

SÉRIE CIÊNCIA APTA

REVISTA de ECONOMIA AGRÍCOLA

JOURNAL of AGRICULTURAL ECONOMICS

 AGRICULTURA
RURALIDADE

SÃO PAULO - SP - BRASIL

ISSN 1981-4771

REV. de ECONOMIA AGRÍCOLA - SÃO PAULO - v. 59 - n. 2 - p. 1-156 - julho/DEZEMBRO 2012

Comitê Editorial do IEA: Yara Maria Chagas de Carvalho (Presidente), Alfredo Tsunehiro, Ana Victória Vieira Martins Monteiro, Maria Célia Martins de Souza, Carlos Eduardo Fredo, Celso Luis Rodrigues Vegro, Vagner Azarias Martins

Editor Científico: Yara Maria Chagas de Carvalho

Editores Associados:

Ahmad Saeed Khan (UFC)
Angela Kageyama (UNICAMP)
Antonio Delfim Neto
Charles Curt Mueller (UnB)
Erly Cardoso Teixeira (UFV)
José Garcia Gasques (IPEA)
Joaquim Bento de Souza Ferreira Filho (ESALQ/USP)
Marco Antonio Montoya (UPF)
Rodolfo Hoffmann (UNICAMP)
Paulo Fernando Cidade de Araújo (UGB)
Valquíria da Silva (IEA)

Editor Executivo: Rachel Mendes de Campos

Editoração Eletrônica: Roseli Clara Rosa Trindade, João D'Arc de Oliveira, Deborah Silva de Oliveira Alencar

Revisão de Português: Maria Áurea Cassiano Turri, André Kazuo Yamagami, Aghata Caroline Nunes de Souza (estagiária)

Revisão de Inglês: Lucy Moraes Rosa Petroucic

Revisão de Referências Bibliográficas: Darlaine Janaina de Sousa

Programação Visual: Rachel Mendes de Campos

Capa: Emerson Rodrigo Greggio, Rachel Mendes de Campos

Distribuição: Rosemeire Ceretti

Indexação: revista indexada em AGRIS/FAO, AGROBASE, LATINDEX

Tiragem 280 exemplares - **Periodicidade** semestral

CTP, Impressão e Acabamento Potyguara Gráfica e Editora Ltda

É permitida a reprodução total ou parcial desta revista, desde que seja citada a fonte.

As opiniões e as ideias contidas nos artigos são de exclusiva responsabilidade dos autores, e não expressam necessariamente o ponto de vista dos editores ou do IEA.

Instituto de Economia Agrícola - Av. Miguel Stéfano, 3900 - 04301-903 - São Paulo - SP
Fone (11) 5067-0531/0521 - Fax (11) 5073-4062 - e-mail: iea@iea.sp.gov.br
Site: <http://www.iea.sp.gov.br>

REVISTA DE ECONOMIA AGRÍCOLA v. 54 (2007) - São Paulo
Instituto de Economia Agrícola, 2007.
(Série Ciência Apta)

Continuação de: Agricultura em São Paulo v.1, n.1, 1951 - v.53, n.2,
2006.

ISSN 1981-4771

1 - Economia Agrária - Recursos Naturais. I - São Paulo. Secretaria
de Agricultura e Abastecimento. Agência Paulista de Tecnologia dos
Agronegócios. II - São Paulo. Instituto de Economia Agrícola.

CDD 338.1:333.7

SUMÁRIO / SUMMARY

ARTIGO

- 7 O Mineiro, o Queijo e os Conflitos (nada Poéticos) em Torno dos Alimentos Tradicionais Produzidos Artesanalmente no Brasil
The Minas People, the Cheese and the (not Poetic) Conflicts Around Artisanally Produced Traditional Foods in Brazil
Jaqueline Sgarbi Santos, Fabiana Thomé da Gruz, Renata Menasche
- 21 Indicações Geográficas, Tipicidade e Produtos Localizados: os novos compromissos valorativos na vitivinicultura do Vale dos Vinhedos
Geographical Indications, Typicity and Localized Products: new commitments to evaluation in viticulture in Vale dos Vinhedos
Paulo André Nierdele, Miriam Aguiar
- 39 La Construcción de la Calidad Alimentaria: tradición, innovación y poder en las DOP del jamón ibérico en España
Building Food Quality: tradition, innovation and power in the iberian DPO ham in Spain
Santiago Amaya Corchuelo, Encarnación Aguilar Criado
- 53 Estratégias e Interpretações del Etiquetado Alimentario entre Produtores y Consumidores en España
Strategies and Interpretations of Food Labeling Among Producers and Consumers in Spain
Carmen Lozano, Emilio Luque, Marta Moreno
- 69 Estratégias de Qualidade de Base Territorial: o caso do arroz irrigado na Andaluzia e no Rio Grande do Sul
Territory-Based Quality Strategies: the case of Andaluzia's and Rio Grande do Sul's irrigated rice
Jaqueline Mallmann Haas, José Marcos Froehlich, Encarnación Aguilar Criado
- 85 Límites y Potencialidades de las Acreditaciones de Calidad: la denominación de origen protegida del queso de cabrales del Principado de Asturias, España
Limits and Potentialities of Quality Accreditations: cabrales cheese PDO of Asturias, Spain
María González Álvarez, Cecilia Díaz-Méndez
- 99 A Definição da Qualidade em Fileiras de Produtos Qualificados: uma aplicação do modelo CQFD e da teoria das convenções
Quality Definition in the Segment of Qualified Products: an application of the model and the conventions theory
Manuel Luis Tibério, Artur Cristovão
- 115 Como Construir a Qualidade Agroalimentar: análise de experiências brasileiras e espanholas
Building Food and Feed Quality: analyses of experiences in Spain and Brazil
Cláudio Becker, Carmen Lozano Cabedo
- 131 Las Etiquetas de Calidad y el Desarrollo Territorial: los casos del queso de oveja merina de Grazalema y la carne de cordero de Texel
Quality Labeling and Territorial Development: the cases of sheep cheese from merino de Grazalema and lamb meat from cordero de Texel
Ignácio López Moreno, Encarnación Aguilar Criado

ESTRATÉGIAS DE QUALIDADE DE BASE TERRITORIAL: O CASO DO ARROZ IRRIGADO NA ANDALUZIA E NO RIO GRANDE DO SUL¹

Jaqueline Mallmann Haas²
José Marcos Froehlich³
Encarnación Aguilar Criado⁴

RESUMO: *Contra a tendência predominante de padronização da produção e do consumo alimentar, atualmente emergem estratégias de diferenciação que buscam valorizar a diversidade e a tipicidade de produtos vinculados a determinados territórios, ressaltando características inerentes como ecossistemas, saber-fazer, tradição, costumes e práticas de produção. Neste sentido, o presente trabalho tem por objetivo a análise de quatro experiências no campo das produções diferenciadas, tomando por base o caso do arroz irrigado na Andaluzia (Espanha) e no Rio Grande do Sul (Brasil), buscando identificar a existência ou não, de elementos convergentes entre as iniciativas em estudo. A abordagem para o estudo dos casos implicou um conjunto de atividades de pesquisa, abrangendo revisão de literatura, elaboração de marco teórico-conceitual que permitisse o diálogo entre ambas as realidades, realização de entrevistas com informantes-chaves, bem como visitas às instalações das empresas e associações espanholas e brasileiras. Os resultados indicam que, mesmo situando-se em contextos muito distintos, todos os casos analisados utilizam os atributos do território onde produzem como uma estratégia de diferenciação, conjugada à obtenção de determinados selos, que visam informar e garantir ao consumidor a qualidade associada à procedência do produto. Pode-se inferir assim, a partir dos casos em estudo, que a busca pela distinção mesmo no âmbito dos produtos agroalimentares que são considerados commodities, tem-se tornado mundialmente importante, frente à demanda crescente por produtos diferenciados que estão buscando atestar suas qualidades frente aos consumidores.*

Palavras-chave: *estratégias de diferenciação, qualidade, território, arroz.*

TERRITORY-BASED QUALITY STRATEGIES: THE CASE OF ANDALUZIA'S AND RIO GRANDE DO SUL'S IRRIGATED RICE

ABSTRACT: *Going against the prevailing standardization trend for food production and consumption, currently emerging differentiation strategies seek to enhance the diversity and typicality of products linked to specific territories, highlighting their inherent features, such as ecosystems, know-how, tradition, customs and production practices. In this sense, the present work aimed to analyze four experiments in the field of differentiated products, based on the case of irrigated rice in Andalusia (Spain) and Rio Grande do Sul (Brazil). It sought to identify the presence or absence of convergent elements within the initiatives analyzed. The case study approach resulted in a set of research activities encompassing a literature review and the development of a theoretical-conceptual framework, which enabled a dialogue between both realities, interviews with key informants, as well as visits to the Spanish and Brazilian business premises and associations. The results indicate that, although occurring in very different contexts, all cases analyzed used the attributes of the production territory as a differentiation strategy, coupled with obtaining specific labels designed to inform consumers and ensure the quality associated with product origin. The cases under study allow us to infer that the search for differentiation - even in agri-food products seen as commodities - has become globally important vis-à-vis consumers' rising demand for differentiated products with attested quality.*

Key-words: *differentiation strategies, quality, territory, rice.*

JEL Classification: O57, Q13, Q18.

