

Aspectos e impactos socioculturales del proceso de obtención de la Denominación de Origen “banana da região de corupa” en el municipio de Corupa

Fecha de Recepción: 03/07/2020
Fecha de Aceptación: 09/11/2020

Sociocultural aspects and impacts of the process of obtaining the Denomination of Origin “banana from the region of corupa” in the municipality of Corupa

Ignacio López Moreno¹
Giseli De Lorena²
Patricia De Olivera Areas³

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el proceso de obtención de la Denominación de Origen (DO) en la Región de Corupá (Brasil), basado en el mapeo de la red de socios y de la descripción de los arreglos productivos derivados del proceso. La metodología es basada en el modelo de Cunha-Lima que consta de tres pasos: mapeo de la red de socios, descripción de los arreglos productivos y la categorización y sistematización de las informaciones. Los datos fueron recogidos en fuentes bibliográficas, documentales y por entrevistas siguiendo el método de la historia oral. La interpretación es realizada por medio de la teoría interpretativa de Geertz (2008). Inicialmente el artículo presenta el proceso de DO, con el mapeo de sus socios internos y externos, el involucramiento de la comunidad y los apoyos obtenidos. En la segunda parte son descritos los arreglos productivos que crearon una nueva dinámica local desde la DO o aquellos que han surgido después del proceso. Por último, incluimos una representación de la red de socios del proceso de DO en Corupá para mostrar el alcance e imbricación en la comunidad. Por lo tanto, nuestro trabajo permite comprobar como los procesos de etiquetado de calidad no sólo suponen la existencia de un territorio con una comunidad y un producto propio, sino que, en última estancia, un proceso exitoso también refuerza a la comunidad, el territorio y el producto.

Palabras clave: Denominación de Origen, análisis de redes, sistemas productivos, arreglos productivos; marcas de calidad, Corupá.



Fotografía: Ignacio López Moreno

ABSTRACT

This paper aims to understand the Denomination of Origin (DO) process in the Corupá's Region. It does so by the mapping of the partnership network and the describing the resulting productive arrangements of this process. Its methodology is based on the Cunha-Lima's model, defined by three stages, namely the mapping of the partner network, the description of the productive arrangements and the information categorization and systematization. Data were collected from bibliographic, documentary and interview sources following the Oral History methodology. Interpretation is performed through interpretative analysis by Geertz (2008). Firstly, the paper presents the DO process, mapping its internal and external partners, the community involvement and all the obtained support. Secondly, we describe the productive arrangements that came into existence after the DO, or that were updated from it. The article closed with a representation of the DO process partnership network in Corupá. Thus, this paper highlights that quality food labels, such as DO, not only need a community and a territorially based product, it also can enhance this connection and steer further development

Keywords: Denomination of Origin; networks analysis; productive arrangements; quality labels; Corupá

INTRODUCCIÓN¹

La Indicación Geográfica (IG), en el ordenamiento jurídico brasileño, está regulada en la Ley federal n. 9.279, de 14 de mayo de 1996 (Ley de Propiedad Industrial) de Brasil, entre los artículos 176 e 182. Así, IG es un instrumento jurídico que busca proteger signos distintivos vinculados a territorios por medio del registro junto al *Instituto Nacional da Propriedade Industrial* de Brasil (INPI). A través de este registro se concede un derecho de exclusividad sobre el uso de esos signos para que se diferencie sus

¹ Esa investigación fue realizada con el apoyo y financiación de la "Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina" (FAPESC)

productos o servicio(s) en el mercado. De esa forma, aunque tenga originalmente un objetivo económico de defensa de productos como marcas de tipo colectivo, también trae repercusiones sociales, culturales y humanas, por tener entre sus requisitos de protección la reputación, notoriedad, la construcción cultural del saber hacer y, incluso, características diferenciadoras oriundas del patrimonio natural del territorio determinado. Dicho de otra forma, elementos pertenecientes al patrimonio cultural de la localidad.

Las IGs, entendidas como la identificación de productos o servicios que se diferencian debido a las características naturales y/o humanas de su local de origen, en Brasil pueden ser por Indicación de Procedencia (IP) o Denominación de Origen (DO). La IP busca proteger el “nombre geográfico [...], que se volvió conocido como centro de extracción, producción o fabricación de determinado producto o de prestación de determinado servicio” (art. 177, da Ley de Propiedad Industrial). Ya la DO protege “el nombre geográfico [...], que designe producto o servicio cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluso factores naturales y humanos” (art. 178, da Ley de Propiedad Industrial) (BRASIL, 1996).

Según Niederle (2014), inicialmente las IGs eran utilizadas como herramientas de protección, cuyo objetivo era evitar falsificaciones de los productos protegidos. Con todo, hoy representan también una forma de agregar valor y ayuda en el desarrollo económico. Para Vats (2016) una IG no trae solo beneficios económicos, pero, además de la renta y de la generación de empleo, puede contribuir en el sector ambiental y cultural, en la promoción de la región donde está insertada. Para López y Pérez (2014), incluso pueden ser consideradas herramientas de gobernabilidad territorial y de transición hacia una nueva ruralidad (Aguilar, Amaya y López, 2016).

En lo que se refiere a las potencialidades de las IGs como fomentadoras de la economía, Carls, Locatelli y Pimentel (2015) relacionan algunas características, tales como: el aumento de la demanda, el valor agregado al producto hacia el mercado consumidor, las posibilidades de inserción del producto en el mercado, la generación de empleos, el fomento a arreglos productivos indirectos, así como la mayor valoración inmobiliaria del área.

