, une-as às questões sociais, objetivando melhores condições de explicar as relações de mercado (CARVALHEIRO, 2010).

Para Carvalho (2010), os mercados são zonas de confronto entre atores, em que as diferenças de poder, organização e disponibilidade de recursos são definidoras de como se darão as inter-relações. Os vínculos sociais concretos e locais são determinantes de sua dinâmica, assim, a reciprocidade de cada realidade influencia as trocas econômicas. Nesse sentido, a análise dos mercados sob uma abordagem sociológica não o considera como fruto apenas da atividade econômica e, sim, como dependente da relação entre os atores, fruto de construção social.

Em resumo, as ações dos atores sociais não se dão a partir de uma escolha racional e individual. Os relacionamentos interpessoais e posições individuais ocupadas por

agentes em uma rede circunscrevem o comportamento individual e coletivo. Nesse sentido, para um mesmo local, os grupos sociais obterão resultados econômicos diversos, a dependerem de sua estrutura social e das redes sociais de que seus membros participam, possibilitando acesso a informações estratégicas ou não.

As redes sociais facilitam a circulação de informações e geram confiança, ao dificultarem os comportamentos oportunistas, até mais do que dispositivos institucionais ou de moralidade generalizada. Todavia, as relações sociais não constituem garantias únicas para evitar fraudes, tendo em vista que não são suficientes para eliminar a desconfiança, o oportunismo e a desordem (GRANOVETTER, 2007).

Como Powell (1990, p. 303) observa, “[...] nos modos de rede de alocação de recursos, as transações não ocorrem nem através de trocas discretas, nem por ordem administrativa, mas por meio de redes de indivíduos engajados em ações recíprocas, preferenciais, mutuamente apoiadoras”. A formação de relações inter organizacionais tende a ser emergente em vez de premeditada, em que o *feedback* de transações passadas é um elemento crucial. Transações passadas tendem a revelar informações sobre o desempenho e a conduta dos parceiros (GULATI; GARGIULO, 1999), promover o aprendizado (Powell *et al.*, 1996) e reforçar as normas sociais e os mecanismos informais de sancionamento (GRANOVETTER, 1985). Em outras palavras, a frequência tende a diminuir a incerteza na transação.

A respeito disso, Granovetter (1983) advoga sobre como laços fracos, definidos por trocas ocasionais de mercado, são importantes para gerar novas informações e diversidade vistas como cruciais à inovação e à criação de oportunidades para atores que participam da rede. Essa perspectiva está presente nos trabalhos de Burt (1992) e de Uzzi (1997). Todavia, essa perspectiva não é unânime entre os atores que estudam as redes. Coleman (1990) e Krackhardt (1992), por exemplo, defendem que redes densas e fortes laços facilitam o surgimento da confiança, criam normas sociais e promovem cooperação.

Outro aspecto importante que deve ser considerado na análise é a existência de externalidades. As chamadas externalidades da rede ocorrem quando o benefício de adotar algum tipo de tecnologia ou contrato aumenta com o aumento do número de adotantes, induzindo assim retornos crescentes à adoção (ARTHUR, 1989).

Na prática, as externalidades de rede surgem quando a entrada de novos atores no arranjo tende a favorecer os demais membros da rede. Em parte, essas vantagens de rede estariam associadas a economias de escala e a poder de barganha (BARZEL, 1997), mas não somente isso. Quando se trata da construção de reputação e/ou marca, a entrada de novos membros pode significar diminuição das assimetrias e informação além de maior capitalização dos aspectos positivos agregadores de valor ao arranjo.

O caso da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira ajuda entender como essas redes se articulam de forma complexa, com vistas à construção de uma proposta de valorização da identidade coletiva. Aspectos relacionados a mobilização e à organização dos atores, a construção dos arranjos e as possíveis fontes de conflitos são exploradas.

Processo de construção da IG do mel de aroeira no Norte de Minas Gerais

Os procedimentos para obtenção do registro de uma Indicação Geográfica são complexos e envolvem especialidades diversas, o que torna muito complicado, burocrático e dispendioso para que uma organização de um determinado território assuma independentemente tal desafio. Ao mesmo tempo, uma construção coletiva de determinada marca potencializa seus resultados. A participação de entidades de apoio, governamentais ou não, são uma realidade em todos os países que utilizam esse sinal distintivo, inclusive no Brasil, conforme demonstraram Belas (2012) e Niederle *et al.* (2017).