¹O presente artigo deriva de trabalhos de investigação inseridos no programa de cooperação internacional desenvolvido com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Capes / DGU 186/09, que envolve três grupos de pesquisa representados, no lado brasileiro, pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e, do lado espanhol, pela Universidade de Sevilla (US), em torno do projeto de pesquisa intitulado: "A indicação geográfica como estratégia de desenvolvimento territorial: a experiência espanhola e brasileira". Este trabalho também teve auxílio do Proyecto Hispano Brasileño: La producción de calidad - nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores" (CSO2010-22074-C03-01). Ministerio de Ciencia e Innovación y Fondos Feder. I+D y por el Grupo de Investigación TECUDE . P.A.I. SEJ-418. Registrado no CCTC, REA-33/2012.

²Bacharel em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial, Doutora, Professora da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Dom Pedrito, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil (e-mail: jaquelinehaas@unipampa.edu.br).

³Engenheiro Agrônomo, Doutor, Pós-Doutor, Professor do Departamento e do PPG em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil (e-mail: jmarcos.froehlich@gmail.com).

⁴Antropóloga, Doutora, Profesora do Departamento de Antropologia Social de La Universidad de Sevilla, Sevilla, Espanha (e-mail: eaguilar@us.es).

1 - INTRODUÇÃO

O momento atual reflete um interesse crescente em recuperar e proteger o patrimônio cultural e as tradições associadas a produtos agrícolas locais, com destaque para o setor agroalimentar, esboçando um novo panorama do meio rural, vinculado a novas atividades e valores. Esta tendência é mundial, mas incide mais fortemente nos países europeus, onde observamos um elevado número de instrumentos de diferenciação (indicações geográficas, produtos regionais, orgânicos, etc.) e a emergência de um novo paradigma, em que a qualidade (dos produtos e processos) é o objetivo principal (LOZANO e AGUILAR, 2010).

À primeira vista, o Brasil pouco teria a ver com esse debate diante da posição que ocupa no cenário mundial como potência agrícola responsável pela produção de *commodities* (soja, carnes, café, cana-de-açúcar, etc.), cujo protagonismo é indiscutível. Todavia, também é certo que, diante de um cenário de globalização econômica, intensifica-se cada vez mais a concorrência internacional rumo à liberalização dos mercados e integração de economias regionais.

Despontam também no cenário mundial, em especial no âmbito das chamadas novas ruralidades, as economias de valor, em que se passa a dar relevância aos produtos que incluam algum tipo de atributo distintivo, com destaque para produtos agroalimentares que estejam vinculados a um local/território concreto, reconhecido pela sua história, tradição e saber-fazer particulares. Assim, territórios, diferenciação e qualidade passam a ser os pilares deste novo cenário rural (MARSDEN, 1998; PLOEG, 2002). Ilustrativo deste processo é a expressiva importância que as figuras das Indicações Geográficas (IGs) têm assumido como uma das formas mais efetivas de valorização econômica de produtos agroalimentares e de busca de vantagens competitivas nos mercados. No cenário brasileiro, o Estado do Rio Grande do Sul ocupa lugar de destaque, uma vez que, das atuais vinte e nove IGs existentes no país, sete localizam-se nesta unidade federativa.

No caso europeu, a situação é bastante dis-

tinta, uma vez que se tem a existência de um grande número de “figuras” de diferenciação, que por sua vez são apontadas como responsáveis por provocarem a saturação do mercado e por induzirem à confusão dos consumidores, que muitas vezes não conseguem perceber às aludidas diferenças, tal como indica Aguilar (2007, p. 152):

[...] la tendencia a la diferenciación se vuelve negativa porque su mismo incremento desmesurado conlleva una saturación del mercado que es negativa para productores y consumidores. Para los primeros porque termina por vulgarizar aquello que nació para ser distintivo, con la consiguiente pérdida de posición estratégica de valor añadido. Para los segundos porque esta generalización en la oferta de marcas y signos termina por confundirlos.

Frente a tais contextos, nesta pesquisa dá-se atenção especial às estratégias de diferenciação adotadas no contexto de duas experiências específicas, Andaluzia (Espanha) e Rio Grande do Sul (Brasil), que apresentam em comum uma atividade produtiva (arroz irrigado) de grande importância econômica e social em ambos os contextos. Destaca-se, no entanto, a especificidade do caso espanhol, que conta com a existência de um importante marco institucional, protagonizado pela União Europeia, ao passo que no Brasil o ambiente institucional nesta seara é ainda incipiente. Neste sentido, e do ponto de vista da lógica das dinâmicas de diferenciação, torna-se pertinente indagar se existem elementos convergentes entre a iniciativa correspondente ao arroz produzido no entorno do Parque Nacional Doñana (Espanha), por Arroces Doñana S.L e Arrozúa S.C.A., com os casos do arroz “Amigo do Taim”, produzido no entorno da Estação Ecológica do Taim e da DO do Arroz do Litoral Norte Gaúcho (Brasil).

2 - METODOLOGIA

A opção metodológica para esta investigação foi a do estudo de caso, através do estudo comparativo, sendo que a aproximação dos estudos entre dois distintos países implicou um conjunto de ativi-

dades de pesquisa, destacando-se:

- Revisão de literatura sobre as estratégias de diferenciação de produtos agroalimentares mediante identificação territorial, tanto no âmbito gaúcho quanto andaluz;
- Elaboração de um marco teórico e conceitual que permitisse o diálogo entre ambas as realidades;
- Realização, e posterior transcrição, de 17 entrevistas guiadas por um roteiro básico, buscando compreender o histórico e estágio atual dos casos em estudo, bem como as principais organizações parceiras. As entrevistas foram realizadas com informantes-chave dos casos analisados (produtores, gestores das cooperativas, organizações representativas, representantes de conselhos reguladores de IGs, vinculados ao poder público) bem como visitas às instalações das empresas espanholas e brasileiras. Tais atividades ocorreram com o intuito de melhor compreensão das questões referentes à identificação, abordagem e análise dos casos estudados.

Os dados obtidos foram utilizados de maneira a comporem um banco de informações, possibilitando a sistematização e análise comparativa das experiências em questão, no sentido de buscar e identificar as principais semelhanças e diferenças existentes nos processos em estudo. Buscou-se compreender o contexto em que surgiram as experiências, a identificação das principais instituições/organizações protagonistas e de apoio, as estratégias utilizadas para conquista de mercados, as principais dificuldades enfrentadas, o estágio atual e as perspectivas futuras.

Destaca-se que Rio Grande do Sul e Andaluzia são espaços tradicionais e representativos na produção de arroz de seus respectivos países. Ou seja, o Rio Grande do Sul foi responsável por 64% da produção nacional no ano de 2010, ao passo que Andaluzia concentra aproximadamente 38% da produção da Espanha (PORTERO, 2010).

3 - NOVOS ARRANJOS NOS ESPAÇOS RURAIS DE BRASIL E ESPANHA

Os espaços rurais cada vez mais assumem

novas funções nas sociedades pós-industriais, sendo atualmente vistos como potenciais fornecedores de muitos bens e serviços que crescentemente incorporam noções de qualidade, natureza, atributos do território e da tradição. Segundo Niederle (2009), são os movimentos de globalização e homogeneização dos mercados que têm levado a um conjunto de transformações nos padrões de consumo, impulsionando cada vez mais a demanda por produtos localizados e a valorização de atributos de qualidade associados à origem e a modos de produção peculiares. Conforme procura demonstrar Aguilar (2007, p. 163):

[...] la actual apuesta por los productos locales forma parte de dinámicas sociales más amplias en las que convergen tanto la remodelación y especialización productiva del mundo rural, resultado de la aplicación de las políticas de desarrollo rural, como los nuevos discursos sobre el consumo. Parece claro que si ayer el progreso y el beneficio económico estuvieron ligados a la intensificación de la agricultura y la homogeneización de los paisajes, hoy la plusvalía y la calidad de vida parecen ligadas a la recuperación de lo que desapareció como consecuencia de ese progreso.

É nesse sentido que as IGs têm ganhado espaço, tanto no contexto espanhol como brasileiro, mostrando-se mais expressiva no primeiro caso devido, em grande parte, ao apoio de uma consolidada institucionalização, sustentada, em especial, pela União Europeia (UE). O processo de institucionalização, no nível europeu, ocorreu após a percepção de que a desconexão entre agricultura e alimentação havia levado a uma marginalização das atividades agrícolas e assim fazia emergir a necessidade de um novo projeto para o meio rural. Apoiado numa nova política de desenvolvimento rural, passou-se ao estímulo para a diversificação econômica dos espaços, principalmente através da ativação de recursos endógenos, anteriormente subestimados. O novo modelo posto em pauta tem sido o responsável pela emergência de uma nova dinâmica nas áreas rurais, passando de uma especialização progressiva para uma dinâmica de valorização da produção de bens de

qualidade e da natureza (PLOEG et al., 2000; MARDEN, 2003).

Segundo Aguilar e Lozano (2012), após uma profunda remodelação configurou-se um novo cenário no rural europeu, voltado agora para a produção de qualidade e para um mundo rural que responde por novas e distintas funções e expectativas da sociedade pós-industrial, sendo provedor de bens e serviços que incorporam as noções de qualidade, natureza, território e tradição. Elementos que, segundo as autoras, dotam de valor agregado os novos produtos rurais, que a partir de suas singularidades competem em mercados globais.

No caso do Brasil as IGs, embora tenham, recentemente, apresentado um aumento significativo, ainda não alcançaram a expressão que têm na UE e apresentam-se fundamentalmente em duas modalidades: a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem, sendo que ambas são vistas como um recurso de mercado destinado a garantir a qualidade e a procedência dos produtos a serem adquiridos pelos consumidores.

Cada vez mais notórias, as IGs asseguram uma marca de qualidade para posicionamento no mercado de produtos, cuja vocação é conquistar uma reputação por sua qualidade, singularidade, tipicidade, próprias do modo de fazer e dos vínculos com o meio natural dos territórios onde são produzidos. Por sua dimensão e forte ligação com os ecossistemas e com a cultura local, as IGs podem fazer referência à geografia, aos territórios, remetendo aos saberes, aos modos de fazer, de ser, às relações entre natureza e cultura e assim ao patrimônio material e imaterial das regiões produtoras (LAGES; LAGARES; BRAGA, 2006).

No contexto espanhol identifica-se que o fortalecimento das políticas de qualidade dos produtos agroalimentares está diretamente ligado às mudanças que ocorreram no âmbito da agricultura e das sociedades rurais europeias nas últimas décadas. Fruto da crise do modelo produtivista e, em parte, como consequência do apoio das políticas governamentais voltadas para uma nova realidade, pautada nas novas demandas, oportunidades e novos enfo-

ques de estratégias e modelos de desenvolvimento para os espaços rurais, vinculado às diretrizes do *marketing experiencial* (SCHMITT, 2000), que permite incorporar sensações e imagens de determinados espaços (BECERRA, BRAVO, 2009; PLOEG et al., 2000).

Para desenvolver o potencial endógeno dos espaços rurais, a ferramenta utilizada tem sido a combinação de um processo de identificação com a criação de marcas e aspectos distintivos, através dos quais os territórios tratam de promover-se tanto interna como externamente. A política de desenvolvimento rural da UE reflete, por sua vez, o reconhecimento da importância assumida por este tipo de estratégia e do potencial relativo dos alimentos de qualidade diferenciada em relação aos produtos agrícolas convencionais. Elementos como a paisagem, a tradição e a cultura popular, as festas e rituais, o artesanato, a gastronomia, tornam-se os pilares de sustentação da nova arquitetura do desenvolvimento rural europeu e constituem-se na matéria-prima de um novo modelo de ruralidade baseado no produto rural, cujo valor agregado reside precisamente no poder que lhe conferem elementos como a tradição, a história ou a natureza. Partindo de uma distinção relativamente singular, tais produtos locais passaram a encontrar um espaço de circulação nos mercados globais (AGUILAR, 2007).

Há que ressaltar que na Europa, e na Espanha mais especificamente, as condições socioeconômicas e a diversidade de espaços naturais são extremamente favoráveis para o desenvolvimento das iniciativas ligadas à oferta de produtos alimentícios de qualidade (FIERRO; MARTÍN, 2009). Concretamente, as IGs apresentam-se, na Europa, como uma ferramenta excepcional para utilizar o poder de mercado com vista ao reconhecimento e premiação de produtos e serviços que refletem aspectos da tradição e singularidades culturais dos territórios. Também oferecem oportunidades de desenvolvimento territorial, tal como indicam alguns estudos (GIOVANNUCCI; RANABOLDO, 2008). Por outro lado, o excessivo número de IGs surgidas recentemente na Europa e, sobretudo, na Espanha, trouxe impactos importantes cuja extensão ainda não foi devidamen-

te avaliada. Segundo Lozano e Aguilar (2010), há indícios de que tal fato pode ter acarretado a diminuição do dinamismo dos produtores e banalizado este tipo de estratégia de diferenciação. Além disso, e de acordo com Fierro e Martín (2009), há evidências de que alguns conselhos reguladores têm se transformado muito mais em instrumentos de controle e fiscalização dos produtores e processos produtivos do que em organismos de apoio para a diferenciação, comercialização e orientação aos consumidores de forma efetiva.

No Brasil todo este debate ainda é relativamente recente, sobretudo porque ainda há um reduzido número de IGs, que são concedidas por deliberação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), cujo número total é de apenas vinte e nove (conforme dados de outubro de 2012). Segundo Tonietto (2002), somente com o advento da Lei de Propriedade Industrial (LPI) - Lei n. 9.279 (BRASIL, 1996), de 14 de maio de 1996 -, que regula os direitos e obrigações relativas à propriedade industrial, é que as IGs no Brasil foram qualificadas, concretizando a possibilidade de reconhecimento e proteção legal no país⁵. O INPI, por sua vez, através de regulamentação específica (INPI, 2000), estabeleceu as normativas para o encaminhamento, pelos interessados, de pedidos de reconhecimento de Indicações Geográficas no Brasil. A partir de 2005, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) ganhou as atribuições de fomentar, acompanhar, certificar e controlar os produtos das IGs.

Já no âmbito europeu, a proteção aos atributos de qualidade associados à origem geográfica dos alimentos é muito mais antiga (MUÑOZ; CALDENTEY, 2000). Em verdade, esta é uma prática com larga trajetória no âmbito mediterrâneo, mas a figura da regularização de atributos distintos tem origem no

sul da Europa, a partir da segunda década do século XX, com o intuito de proteger de possíveis cópias ou imitações as especificidades que possuíam os vinhos produzidos em determinadas zonas. A Espanha, por sua vez, aderiu a este processo em 1932 com um decreto que estabelecia a figura da Denominação de Origem, em princípio aplicada ao vinho, sendo somente a partir de 1970 o estabelecimento de disposições para que a certificação passasse a englobar outros produtos agroalimentares, como o azeite de oliva e o queijo.