No processo de busca pelo reconhecimento da Denominação de Origem do Mel de Aroeira do Norte de Minas existe uma divisão de tarefas no processo. A FUNED foi a responsável pelos estudos de caracterização do mel em parceria com a CODEVASF e com o Banco do Nordeste; o SEBRAE contratou o consultor, responsável pelos procedimentos e documentos necessários ao depósito no INPI. A CODEVASF realizou as coletas das amostras de solo e de mel para os estudos e custeou parte das pesquisas; também realiza articulações entre as entidades da cadeia produtiva, tem acompanhado todas as ações que envolvem a IG, realiza reuniões para disseminar informações sobre IG. A Cooperativa dos Apicultores e Agricultores Familiares do Norte de Minas (COOPEMAPI) tem realizado as articulações institucionais para a obtenção dos apoios necessários. As demais instituições de apoio

entrevistadas informaram acreditar que a IG do Mel de Aroeira trará resultados positivos, principalmente na agregação de valor à produção.

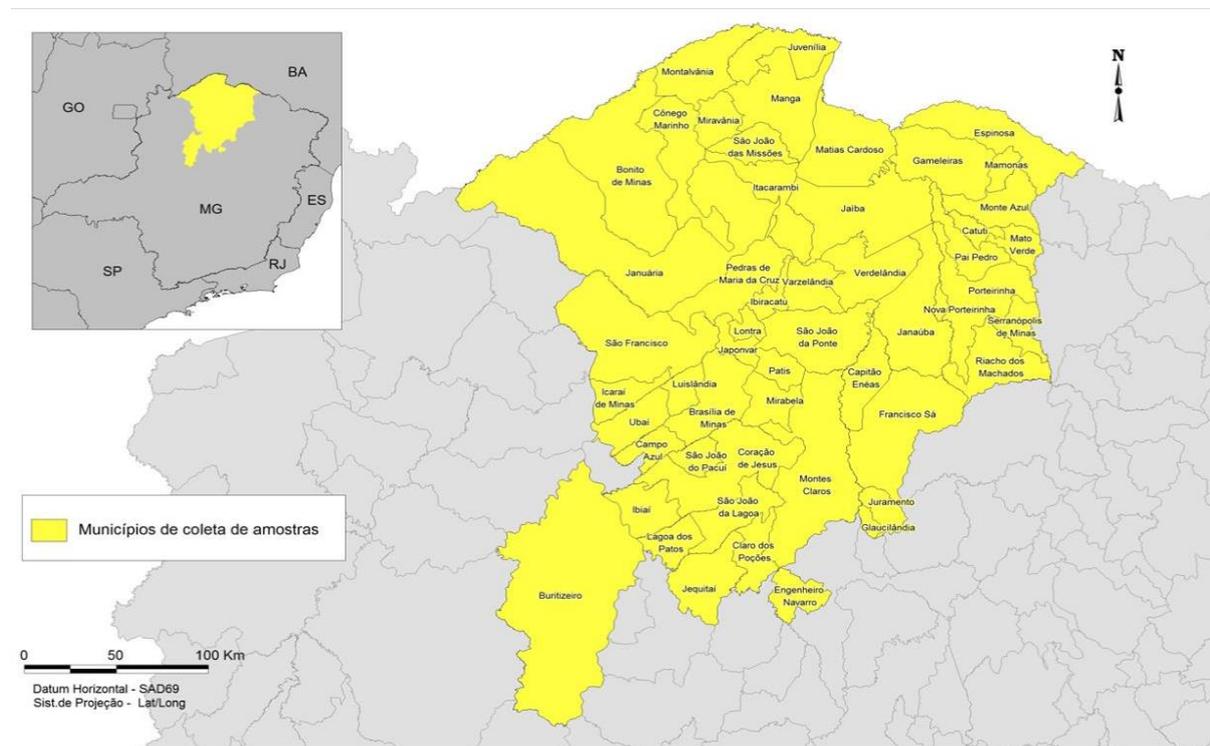
Em função da dimensão do território da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira (Vide Mapa 1), a COOPEMAPI e o SEBRAE definiram conduzir os trabalhos nos núcleos da Cooperativa⁴. Algumas etapas desse trabalho de construção coletiva foram realizadas, como as reuniões de mobilização e de esclarecimento em cada núcleo, definição da entidade que será responsável pela Indicação Geográfica (Conselho de Desenvolvimento da Apicultura Norte Mineira - CODEANM), discussão e adequação do Estatuto Social e discussão e alteração do nome da entidade gestora. Nessa fase, iniciar-se-ão os trabalhos de construção do Regulamento de Uso e preparar Parecer Técnico descrevendo a caracterização do Mel de Aroeira, por parte da FUNED. Efetivadas tais providências, o consultor procederá à juntada da documentação para depósito no INPI.