O Brasil, especialmente em função da diversidade cultural e de ecossistemas, com variada tradição gastronômica e produtiva, reúne condições objetivas para anunciar um conjunto diversificado de Indicações Geográficas. Na opinião de Kakuta (2006), as IGs podem vir a apresentar uma importância socioeconômica similar a que existe nos países da Europa. As IGs, como sinal de qualidade, podem gerar riqueza, agregar valor, diferenciar e qualificar a produção, bem como propiciar desenvolvimento através da propriedade intelectual. As IGs podem ainda conferir originalidade à produção brasileira, proporcionando a expansão da participação no mercado internacional, fortalecendo a competitividade dos produtos no mercado interno e dando oportunidade para a participação da agricultura familiar. Para que tal ocorra é necessário o estabelecimento mais efetivo de uma política de estímulo ao desenvolvimento das Indicações Geográficas, bem como avançar no regramento legal (KAKUTA, 2006). No caso brasileiro, a inexistência de uma política pública mais efetiva dirigida a promover a diferenciação de produtos agroalimentares, somada aos altos custos para certificação e manutenção da IG, faz com que esta figura venha a sofrer algum tipo de resistência, ilustrada pelo caso destacado por Flores (2007, p. 135) em relação ao Vale dos Vinhedos,

[...] há uma grande insegurança entre os diferentes atores sobre as possibilidades de que os impactos proporcionados pela nova configuração institucional possam representar o fortalecimento socioeconômico do conjunto dos atores locais. As mudanças indicadas por esses atores, como parte dos impactos pro-

⁵Segundo a Lei n. 9.279, considera-se "Indicação de Procedência o nome geográfico - do país, da cidade, da região ou da localidade do seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Já na Denominação de Origem o nome geográfico designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos" (TONIETTO, 2002, p. 3).

movidos pela implementação de uma indicação de procedência, não são percebidas da mesma forma pelo conjunto dos atores locais. Principalmente, como se observou pelas entrevistas, grande parte dos agricultores não percebe vantagens econômicas para a sua atividade.

De forma geral, o que se pode identificar é a existência de uma grande diversidade de cenários, quando se trata de abordagens de diferenciação, em especial das IGs, tendo por sua vez uma enorme heterogeneidade de sistemas em todo o mundo, os quais envolvem, segundo Niederle (2009), diferentes redes de produtos e produtores, formatos institucionais de mercados e esquemas de políticas de promoção e proteção.

Como aludimos anteriormente, existem diferenças, mas também semelhanças entre o contexto europeu e brasileiro com relação às abordagens de diferenciação da produção e de produtos, já ressaltado em estudo comparativo entre o caso gaúcho e andaluz realizado por Aguilar et al. (2011), Sacco dos Anjos, Aguilar e Caldas (2010), onde os autores afirmam que tanto Espanha como Brasil, ainda que partindo de contextos e bases econômicas distintas, optaram pela estratégia da diferenciação como uma aposta para os produtos locais vinculados a valores culturais e territoriais.

4 - O ARROZ COMO OBJETO DE ANÁLISE COMPARATIVA DE EXPERIÊNCIAS DE DIFERENCIAÇÃO

O arroz desempenha um papel importante como alimento básico da população mundial. Cultivado em todo o mundo, é possível identificar uma grande diversidade de cultivos nas formas de produzir, em função do caráter artesanal da produção, da variabilidade inerente aos fenômenos biológicos, da diversidade das condições edafoclimáticas e das dotações dos fatores de produção. Assim, a escolha por experiências vinculadas à produção de arroz surgiu, entre outros aspectos, pela importância de uma cultura cujo cultivo alcança anualmente, cerca

de 157 milhões de hectares semeados, produzindo aproximadamente 590 milhões de toneladas. O arroz é a cultura mais importante no mundo em volume e é considerado como o cultivo alimentar de maior importância (em valor econômico) em muitos países em desenvolvimento, além de alimento básico para cerca de 2,4 bilhões de pessoas em todo o mundo (NUNES, 2010).

Ao passo que é considerado alimento básico, e também uma *commodity* agrícola, o arroz no decorrer dos últimos anos passou paulatinamente a assumir a tendência de atender demandas diferenciadas de alguns consumidores, especialmente no espaço europeu⁶, que buscam por produtos com distinção e garantia de qualidade, sendo que a diferenciação da produção arrozeira tem ocorrido fundamentalmente na sua vinculação com determinados territórios, o que se configura em um fenômeno relativamente recente (TOLÓN; LASTRA, 2009). Neste sentido, entendemos que casos representativos de Brasil e Espanha contemplam distintos cenários, no qual se encontra imersa a produção arrozeira.

A escolha das experiências para estudo no espaço espanhol apoia-se na relevância adquirida por um tipo de arroz produzido no entorno do Parque Nacional de Doñana, especialmente por se tratar de um espaço protegido de grande importância, cujo surgimento trouxe consigo importantes desdobramentos e alguns conflitos, especialmente entre produtores e ambientalistas. Este parque, criado em 1969, trata-se de um dos espaços protegidos mais importantes do território andaluz e a maior reserva ecológica da Europa, particularizando-se por ecossistemas aquáticos e terrestres específicos (pântanos, dunas, praias, arbustos, etc.), que conferem características particulares ao abrigar uma biodiversidade única. É também o único espaço protegido da Andaluzia declarado como Patrimônio da Huma-

⁶Espaço que apresenta crescente demanda por alimentos cuja procedência e/ou processo de produção sejam conhecidos do consumidor. Alimentos produzidos localmente, a partir de procedimentos avaliados como ambiental, social e economicamente sustentáveis, enraizados num território e numa cultura, passam a ter a crescente preferência entre grupos de consumidores (CRUZ; MENASCHE, 2011).

nidade pela UNESCO. Atualmente, conta com uma extensão de área protegida de mais de 50.000 hectares (LOZANO, 2011)⁷.

Andaluzia, com cerca de um terço de toda a produção de arroz espanhola, é a maior região produtora, sendo que a zona arroseira se concentra nas "marismas" (banhados) do rio Guadalquivir, na província de Sevilla, mais concretamente nos municípios de Isla Mayor, Puebla del Río, Coria del Río, Los Palacios e Villamanrique de la Condesa. Sendo que em Isla Mayor, município arroseiro por excelência, o arroz é um dos poucos cultivos possíveis e praticamente a única fonte municipal de recursos (CANTÓ, 2005).

Conforme dados apresentados por Portero (2010), visualizados nas figuras 1 e 2, ocorrem algumas oscilações tanto na evolução da superfície cultivada de arroz em Andaluzia e Espanha para o período compreendido entre os anos de 1991 e 2008, como também na evolução do rendimento médio do arroz na Andaluzia nos mesmos períodos. Tais oscilações, segundo Portero (2010), ocorrem muito em função da debilidade existente com relação à frequência da escassez de água para a irrigação das lavouras, o que acaba acarretando a elevação da salinidade das áreas, e por consequência, diminuição dos rendimentos.

Outro fator que contribui para as oscilações observadas, segundo Portero (2010), é a relação de dependência dos preços do arroz das variáveis que regem o mercado mundial, além das próprias alterações da normativa PAC (Política Agrícola Comum da UE). E nesse sentido:

[...] los agricultores comienzan a ser conscientes de la imposibilidad de competir con el arroz convencional de otros países que tienen precios muy bajos y pocos controles de calidad y se dan cuenta de la necesidad de producir un arroz diferenciado, basado en la excelencia, la calidad y la sostenibilidad (AGUILAR; FELIZÓN; NAVARRO, 2012, p. 276).

Já a lavoura brasileira de arroz vem crescendo

em produtividade, embora, a expansão da área enfrente dificuldades pela falta de terras apropriadas à cultura, situadas próximas de mananciais suscetíveis a tomadas de água ou derivações para utilização na irrigação. Em 2009, a produção de arroz no Brasil atingiu 12,6 milhões de toneladas, com uma área plantada total que ascende a quase 3 milhões de hectares (CONAB, 2010).

Conforme indica o estudo da Produção Agrícola Municipal (PAM), divulgado pelo IBGE (2010), o Estado do Rio Grande do Sul foi o maior produtor nacional de arroz em casca em 2009, com uma safra de 7,98 milhões de toneladas, sendo responsável por 63,1% do total produzido nacionalmente. Conforme o mesmo levantamento, todos os 20 maiores municípios produtores de arroz no país são gaúchos⁸.

A seguir, visualiza-se a evolução das áreas plantadas e do rendimento médio da produção de arroz (em casca) no Estado do Rio Grande do Sul e Brasil, no período de 1991 a 2009 (Figura 3).

A figura 4 indica o rendimento médio da lavoura arroseira gaúcha e brasileira, tendo a destacar o notável incremento da produtividade das lavouras como resultado direto da introdução das novas tecnologias, especialmente do melhoramento genético das cultivares.

4.1 - Caracterização das Experiências em Estudo

Frente a alguns estudos já efetuados e com distintos resultados encontrados no comparativo Brasil-Espanha (SACCO dos ANJOS, AGUILAR, CALDAS, 2010; FROELICH, 2011; FROELICH, 2012), torna-se relevante ampliar e aprofundar as investigações sobre a existência de fatores que interferem na emergência e consolidação de dispositivos de diferenciação de produtos agroalimentares com base na qualidade.

⁷Também como estratégia criou-se a Etiqueta Doñana 21, apresentada como marca para destacar a produção ali gerada e como distintivo capaz de assegurar competitividade nos mercados nacionais e internacionais.

⁸Destaca-se que o sistema de cultivo de arroz irrigado, praticado na região Sul do Brasil, contribui significativamente com o abastecimento nacional.

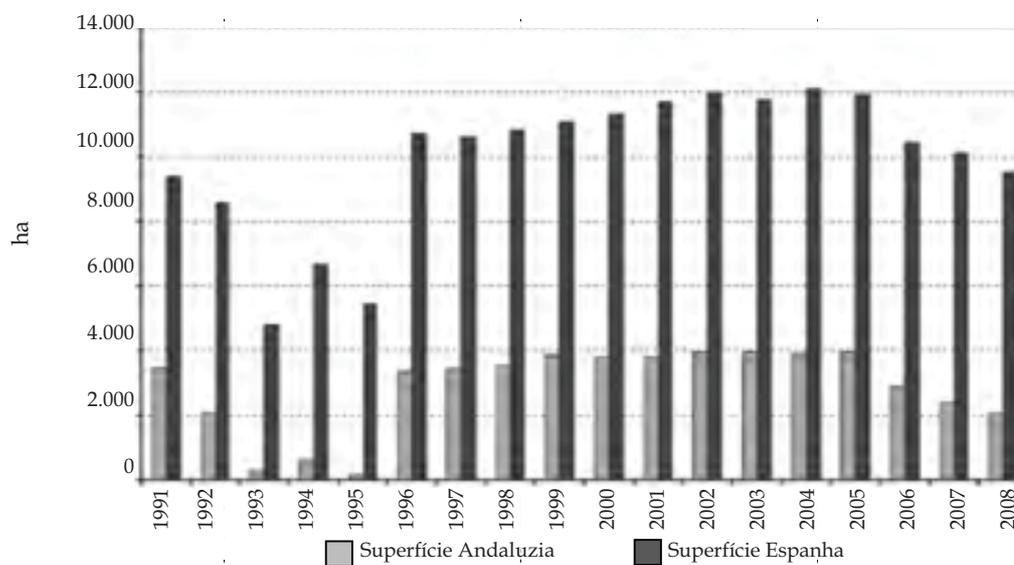


Figura 1 - Evolução da Superfície Cultivada de Arroz, Andaluzia e Espanha, 1991 a 2008.
Fonte: Portero (2010, p. 23).

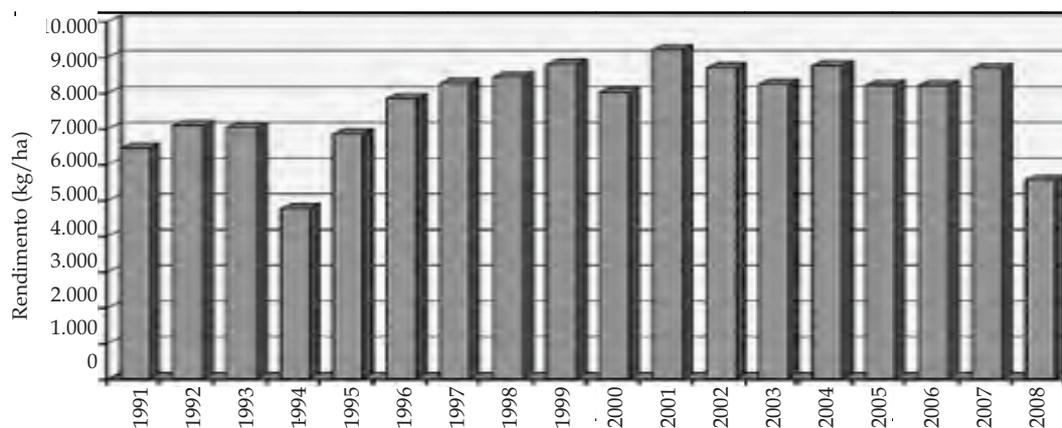


Figura 2 - Evolução do Rendimento Médio de Arroz, Andaluzia, 1991 a 2008.
Fonte: Portero (2010, p. 23).

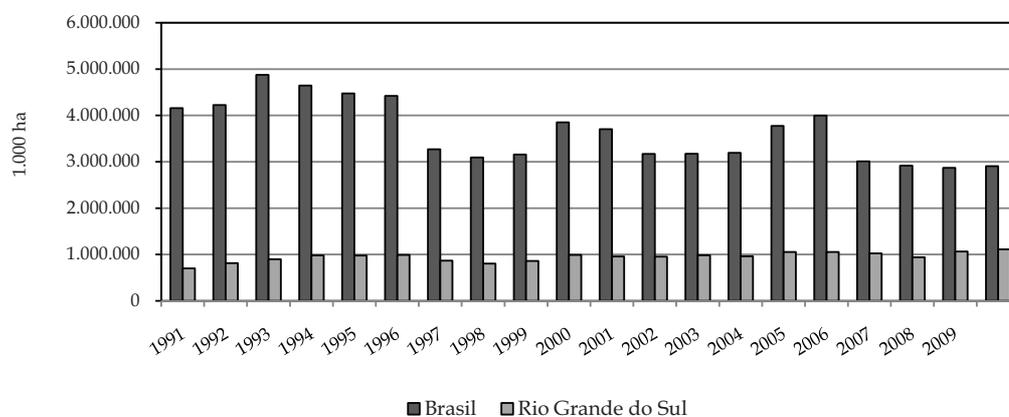


Figura 3 - Evolução da Área Plantada de Arroz em Casca, Estado do Rio Grande do Sul e Brasil, 1991 a 2009.
Fonte: IBGE (2010).

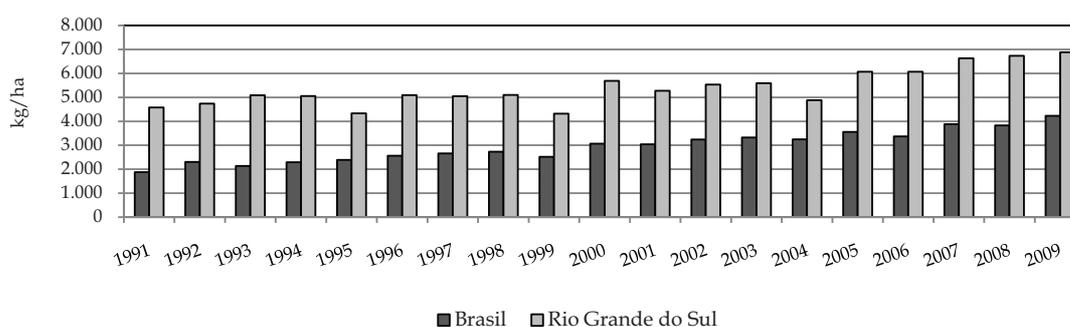


Figura 4 - Evolução do Rendimento Médio da Produção de Arroz em Casca, Estado do Rio Grande do Sul e Brasil, 1991 a 2009.
Fonte: IBGE (2010).

4.1.1 - O caso espanhol

Assim, no caso espanhol, as experiências aqui investigadas referem-se aos arrozes produzidos no entorno do Parque Natural de Doñana, mais especificamente com relação às empresas arroseiras do município de Isla Mayor: Arroces Doñana S.L. e a Cooperativa Arrozá S.C.A. No caso brasileiro, são investigadas as experiências correspondentes ao caso do Arroz do Litoral Norte Gaúcho e do Arroz Ecológico "Amigo do Taim", este último produzido no entorno da Estação Ecológica do Taim.

Destaca-se, no caso da empresa Arroces de Doñana, que a mesma é de recente criação, mais especificamente de março de 2007, surgindo com uma

grande vinculação com as questões de qualidade, sendo que parte do arroz produzido e beneficiado em suas instalações é procedente de parcelas cultivadas sob as normativas da Produção Integrada e da Produção Ecológica e que, portanto, cumprem com regulamentos específicos. Atualmente, suas atividades estão baseadas na recepção, elaboração e beneficiamento do arroz produzido por agricultores pertencentes à Associação Arroces de Doñana e por outros agricultores não sócios, além de estar iniciando a produção de sementes certificadas para a Produção Integrada. Atualmente a empresa beneficia sua produção a partir de duas marcas comerciais:

- GUADALIS: marca comercial para embalagem do arroz seguindo o sistema tradicional, realizado

por todas as demais indústrias arroseiras e
- LAGUNA REAL: marca comercial criada para embalagem da produção de arroz seguindo o Regulamento Específico da Produção Integrada de Andaluzia, a qual conta com certificação.