A partir das pesquisas realizadas pela FUNED foram identificadas características únicas que possibilitam classificar o mel como um produto diferenciado que poderia ser protegido e valorizado a partir do registro de uma Indicação Geográfica. Em função de o produto ser fruto de uma interação entre a planta, um inseto e as abelhas, a espécie de Indicação geográfica que se registrará é a Denominação de Origem de acordo com o artigo 178 da Lei nº 9.279/96 – Lei de Propriedade Industrial (LPI).

Portanto, há um produto na região com potencial de valorização e, conseqüentemente, de apropriação de parte desse valor pelos apicultores. Com o incentivo de diversas instituições, os apicultores, organizados em Cooperativa e Associações definiram buscar o reconhecimento da Indicação geográfica do Mel de Aroeira do Norte de Minas, encontrando-se em fase de construção, conforme relatado anteriormente neste artigo.

⁴ Em função de os cooperados estarem dispersos em vários municípios, a Coopemapi criou núcleos descentralizados, de forma a facilitar a comunicação com os cooperados. São cinco núcleos: Mato Verde, São Francisco, Coração de Jesus, Mirabela e Januária, e em cada um deles há um coordenador.

Mapa 1: Área de Abrangência da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira



Fonte: Elaborado pelos autores

Na pesquisa de opinião realizada com apicultores da região, verifica-se que o conhecimento sobre a iniciativa de formalização da IG do Mel de Aroeira é relativamente bom, já que somente 15% dos apicultores entrevistados desconhecem a iniciativa. Isso não significa que exista um entendimento pleno sobre o processo. Na mesma pesquisa, constatou-se considerável desconhecimento sobre o processo em si, em especial na identificação dos trâmites legais para reconhecimento da IG, e 53% dos entrevistados não souberam ou afirmaram não haver dificuldades para tal. Para esses o processo em questão, apenas significa um “excesso de formalismo”. Há ainda o problema de assimetria, uma vez que a participação em reuniões e assembleias que tratam da temática é restrita.

O desconhecimento dos produtores em referência aos procedimentos, dificuldades e potencialidades da IG do Mel de Aroeira tem sido um dos maiores entraves para o avanço dos trabalhos, pois gera participação limitada dos apicultores nas discussões e nas reuniões. Com referência à agregação de valor ao Mel de Aroeira os apicultores perceberam alteração na aceitabilidade e da valorização do produto, antes mesmo do registro da IG. A partir dos

resultados das pesquisas de caracterização do mel que demonstraram suas características diferenciais, de acordo com os apicultores a procura vem aumentando, assim como o preço.

Anteriormente, em função de sua coloração muito escura (cor âmbar escuro), esse mel era pouco valorizado no mercado, os compradores não se interessavam, ou adquiriam por um valor menor que méis de outras floradas, pois grande parte da produção da região era adquirida pelos entrepostos para exportação, que exige méis de colorações mais claras.

A partir de 2017, os entrepostos começaram a adquirir o Mel de Aroeira de forma mais intensiva e, por vezes, pagam valores ligeiramente maiores. Na atual safra (2018), o valor desse mel para vendas no atacado girou entre R\$ 10,00 a R\$10,50/kg, enquanto os outros estavam cotados entre R\$ 7,00 e R\$ 7,50/kg. Observou-se um diferencial na ordem de 42,8%. No mercado de varejo, os entrevistados afirmaram comercializar com diferencial entre 15 e 20% superior ao valor do mel silvestre.

Questionados os produtores sobre como tomaram conhecimento do processo de IG do Mel de Aroeira, a maioria respondeu ter obtido informações a partir de entidades de apoio, sendo citadas a FUNED, CODEVASF, SEBRAE e COOPEMAPI, em especial na participação em Seminários, reuniões e palestras realizadas por tais instituições. Tais respostas puderam ser confirmadas ao observarmos a programação dos quatro últimos Seminários de Apicultura do Norte de Minas, em que a temática Indicação Geográfica foi abordada com destaque. Outra forma de acesso aos conhecimentos sobre IG foram informações de terceiros, mas com poucas citações. As discussões e debates sobre IG do mel de Aroeira têm sido construídas de maneira vertical, capitaneada por meio das entidades de apoio, o que demonstra que os apicultores e suas redes sociais ainda não incorporaram a lógica organizacional da IG. Nesse sentido, pode-se afirmar que a construção da marca regional está sendo induzida desde cima, por atores fora do seu processo de produção.

Um processo de indução desde cima, pode dificultar a participação de todos os apicultores, pois a maioria não participou diretamente do processo de construção da marca para obtenção do selo de IG, situação que despertou o sentimento de não pertencimento e de desconfiança a esse processo de construção social bem como a baixa adesão deles. Um processo de construção social que vem de baixo para cima, pode gerar um melhor sentimento de pertencimento e maior adesão. Entretanto, conforme foi pontuado, seja pelo elevado custo e burocracia para de obtenção de uma IG, seja pela elevada distância e deslocamento para que

os apicultores possam realizar uma reunião, seja pela baixa formação da maioria dos apicultores, a construção da IG foi potencializada com apoio externo, ou seja, de cima para baixo. O que vem exigindo das instituições envolvidas a realização dos seminários para divulgação da IG e investimentos em cursos de formação e capacitação.

Também foi possível acompanhar algumas etapas dos trabalhos citados, notadamente as reuniões de mobilização e de esclarecimento nos municípios de Mato Verde, Porteirinha (apesar de não ser núcleo da COOPEMAPI foi realizada reunião), Bocaiuva e Januária ocorridas no mês de março de 2018. De forma geral, percebeu-se participação de número restrito de apicultores em relação ao total de produtores de cada núcleo. Há grande desconhecimento em relação às potencialidades, aos desafios e às etapas e serem cumpridas para a obtenção do registro e aos potenciais benefícios pós chancela, mas, percebeu-se elevado interesse por parte dos presentes.

A definição da entidade gestora é uma decisão relevante a ser tomada pelos produtores de determinada região aspirante ao registro de uma IG. Como um bem coletivo e de autogestão, as IGs demandam uma estrutura organizacional baseada na confiança e na participação dos produtores (CERDAN, *et al.*, 2010).

Inicialmente, os apicultores e Associações haviam-se decidido pela COOPEMAPI como entidade gestora. Por ter amplitude de atuação regional, atenderia à exigência da IN 25/2013 do INPI, que estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Em seu artigo 5.º permite, às Associações e pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada, o requerimento de registro de IG, na qualidade de substituto processual. Portanto, uma associação de apicultores de abrangência municipal, como a maioria existente, não atenderia à normativa no aspecto de representatividade da coletividade de apicultores da região (INPI, IN 25/2013).

A partir dos trabalhos de orientação da consultoria, os apicultores decidiram, em função de questões legais, substituir, como entidade gestora a COOPEMAPI pela Associação dos Apicultores e Agricultores Familiares do Norte de Minas – APIMAPI, entidade já existente e registrada, de caráter regional e constituída pelos mesmos membros da Cooperativa. Entretanto, foi necessário alterar seu estatuto social para adequar-se às questões legais e à operacionalidade da IG e, conseqüentemente, alterar o nome para Conselho de Desenvolvimento da Apicultura Norte Mineira – CODEA/NM. Nesse caso, foram realizadas

reuniões em todos os núcleos, para discutir os novos Estatuto e razão social e, posteriormente procedido o registro no Cartório. Não obstante a substituição da Cooperativa, ela continua a desempenhar papel relevante nas discussões e nas providências, inclusive, mantém contratação do SEBRAE para o apoio à condução dos trabalhos e será responsável pelo beneficiamento e pela comercialização do Mel de Aroeira com IG.

Concomitantemente à delimitação da área geográfica, os produtores vão iniciar os trabalhos de construção do Regulamento de Uso, instrumento-base para o funcionamento e gestão de uma Indicação Geográfica. O documento é elaborado coletivamente, com a participação de produtores, técnicos e demais atores do território onde se definirão as características do produto, modos e processos de produção, critérios de qualidade a serem pactuados, determina procedimentos de controle contra fraudes e as penalidades em caso de descumprimento. Portanto, delimita os atores e o produto participantes da IG, excluindo ou incluindo produtores, produtos, insumos e modos de produção (NIEDERLE, 2013).

Ressalta-se o cuidado quando da elaboração do citado regulamento que servirá de parâmetro para o posterior controle da IG por parte do Conselho Regulador. Portanto, devem ser elaboradas normas passíveis de cumprimento por parte dos produtores, mas que também possam ser controladas. Quanto mais objetivo, preciso e simples for o Regulamento de Uso, mais facilmente será executado o controle e, conseqüentemente, sua implementação (CERDAN, 2010). A atuação do Conselho Regulador também será discutida no momento das discussões do Regulamento de Uso. Esse é parte integrante da estrutura do CODEA-NM. Portanto, o Conselho será o responsável pela gestão e controle da IG.