A empresa Arroces de Doñana procura diferenciar-se das demais, destacando em seu *marketing* sua recente criação voltada a uma produção de qualidade e com respeito ao meio ambiente, apresentando como prova a implantação dos sistemas ISO 9001 de Gestão da Qualidade e ISO 14001 de Gestão Ambiental, além dos selos de Qualidade Certificada, Produção Integrada e Produção Ecológica. Estas questões foram assinaladas pelo gerente da empresa, Álvaro Pallarés, e relatadas por Aguilar, Felizón e Navarro (2012, p. 277):

[...] somos un grupo cada vez más grande, con gente joven y tenemos que hacer cosas diferentes. Yo sé hacer lo mismo que hacen los demás, sé sembrar arroz de producción integrada, tener un técnico que me controle y entregar el arroz en la cooperativa, pero entonces puedo hacer eso y nada más y con eso no creamos puestos de trabajo, no generamos riqueza y no hacemos nada más, entonces eso no nos sirve. No podemos conformarnos con eso, tenemos que hacer más cosas. Yo creo que los productos convencionales los pueden hacer otros países y nosotros tenemos que darle a Europa especialidades, cosas diferentes y tenemos que darle muchas garantías sanitarias. Tenemos que darle mucha calidad, un valor diferencial y tenemos un entorno, tenemos *Doñana*, tenemos los pájaros... *Doñana* tiene que ser nuestro socio.

Por sua vez, a cooperativa Arrozúa, também localizada no entorno do Parque Natural de Doñana, no município de Isla Mayor, dedica-se a secagem e armazenamento, elaboração, distribuição e comercialização de arroz em casca e branco, sendo que a mesma foi fundada durante o ano de 2005, a partir da união das cooperativas Unión Arrocería S.C.A. (fundada em 1983) e Veta la Mora S.C.A. (fundada em 1987). Entre os motivos da fusão das ditas cooperativas, destaca-se a necessidade de agrupar os recursos de ambas para assim ser possível uma melhor prestação de serviços aos cooperados. Entre os objetivos iniciais destacavam-se a necessidade do fortalecimento na recepção, secagem e armazenamento

da produção de arroz, a construção de moinho próprio, que por sua vez permitisse o beneficiamento do arroz com casca. Em suma, buscava-se somar forças com a finalidade de aumentar a competitividade frente um mercado globalizado.

Tendo como objetivo fazer chegar ao consumidor um produto de máxima qualidade, produzido no entorno do Parque de Doñana, mediante o compromisso com o meio ambiente, o qual se traduz no uso responsável da Produção Integrada⁹, Arrozúa S.C.A. é atualmente uma cooperativa certificada com os selos de Produção Integrada de Andalucía e Qualidade Certificada de Andalucía. A marca utilizada para comercialização da produção, para carrear maior apelo junto aos consumidores, denomina-se sugestivamente de *Arroz de Doña Ana*, fazendo clara referência ao Parque de Doñana. Como destacam Aguilar, Felizón e Navarro (2012, p. 277), relatando entrevista realizada com Sara Lopis, responsável pelo setor de qualidade da cooperativa:

[...] hay mucha fauna que lo que hace es perjudicar al arroz, en gran parte el pueblo de Isla Mayor no es conocido en ningún sitio, nadie sabe donde está, entonces el *Parque de Doñana*, por lo menos nos puede ayudar a salir y a que la gente nos conozca más y además es cierto que cultivamos en el entorno de *Doñana* ¡es que está pegado!

Destaca-se que os selos obtidos pelos dois casos retratados asseguram, no caso da Produção Integrada de Andalucía, que a forma de produzir o alimento é de alta qualidade organoléptica, bem como de elevada segurança alimentar¹⁰. Já o selo de Quali-

⁹A Produção Integrada é concebida como um conjunto de boas práticas culturais, respeitadas com o meio ambiente e o entorno social. Na perspectiva da União Europeia, a produção integrada deve garantir que o uso da terra e dos recursos naturais se ajustem à necessidade de proteger o meio ambiente e o patrimônio cultural, devendo exercer uma função social, assim como manter a viabilidade do meio rural e implantar um modelo equilibrado de desenvolvimento sustentável (PORTERO, 2010).

¹⁰Tal selo é obtido mediante práticas agrícolas respeitadas com o meio ambiente, assegurando uma agricultura sustentável em longo prazo. Deste selo podem dispor, depois da certificação: os produtos amparados por Denominações de Origem Protegidas, Indicações Geográficas Protegidas, Especialidades Tradicionais Garantidas, ou procedentes de Produção Ecológica e Integrada, assim como os produtos agroalimentares e pesqueiros certificados por organismos autorizados.

dade Certificada é um distintivo com o qual a *Junta de Andalucía* reconhece os produtos com qualidade diferenciada, que são produzidos ou elaborados com controlos específicos de qualidade.

Em comum, as experiências espanholas em análise, além de localizarem-se no entorno de um importante Parque Natural, como o de *Doñana*, apresentam selos que buscam garantir a qualidade de seus produtos, pois perceberam que a diferenciação, qualidade e a certificação se têm tornado elementos estratégicos para que os produtos andaluzes possam competir nos mercados cada vez mais globalizados e exigentes, com uma distribuição muito concentrada e uma nova Política Agrária Comum intervencionista e preocupada com a segurança alimentar, a rastreabilidade e o bem estar dos consumidores.

No âmbito europeu, percebe-se que o consumidor exige, cada vez mais, maior garantia de segurança nos alimentos, ao mesmo tempo em que demanda produtos com características diferenciadas, que além de satisfazerem as necessidades nutritivas, mostra-se preocupado com a conservação do meio ambiente (CRUZ; MENASCHE, 2011). Neste sentido, ao reforçar os sistemas de controle de segurança e de rastreabilidade dos alimentos, a *Junta de Andalucía* vem apostando fortemente na certificação de origem e na qualidade diferenciada dos produtos agroalimentares como estratégia que busca conjugar uma resposta às demandas dos consumidores com a potencialização da competitividade das empresas locais (BESANA, 2011). Ou seja, o poder público assumiu a responsabilidade de realizar a certificação da produção e garantir ao consumidor o atendimento de suas demandas.

No caso do arroz produzido no entorno de *Doñana*, mais especificamente em *Isla Mayor*, o mesmo era produzido de forma convencional:

[...] lo que implicaba el uso de fertilizantes y fitosanitarios con escasso control. La estabilidad del ecosistema del Parque Nacional estaba cada vez más amenazada. Esta situación se volvió insostenible a finales de la década, debido a un masivo envenenamiento de aves, lo que provocó la intervención de los organismos europeos que velan por la protección de este

espacio natural. Fue determinante la ayuda financiera que la Unión Europea destinó a la recuperación de los ecosistemas de *Doñana* y su entorno, pero a cambio exigió la reconversión de los cultivos de arroz a las normas de la agricultura integrada, que aprovecha al máximo los recursos y mecanismos naturales y limita la utilización de determinados fertilizantes y fitosanitarios. Todo ello reforzó el encuentro entre protección ambiental y desarrollo económico y provocó una serie de cambios tanto en la mentalidad, como en la forma de actuar de los arroceros (AGUILAR; FELIZÓN; NAVARRO, 2012, p. 276).

4.1.2 - O caso brasileiro

Já no contexto dos casos brasileiros estudados, também há alguns aspectos que merecem ser referidos. Sobre o Arroz do Litoral Norte Gaúcho é necessário afirmar, segundo Baasch (2010), que a defesa de suas peculiaridades parte do suposto de que se trata de um produto de qualidade superior, diferenciando-se por possuir um alto rendimento de grãos inteiros, translucidez e vitricidade. A área de produção formada por uma península arenosa com 300 km de extensão, que corre paralelamente ao litoral, entre a Lagoa dos Patos e o Oceano Atlântico, possui elevada estabilidade das temperaturas diárias e uma reduzida amplitude térmica. Isto ocorre em função da alta umidade relativa do ar e das grandes massas de água as quais envolvem a região (Lagoa dos Patos e Oceano Atlântico), sendo que o regime de ventos da região determina sua paisagem e vegetação. Estes ventos representam ainda um importante elemento que contribui para a dissipação do calor, sobretudo na época da formação do grão de arroz. Assim, o regime de ventos associado à estabilidade térmica da região, resulta em condições geográficas ideais e únicas para a produção de arroz de elevada qualidade, com características exclusivas (aspecto, sabor, consistência), em decorrência do seu local de origem (BAASCH, 2010).