Dificuldades e potencialidades da IG do Mel: uma visão dos atores envolvidos

Com o objetivo identificar as dificuldades e potencialidades da IG do Mel de Aroeira do Norte de Minas foram entrevistadas três pessoas de relevante participação nos procedimentos e definições: o consultor do SEBRAE especialista em IG e os presidentes da COOPAMEPI e do CODEA-NM.

No entendimento do consultor, são dois os maiores desafios a serem trabalhados: a grande dimensão do território do Mel de Aroeira e a participação e cultura associativa dos produtores. As elevadas distâncias entre os apicultores no território dificultam a comunicação,

a realização de reuniões entre os membros e a tomada de decisões coletivas, essenciais ao funcionamento da IG.

O mais relevante talvez seja a dificuldade de atuação do Conselho Regulador e o dispêndio de recursos para os deslocamentos necessários, tendo em vista que o bom funcionamento dessa estrutura é decisivo para garantir que o mel seja produzido dentro dos padrões definidos no Regulamento de Uso. Isso assegurará o atendimento ao princípio básico de uma Indicação Geográfica, a proteção do produto e dos consumidores, principalmente contra falsificações (CARVALHO, 2012).

O outro ponto citado pelo consultor diz respeito à participação dos apicultores e do associativismo. Essa preocupação vai ao encontro da afirmativa de Pimentel (2013), de que a organização dos produtores é condição imprescindível para o reconhecimento de uma IG, assim como, para seu funcionamento pós-registro e o conseqüente desenvolvimento territorial. A responsabilidade da Associação na IG é elevada, tendo em vista que se trata de um processo coletivo, em que é essencial a participação dos produtores, para que se garanta um pacto pela qualidade, a partir do compromisso de cumprir o disposto no caderno de normas, que também é fruto de decisões coletivas. A dificuldade de participação, segundo o consultor, é realidade na maioria das IGs.

Para os presidentes da COOPEMAPI e do CODEA-MG o principal gargalo também está na mobilização e na participação dos apicultores no processo e na necessidade de maior nível de conhecimento sobre o que é Indicação geográfica, seu valor, os possíveis retornos e desafios. Atualmente, segundo eles, há um baixo nível de informação entre os produtores, o que desestimula a participação. Preocupam-se, ainda, com o futuro cumprimento do Regulamento de Uso e com a garantia de qualidade por parte de alguns apicultores. Segundo a COOPEMAPI, estão sendo realizadas ações para trabalhar as questões relacionadas ao associativismo e ao cooperativismo junto aos apicultores. Uma das citadas foi a Cultura da Cooperação, capacitação iniciada e realizada em módulos, em parceria com o SEBRAE.

Quanto às potencialidades identificadas, o consultor entende que a região tem muito a ganhar com o reconhecimento da Indicação geográfica em função do Mel de Aroeira apresentar características diferenciais encontradas em poucos méis no mundo. Um com o qual apresenta semelhanças é o Mel de Manuka produzido apenas na Nova Zelândia e que também

apresenta propriedades medicinais. Atualmente, é conhecido e valorizado internacionalmente, chegando a custar R\$ 500,00/kg (quinhentos reais por quilo) no Brasil. Portanto, para o consultor, já há demanda por méis com tais características, os produtores podem inserir-se nos mercados interno e externo, com preços mais competitivos que o Mel de Manuka, tendo em vista ser um produto pouco conhecido, conseguindo introduzi-lo paulatinamente no mercado. Ocorre que, mesmo comercializando o Mel de Aroeira a valores inferiores aos praticados pelo Mel de Manuka, os preços obtidos serão bem maiores do que os atualmente recebido pelos apicultores da região.

Analisando os dados disponíveis pelo INPI, em relação à data de depósito e da publicação do registro das últimas indicações geográficas reconhecidas, o período médio é de 24 meses. Confirmando-se os prazos atuais, o reconhecimento da Indicação geográfica do Mel de Aroeira dar-se-á no ano de 2020. É pretensão dos apicultores que, durante o período entre o depósito da documentação no INPI, até a concessão da IG, seja criada a marca coletiva para o Mel de Aroeira do Norte de Minas. Tal estratégia objetiva dar funcionalidade ao Regulamento de Uso e ao Conselho Regulador, de forma que o CODEA-NM e os apicultores se familiarizem com os procedimentos para que, quando do deferimento do registro, a IG se operacionalize de forma satisfatória.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo buscou apresentar a construção da Indicação geográfica do Mel de Aroeira do Norte de Minas, fruto de um arranjo que envolve organizações e instituições que se articulam em níveis regional e local. Também foi descrito o nível de conhecimento dos apicultores em relação à Indicação Geográfica do Mel de Aroeira, notadamente quanto aos processos de obtenção da certificação, desafios e potencialidades inerentes aos mercados de qualidade e identificaram-se possíveis fatores restritivos ao registro e à sustentabilidade do selo de Indicação geográfica.

Os levantamentos de dados possibilitaram inferir que a produção e o comércio mundial de mel são crescentes e os principais países produtores detêm grande parte do volume produzido e poucos dominam o mercado internacional. Parcela representativa do mel é comercializada mundialmente como *commodity*. Nesse sentido, algumas estratégias de

diferenciação com foco em mercados mais específicos e sofisticados podem oferecer oportunidades a produção apícola regional, como o caso da produção orgânica e do Mel de Aroeira no Norte de Minas.

Estudos, em fase de publicação, demonstraram que algumas características medicinais da Aroeira foram transferidas para o mel, como a atividade antimicrobiana, outras ainda carecem de comprovação científica, mas já foram identificadas por apicultores, como as ações anti-inflamatória e antialérgica. O atributo medicinal desse mel, assim como da Aroeira, está relacionado à elevada quantidade de compostos fenólicos, que são produzidos pela planta a partir de situações de estresse.

Essas características diferenciais têm promovido maior valorização desse mel e observa-se crescente demanda pelo produto, o que exige ações para inserção nos mercados, assim como estratégias de proteção contra falsificações, que garantam produtores e consumidores. Daí surge a proposta do registro da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira que se encontra na fase inicial para reconhecimento.

Com referência a essa temática, apresentou-se breve histórico do desenvolvimento do conceito de Indicações Geográficas e sua utilização no mundo, com destaque aos diversos acordos internacionais firmados entre os países, para seu reconhecimento. Proveniente da Europa. Essa estratégia de propriedade intelectual para proteção e valorização de produtos regionais ou tradicionais mostra crescente de utilização em diversos países signatários de acordos da OMC.

As IGs se constituem dispositivos eficazes para proteger a excelência dos chamados produtos com identidade, em meio a um cenário que aponta justamente para a importância de alguns atributos (tipicidade, singularidade, paisagem, historicidade etc.), temas até bem pouco tempo imperceptíveis e negligenciados no mercado consumidor.

No caso em estudo, há que se ressaltar uma especificidade: ao contrário da maioria das IGs, o Mel de Aroeira não é um produto tradicional na região, fruto de uma construção social histórica, enraizada num território. Era, até recentemente, um produto marginal, com pouco valor de mercado. Nesse contexto, sua qualidade diferencial e a possibilidade de registro da IG, foram identificadas somente após as pesquisas, ou seja, a definição da estratégia de registro da IG, chegou aos apicultores “de cima pra baixo”, inicialmente, pela entidade de pesquisa e, na sequência, por outras entidades que

vislumbraram uma possibilidade de incentivar a agregação de valor e o desenvolvimento territorial para a cadeia do mel.

A delimitação territorial da Indicação Geográfica do Mel de Aroeira também não é fruto de uma construção social dos apicultores da região e, sim, definida a partir dos resultados da pesquisa de caracterização do mel e referendada por instituições públicas como a FUNED, a CODEVASF e o SEBRAE. Tais interações estão em curso, concomitantemente ao processo de construção da IG.

Essa questão talvez pudesse explicar a pouca participação e conhecimento dos apicultores e representantes de entidades com relação aos procedimentos da IG. A bibliografia sobre o tema demonstra tal realidade em outras IGs. A desinformação e a pouca participação foram identificadas como os maiores entraves à obtenção do registro e a sua futura operacionalização.

Caso se persista tal condição pós-registro, é de se esperar que os resultados não sejam tão satisfatórios ou os benefícios provenientes da IG fiquem restritos a um pequeno número de apicultores. Identificou-se que as lideranças do processo estão conscientes e promovendo ações para sua mitigação. O tamanho do território, composto por 54 municípios, também consiste em dificuldade à consolidação da IG, obstáculo à interação entre os atores, a troca de informações e a atuação do Conselho Regulador, principal estrutura de controle.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio da Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de Minas Geras – FAPEMIG em nossas pesquisas.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R.. Entre Deus e o diabo mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social, revista de sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 2, 2004.