Por ter sido reconhecido recentemente pelo INPI como a primeira Denominação de Origem (DO)

brasileira, o arroz do Litoral Norte Gaúcho, vinculado à Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho (APROARROZ), ainda não está disponível no mercado com embalagens diferenciadas que apontem para suas características distintas. Ou seja, trata-se de iniciativa muito recente, sendo que atualmente em torno de 70% do total produzido é comercializado (*in natura*) com empresas da região Centro-Oeste brasileira e somente 30% da produção de arroz em casca é beneficiada localmente e comercializada com marcas como Palmares, Mostardeiro e Coripil, mas sem referência à Denominação de Origem. Atualmente, um dos objetivos da Associação está centrado em buscar e atrair indústrias para a região produtora, a fim de se criar uma marca própria para agregar maior valor à produção, uma vez que na safra 2009/10, a região respondeu por 8,7% da produção do grão no estado (MENEGETI, 2011).

Embora incipiente, a experiência apresenta grandes potencialidades, uma vez que a área certificada com possibilidades da adoção da DO do Arroz do Litoral Norte contempla 12 municípios, envolvendo a área total de Balneário Pinhal, Capivari do Sul, Cidreira, Mostardas, Palmares do Sul, São José do Norte, Tavares, Tramandaí e áreas parciais dos municípios de Viamão, Santo Antônio da Patrulha, Osório e Imbé. Existem cerca de 1.400 potenciais produtores localizados na região demarcada pela DO, com uma área de aproximadamente 130 mil hectares.

Os produtores, cooperativas e indústrias estão organizados, como já foi feito referência, através da APROARROZ, entidade requerente e gestora da DO. O processo de produção e o produto final são controlados e fiscalizados pelo Conselho Regulador da APROARROZ com o objetivo de garantir a qualidade do Arroz do Litoral Norte Gaúcho¹¹.

Ainda referente à experiência brasileira, tem-

¹¹Para receber o selo, cada produtor tem de registrar áreas específicas de cultivo e cumprir um protocolo elaborado pela APROARROZ e aprovado pelo INPI, que inclui rastreabilidade das sementes, controle de insumos, cuidados ambientais, cumprimento da legislação trabalhista, transporte e beneficiamento dos grãos - que deve ser feito obrigatoriamente na própria região.

se o caso do arroz "Amigo do Taim". Trata-se de produto que se diferencia por ser um arroz ecológico, integral, embalado a vácuo, certificado por uma empresa privada (Ecocert) e produzido no entorno de um dos mais importantes ecossistemas do Estado do Rio Grande do Sul, protegido como Unidade de Conservação, qual seja, a Reserva Ecológica do Taim. Seu surgimento é fruto de uma das iniciativas ligadas ao Plano de Desenvolvimento Sustentável realizado com o apoio do Ministério do Meio Ambiente - Projeto de Conservação e Utilização Sustentável da Biodiversidade Biológica Brasileira (PROBIO) e do Núcleo de Educação e Monitoramento Ambiental (NEMA), incluindo ainda coletivo de assentados de Reforma Agrária de Santa Vitória do Palmar e outros produtores ligados aos municípios de Rio Grande e Santa Vitória do Palmar.

A Estação Ecológica do Taim é uma Unidade de Conservação de proteção integral, administrada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade, que tem como objetivo proteger uma amostra dos ambientes da Planície Costeira do Rio Grande do Sul, com especial atenção aos ambientes úmidos - regionalmente denominados de "banhados". Em 2002, apoiado pelo Ministério do Meio Ambiente através do PROBIO e do NEMA, as comunidades do Taim, nos municípios de Rio Grande e Santa Vitória do Palmar, elaboraram um Plano de Desenvolvimento Sustentável, no qual foram indicadas cinco ações prioritárias à sustentabilidade a serem desenvolvidas por meio de projetos demonstrativos. Uma das ações foi o fomento às iniciativas de produção de arroz ecológico, uma vez que a cultura do arroz irrigado é uma atividade socioeconômica muito importante na região do Taim, ao mesmo tempo em que é apontada como a principal degradadora das áreas úmidas na região sul do Rio Grande do Sul, com impactos como a drenagem dos banhados e ecossistemas úmidos, a erradicação de matas nativas, o uso indiscriminado de água e a contaminação de grandes volumes de água das lagoas Mirim e Mangueira.

A partir de 2003, no entorno da Estação Ecológica do Taim, com a identificação de potenciais

produtores parceiros, começaram os primeiros experimentos de cultivo de arroz irrigado com abordagem agroecológica, sendo que o NEMA atuou como operador/coordenador do processo produtivo, que envolvia o plantio, a secagem, o armazenamento e o beneficiamento. A superfície inicialmente cultivada alcançava escassos 7 hectares; atualmente está em aproximadamente 145 hectares, distribuídos em 14 parceiros, que vão desde agricultores familiares que trabalham em sistema associado, até produtores individuais de pequeno e médio porte, sendo estes membros da Associação dos Trabalhadores da Lavoura do Arroz (ATLA) de Santa Vitória do Palmar, além de outros produtores individuais dos municípios de Santa Vitória do Palmar, Rio Grande e São José do Norte. Atualmente todo o sistema do arroz Amigo do Taim (produção, beneficiamento e industrialização) é monitorado, rastreado e possui certificação pela empresa Ecocert para os mercados brasileiro, norte-americano e europeu.

Destaca-se que a certificação das experiências brasileiras, diferentemente do caso espanhol, não são realizadas pelo poder público, apenas existindo, no caso da DO Arroz do Litoral Norte, a concessão da DO, mas a certificação em si da produção é toda realizada pela APROARROZ e Ecocert, ou seja, privada. As estratégias de diferenciação que promovem a produção e produtos de qualidade, mediante a criação de marcas reconhecidas (no caso da UE, a Agricultura Integrada e a Agricultura Ecológica), constituem-se, certamente, em uma estratégia econômica que busca agregar valor aos produtos e sua inserção nos mercados. Todavia, a sua importância real parece transcender (meras) razões econômicas, pois além de promover sistemas novos de cultivos e variedades nativas, visa recuperar técnicas e manejos tradicionais, bem como conservar as peculiaridades culturais, ecológicas e paisagísticas do território de que derivam (SORIANO NIEBLA, 2010; AGUILAR; FELIZÓN; NAVARRO, 2012).

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados encontrados neste rápido com-

parativo entre quatro distintas experiências de Brasil e Espanha reforçam que as estratégias de diferenciação constituem-se atualmente em importante instrumento de valorização de produtos agroalimentares, frente aos modelos globais, uma vez que procuram valorizar a diversidade e a tipicidade de produtos vinculados a determinados territórios, além de poderem contribuir significativamente com a dinamização socioeconômica de regiões menos competitivas e mais marginalizadas. Neste sentido, os quatro casos analisados socorrem-se do local de produção da matéria-prima e do território, como estratégias de diferenciação as quais, mediante a obtenção de determinados selos, buscam garantir ao consumidor a qualidade e a genuína procedência territorial do produto.

Os casos analisados no contexto espanhol revelam-se mais organizados e avançados que os casos brasileiros. Apesar de utilizarem estratégias semelhantes, o contexto institucional e sociopolítico dos dois países em questão são bastante distintos, dado que no Brasil ainda são escassas e localizadas as iniciativas de utilização de estratégias de diferenciação para produtos agroalimentares, as quais não contam com significativo auxílio governamental para maior divulgação e promoção. Já pelo lado espanhol, discute-se até sobre o futuro incerto das iniciativas relacionadas com a produção de qualidade, uma vez que as mesmas são ameaçadas por seu próprio êxito, com a proliferação de selos de qualidade que fomentaram uma confusão nos consumidores que, por sua vez, encontram dificuldades para distinguir, conhecer e reconhecer qualidades distintas. Ainda no contexto espanhol, assiste-se à pressão de grandes corporações agroalimentares que tratam de se apropriar dos atributos associados à qualidade, assim como de controlar os distintos processos da cadeia.

Pode-se inferir, assim, que a produção de arroz no Brasil ainda está mais voltada para atender a um mercado que demanda por *commodities* agrícolas¹² e, especificamente sobre as experiências anali-

¹²Mesmo já se tendo indícios claros de que produtores familiares de pequena escala, na maioria das vezes, não têm con-

sadas, em particular o caso da DO Litoral Norte, mostra que o uso da DO ocorre como uma estratégia eminentemente empresarial. No caso espanhol, a produção e comercialização do arroz são realizadas visando à implantação e divulgação de características distintivas de cada produto, sendo que nos casos analisados fica implícito a questão da territorialização com a apropriação de Doñana a favor dos produtos, existindo destaque para as embalagens diferenciadas e todo um processo de *marketing* para a divulgação dos produtos existentes, focado na diferenciação.

Em suma, a paulatina especialização dos territórios rurais visando produções de qualidade como resposta a mudanças econômicas e estruturais, verifica-se ser muito mais uma realidade espanhola do que brasileira. A partir dos casos estudados de cultivo de arroz no Brasil e Espanha, evidencia-se que as estratégias de diferenciação da produção não promovem, por si só, o desenvolvimento, no sentido de se tornarem espaços de poder dos produtores, pois necessitam estar situadas numa visão integral do território e das relações sociais estabelecidas (relações comerciais mais igualitárias; comércio justo, etc.), o que no Brasil ainda se encontra muito deficitário.

LITERATURA CITADA

- AGUILAR, E. Productos locales, mercados globales: nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural. In: CAMPO, M. G do. (Ed.) **Perspectivas teóricas en desarrollo local**. Coruña: Netbiblo, 2007.
- _____.; FELIZÓN, P.; NAVARRO, J. Parques naturales y sistemas de producción de calidad: el caso del arroz en la Comarca de Doñana (Sevilla). In: BAENA, R. et al. **Investigando en rural**. Cdres. 2012. pp. 271-279.
- _____.; LOZANO C. Las denominaciones de origen de aceite en andalucía y el nuevo escenario rural Europeo. In: dições de sobreviver em sua atividade econômica produzindo as chamadas *commodities* agrícolas. A produção de *commodities* exige economias de escala que não estão disponíveis aos produtores familiares de pequena escala e a busca pela agregação de valor aos produtos primários, através da agro-industrialização e estratégias de diferenciação com base na qualidade dos produtos, parece ser o caminho mais promissor para esta parcela de produtores rurais (WILKINSON, 2008).
- CONGRESO INTERNACIONAL DE LA RED SIAL 4., 2008 Argentina (ALFATER). **Anais...** Argentina: IICA, 2008.
- _____. et al. Productos locales, calidad y diversificación: nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural de España y Brasil. **Estudios Sociológicos**, v. 29, n. 85, 2011.
- BAASCH, A. Arroz do Litoral Norte Gaucho busca novas conquistas. **Lavoura Arrozeira**, Porto Alegre, v. 58, n. 455, dez. 2010.
- BECERRA, A. T.; BRAVO, X. L. Los alimentos de calidad diferenciada: una herramienta para el desarrollo rural sostenible. **Revista Electrónica de Medio Ambiente**, 2009.
- BESANA. Portal Agrário. **Calidad agroalimentaria**. Lunes: BESANA, 2011. Disponível em: <<http://calidadagroalimentaria.besana.es/>>. Acesso em: 25 set. 2011.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Lei da Propriedade Industrial**. Brasília, DF, 14 maio 1996.
- CANTÓ, A. S. **La memoria y el territorio: la construcción de la comunidad local en Isla Mayor (Sevilla)**. España: Ministerio de Cultura. 2005.
- COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. Acompanhamento de safra brasileira: grãos, nono levantamento. Brasília: CONAB, 2010.
- CRUZ, F. T. DA.; MENASCHE, R. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. **Revista Ideas**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 91-114, 2011. (Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade).
- FIERRO, J. C.; MARTÍN, A. V. Denominaciones de origen e indicaciones geográficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España. In: ESPINOSA, J. L. de (Coord.). **El nuevo sistema agroalimentario en una crisis global**. São Paulo: Fundación Cajamar, 2009. Disponível em: <<http://www.fundacioncajamar.com/mediterraneo/indice/indice15.htm>>. Acesso em: 04 maio 2011.
- FLORES, M. X. **Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha**. 2007. 311 p. Tese (Doutorado em Sociologia Política) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.
- FROELICH, J. M. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: percepções das organizações representativas da agricultura familiar em Espanha. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 49., 2011, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: SOBER/UFMG, 2011. CD-ROM.
- _____. (Org.). **Desenvolvimento territorial: produção,**

identidade e consumo. Ijuí: Unijuí, 2012.

GIOVANNUCCI, D.; RANABOLDO, C. **Mercados e indicações geográficas de origen**. Síntesis del Foro Electrónico y del Laboratorio de Terra Madre, nov. 2008. (Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISF)).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA - IBGE. **Produção agrícola municipal**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=44>. Acesso em: abr. 2011.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Resolução nº 075/2000, de 28 de novembro de 2000**: estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Rio de Janeiro: INPI, 7 p. 2000.

KAKUTA, S. M. **Indicações geográficas**: guia de resposta. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LAGES, V.; LAGARES, L.; BRAGA, C. L. **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. 2. ed. Brasília: SEBRAE, 2006.

LOZANO, C. **El sabor de la naturaleza**: agricultura ecológica en Parques Naturales andaluces. Sevilla: Fundación Blas Infante. 2011.

_____.; AGUILAR, E. Natural, tradicional y de la tierra. la Promoción de la Calidad Agroalimentaria en los Nuevos Espacios Rurales Andaluces. **Patrimonio Cultural en la Nueva Ruralidad Andaluza**. Sevilla. Vol. 1. 2010. (Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía).

_____.; _____. Territorialising organic production: collective actions and public policies in Andalusia. **Sviluppo Locale**, Sondrio, n. 15, pp. 37-38, 2012.

MARSDEN, T. New rural territories: regulating the differential rural spaces. **Journal of Rural Studies**. USA, Vol.14, Issue 1, 1998.

_____. **The condition of rural sustainability**. The Netherlands: Royal Van Gorcum. 2003.

MENEGHETI, G. Decisão pode partir dos produtores. **Jornal Correio do Povo**, Porto Alegre, n. 353, 18 set. 2011.

MUÑOZ, A. C. G.; CALDENTEY, P. Signos de calidad en productos agroalimentarios. **Revista Tierra Sur**, n. 7, p. 30-

35, 2000.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: SOBER/UFRGS, 2009. CD-ROM.

NUNES, J. L. da S. Importância econômica do arroz. **Agrolink**, 2010. Disponível em: <<http://www.agrolink.com.br/Default.aspx>>. Acesso em: 25 abr. 2011.

PLOEG, J. D. et al. Rural development: from practices and policies towards theory. **Sociologia Ruralis**, USA, Vol. 40, Issue 4, pp. 391-407, 2000.

_____. Revitalizing Agriculture: Farming Economically as Starting Ground for Rural Development. **Sociologia Ruralis**, USA, Vol. 40, Issue 4, pp. 497-511, 2002.

PORTERO, M. A. Producción integrada del arroz en el sur de España. **Consejería de Agricultura y Pesca**, Sevilla, 2010. (Servicio de Publicaciones y Divulgación, Fundación Caja Rural del Sur).

SACCO DOS ANJOS, F.; AGUILAR, E. C.; CALDAS, N. V. Productos locales, calidad y diversificación: nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural de España y Brasil. In: CONGRESO LATINOAMERICANO DE SOCIOLOGIA RURAL, 8., 2010, Recife. **Anais...** Recife: UFRPE, 2010.

SCHMITT, B. H. **Marketing experiencial**. Barcelona: Deusto, 2000.

SORIANO NIEBLA, J. J. Los recursos genéticos entre la soberanía alimentaria y la interdependencia global. In: **PH Cuadernos**. Sevilla: IAPH, n. 26, p. 40-61, 2010. (Patrimônio cultural en la nueva ruralidad andaluza).

TOLÓN, A. B.; LASTRA, X. B. Los alimentos de calidad diferenciada: una herramienta para el desarrollo rural sostenible. **Revista Electrónica de Medio Ambiente**, n. 6, p. 45-67, 2009.

TONIETTO, J. Indicação geográfica Vale dos Vinhedos: sinal de qualidade inovador na produção de vinhos brasileiros. In: SIMPÓSIO LATINO-AMERICANO E SOBRE INVESTIGAÇÃO E EXTENSÃO EM PESQUISA AGROPECUÁRIA, 5., 2002. Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: IESA/SBSP, 2002.

WILKINSON, J. **Mercados, Redes e Valores**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

Recebido em 30/10/2012. Liberado para publicação em 23/05/2013.