ARTHUR, W.B. “Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events”, **Economic Journal**, [S./l.], v. 99, n.1, pp. 116-131, 1989.

BELAS, C. A. **Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil**. 2012. 266f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

BELAS, C. A.; WILKINSON, J. Indicações geográficas e a valorização comercial do artesanato em Capim-dourado no Jalapão. **Sustentabilidade em Debate**, [S./l.], v. 5, n. 3, p. 56-78, 2014.

BARZEL, Y. **Economic analysis of property rights**. Cambridge: Cambridge university press, 1997.

BELLETTI, G., Origin labelled products, reputation and heterogeneity of firms. In: EUROPEAN ASSOCIATION OF AGRICULTURAL ECONOMISTS SEMINAR, 67., 1999, Le Mans, França. **Anais [...]**. Le Mans: EAAE, 1999.

BRAMLEY, C.; BIÉNABE, E.; KIRSTEN, J. The economics of geographical indications: towards a conceptual framework for geographical indication research in developing countries. **The economics of intellectual property**, n. 1012, p. 109-149, 2009.

BRASIL. **Decreto n. 16.264, de 19 de dezembro de 1923**. Crêa a Directoria Geral da Propriedade Industrial. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16264-19-dezembro-1923-505763-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 10 set. 2019.

BRASIL. **LEI 9.279, de 14 de maio de 1996 (Código de Propriedade Industrial)**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 01 jun. 2018.

BURT, R. S. The social structure of competition. In: NOHRIA, N.; ECCLES, R. G. **Networks and organizations: structure, form and action**. Boston: Boston Harvard Business School, 1992.

CARVALHEIRO, E. M. **A Construção Social de Mercados Para Produtos da Agroindústria Familiar**. 2010. 2014 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

CARVALHO, G. dos R.; DIAS, A. B. Indicação Geográfica no Território do Sisal na Bahia: Possibilidades e Perspectivas. **Revista GEINTEC**, São Cristóvão/SE, v. 2, n.4, p.365-377, 2012.

CERDAN, C. M.; *Et. Al.*. Gestão e Controle Pós-reconhecimento das Indicações Geográficas. In: CERDAN, Claire Marie; BRUCK, Kelly Lissandra.; SILVA, Aparecido da. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, Indicação Geográfica**. 2ª Edição Brasília: MAPA, 2010.

CERDAN, C.. **Contribuição das políticas de qualidade agroalimentar para o desenvolvimento territorial sustentável**. s.d. Disponível em: http://www.cirad.org.br/pesquisa_e_desenvolvimento/desenvolvimento_territorial/contribuicao_das_politicas. Acesso em: junho 2010.

COLEMAN, J. S. **Foundations of Social Theory**. Cambridge MA., Harvard University Press, 1990.

DAVIS, L. E.; NORTH, D. C. **Institutional change and American economic growth**. Cambridge: Cambridge University Press, 1971.

GONÇALVES, M. F. W. **Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos: indicações geográficas, indicações de procedência e denominações de origem**. Curitiba: Juruá Editora, 2008.

GUEDES, C. A. M.; SILVA, R. **Denominações Territoriais Agroalimentares, Políticas e Gestão Social: Argentina, Brasil e a Experiência Espanhola no Contexto Europeu**. Sevilha: Universidade de Sevilha, 2011.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. **American journal of sociology**, [S./l.], v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GRANOVETTER, M. The social construction of corruption. In: NEE, V.; SWEDBERG, R. (Ed.). **On capitalism**. Stanford: Stanford University Press, 2007.

GRANOVETTER, M. The Strength of Weak Ties. **American Journal of Sociology**, [S./l.], n. 78, p. 1360-1380, 1983.

GULATI, R; GARGIULO, M. Where do interorganizational networks come from?. **American Journal of Sociology**, [S./l.], v. 104, n. 5, p. 1439–1493, 1999.

HOFF, D. N.; JESUS, C. M.; ORTEGA, A. C. Denominações de Origem no Brasil e na Espanha: análise de casos selecionados sob a noção de Terroir. In: Antonio Cesar Ortega; Eduardo Moyano Estrada. (Org.). **Desenvolvimento em Territórios Rurais: estudos comparados de Brasil e Espanha**. Campinas: Editora Alínea, 2015, v. 1, p. 151-176.

KRACKHARDT, D. The strength of strong ties: the importance of Philos in organizations. In: NOHRIA, N; ECCLES, R. G. (eds.). **Networks and Organizations: Structure, Form and Action**. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1992.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Instrução Normativa nº 25/2013 INPI**, de 21 de agosto de 2013. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. 2013. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em: 11 jun. 2018.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Instrução Normativa No 25/2013**. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em: 10 set. 2019.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **Instrução Normativa nº 095/2018**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-aprova-in-para->

DEMIER, A. D. M.; OLIVEIRA, D. C.; MARCELINO DE JESUS, C. MAKISHI, F.
A construção social da Indicação Geográfica para o mel de aroeira no Norte de Minas Gerais: uma análise sobre
atores e processos

registro-de-indicacoes-geograficas/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf . Acesso
em: 10 set. 2019.

KARPIK, L.. **L'économie des singularités**. Paris: Gallimard, 2007.

JACOBIDES, M. G.; WINTER, S. G. The co-evolution of capabilities and transaction costs:
Explaining the institutional structure of production. **Strategic Management Journal**,
[S.l.],v. 26, n. 5, p. 395-413, 2005.

MAKISHI, F.; SILVA, V. I. dos S.; SOUZA, R. de C.; NUNES, R.. Estratégias de
diferenciação e sistemas agroalimentares localizados. In: ZUIN, Luís Fernando Soares;
QUEIROZ, T. R. (Coor.). **Agronegócio Gestão, Inovação e Sustentabilidade**. 2. ed. São
Paulo: Editora Saraiva Educação, 2019.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J.. Indicações geográficas em países em
desenvolvimento: potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, Brasília, v. 23, n.
2, p. 103-115, 2014.

MÉNARD, C.; SAES, M. S. M.; SILVA, V. L. dos S.; RAYNAUD, E. **Economia das
organizações: formas plurais e desafios**. São Paulo: EditoraAtlas, 2014.

NIEDERLE, P. A.. (Org.). **Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados
alimentares**. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C. C.; WILKINSON, J. Governança e
institucionalização das indicações geográficas no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia
Rural**, [S.l.], v. 55, n. 1, p. 85-102, 2017.

NORTH, D. C. Institutions. **Journal of economic perspectives**, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 97-112,
1991.

PECQUEUR, Bernard; SALAIS, Robert. **Dynamiques territoriales et mutations
économiques**. Paris: l'Harmattan, 1996.

PIMENTEL, L. O.. Os Desafios dos Aspectos Legais na Prática de Estruturação das
Indicações Geográficas. In: DALLABRIDA, V. R. **Território, identidade territorial e
desenvolvimento regional: reflexões sobre indicação geográfica e novas possibilidades de
desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial**. São Paulo, SP: LiberArs,
2013.

POWELL, W.W. Neither Market nor Hierarchy: Networks Forms of Organization. **Research
in Organizational Behavior**, [S.l.], v.12, p.295-336, 1990.

POWELL, W.W., et. al.. Interorganizational collaboration and the locus of innovation:
Networks of learning in biotechnology. **Administrative Science Quarterly**, [S.l.], v.41,
p.116-145, 1996.

RAUD-MATTEDI, C.. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na Sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [S./l.], v. 20, n. 57, p. 127-142, 2005.

SWEDBERG, R.. New economic sociology: What has been accomplished, what is ahead? **Acta sociologica**, [S./l.], v. 40, n. 2, p. 161-182, 1997.

UZZI, B.. Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. **Administrative science quarterly**, Ithaca, v. 42, n.1, p. 35-67, 1997.

Autores

Alex Douglas Martins Demier – É Graduado em Agronomia e Mestre em Sociedade, Ambiente e Território pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)/Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES). Atualmente é Analista em desenvolvimento regional da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF).

Daniel Coelho de Oliveira – É Graduado em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES); Mestre e Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ). Atualmente é Professor no Departamento de Ciências Sociais da UNIMONTES e do Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Ambiente e Território pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)/Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

Clesio Marcelino de Jesus – É Graduado em Ciências Econômicas (2003); Mestre e Doutor em Economia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Atualmente é Professor Adjunto do Instituto de Economia e Relações Internacionais da UFU, pesquisador do Núcleo de Estudos Rurais (NERU) e professor colaborador no Programa de Pós-Graduação em Economia da mesma instituição.

Fausto Makishi – É Graduado, Mestre e Doutor em Engenharia de Alimentos pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é professor no Instituto de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e do Programa de Pós-Graduação em Sociedade, Ambiente e Território pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)/Universidade Estadual de Montes Claros (UNIMONTES).

Artigo recebido em: 22 de abril de 2020.

Artigo aceito em: 12 de maio de 2020.

Artigo publicado em: 21 de setembro de 2020.