Dogan y Gokovali (2012) denotan que las IGs son buenas herramientas para el desarrollo rural, pues posibilitan más oportunidades de renta y empleo, ya que incrementan la venta del producto, que pasa a ser identificado como detentor de un diferencial al consumidor. Además, no es solamente la calidad del producto que pasa a ser destacada por la IG, pero también la tradición y la identidad cultural de la región, como puede ser percibido en casos como el champán francés, los cigarros cubanos o las alfombras turcas.

Entre esos productos que se destacan en el mundo, Jay y Taylor (2018) señalan el caso de Champán, cuyo nombre tiene uso exclusivo para los franceses, además ser un caso

de fuerte identidad cultural entre el producto y la región, generador de orgullo por medio de la tradición.

Brasil, aunque de forma incipiente, se está adentrando en ese mercado. Por ejemplo, las IGs concedidas desde 2012 en Brasil y la asignatura del acuerdo entre Mercosur y Unión Europea en 2019, lo cual, cuando ratificado y promulgado, determina que se reconocerán, automáticamente, cerca de 350 IGs de la Unión Europea y Mercosur.

En ese sentido, Siedenberg; Thaines y Baggio (2017) presentan como un caso de éxito el *Vale dos Vinhedos*, en Brasil. Después de ser reconocida la IG, principalmente por ser la primera de ese sector en Brasil, ha ganado notoriedad en el país y en el mundo. Eso trajo consigo un fuerte incremento en el sector turístico, o sector turístico, favoreciendo el desarrollo de este y de otros Arreglos Productivos Locales (APLs), tales como la gastronomía y la agroindustria.

Según Sachs (2008), esos APLs pueden surgir por medio de la fabricación de subproductos desde un principal, o aún por la artesanía, posibilitadas por emprendimientos colectivos, que cuenten con el apoyo de políticas públicas, principalmente en referencia a las orientaciones técnicas y administrativas para los nuevos negocios. Para el autor, los APLs son herramientas de transformación de los pequeños agricultores en microempresarios, así como una forma de fortalecer el desarrollo económico desde la cooperación y contribuir para una sociedad más sustentable en sus aspectos sociales, ambientales y económicos.

De esa forma, al posibilitar la diversificación de las actividades de renta desde un producto inicial, la IG puede ser una fomentadora de nuevos APLs en la región o crear una nueva dinámica en los existentes. Entre las posibilidades de actividades que pueden ser desarrolladas en el territorio de la IG está el turismo, lo cual puede ocurrir en los segmentos de experiencia, de naturaleza, comunitario y otros.

Gabardo e Valduga (2019), al tratar el caso del *Vale dos Vinhedos*, destacan la importancia de la valorización de las actividades agrícolas y de la vida campesina en Brasil, desde los paisajes rurales y de su construcción por medio de identidad cultural, lo que representa nuevas perspectivas de ruralismo y desarrollo turístico.

En la Región de Corupá, una posibilidad está en el Turismo Comunitario (TC), lo cual es presentado por Grimm y Sampaio (2011) como una modalidad que, además de tener una dirección hacia la sostenibilidad, puede transformar las comunidades en receptoras de turistas, donde el asociacionismo, la producción de productos o la prestación de servicios pueden ser consolidados como herramientas de desarrollo local.

Otra posibilidad está en la gastronomía, sea por medio del producto de la IG o por sus derivados, así como por los platos que pueden ser desarrollados. De esa forma, se cambian

en atractivos a los turistas que, al visitar la región de la IG, optan por saborear las delicias de la culinaria local, hechas desde el producto con características diferenciadas. Según Lima y Areas (2019), ese sector de actividades puede ayudar aún en la promoción de la cultura local, en destaque los aspectos como la pertenencia, el orgullo, la memoria y la identidad.

Con todo, hay que considerar aún que, en el caso de las IGs, no es posible pensarlas solamente como una posibilidad económica, bajo el riesgo de perder la identidad cultural y simbólica que ha posibilitado que el producto se diferenciara de los demás. En ese sentido, Neu y Areas (2015) señalan la necesidad de participación de la comunidad en el proceso, su involucramiento y cooperación, además del énfasis que el asociativismo toma en este proceso.

Vale la pena mencionar el caso de la IG de la artesanía en hierba dorada en la región del Jalapão, en estado de Tocantins – Brasil, donde estudios presentados por Silva, Rodrigues y Brito (2016) demuestran que hubo poco involucramiento de los artesanos y sus respectivas asociaciones en el transcurrir del proceso, lo cual fue conducido por el gobierno de Tocantins. La falta de participación de aquellos que deberían ser los principales actores de la IG evidencia que en caso de que no sean buscadas alternativas para involucrar a los artesanos a la IG, esa tiende a no prosperar.

A partir de las reflexiones establecidas por Neu y Areas (2015), es necesario pensar con cuidado en la identidad cultural de la comunidad, como forma de contribución para el reconocimiento del patrimonio cultural, lo que puede auxiliar en la manutención de las características que diferencian el producto con IG, consecuentemente contribuir para su éxito, sin reducirse a pura mercadotecnia.

Todo eso puede auxiliar en el Desarrollo a Escala Humana (DEH), definido por Max-Neef (1993), como aquello relacionado con la economía que permite la calidad de vida a la comunidad, basada en la satisfacción de las necesidades humanas básicas, divididas en ontológicas y axiológicas. Desde tales apuntamientos, Cunha- Lima (2016) trabaja con el concepto de Desarrollo en Escala Local y Humana (DELH), lo cual será adoptado en la investigación de la cual resultó ese artículo.

Se busca reflotar sobre el proceso de IG en la modalidad DO en la Región de Corupá a partir de los impactos de este en el municipio de Corupá – SC, donde se empezó y donde la producción de los bananos presenta un fuerte valor simbólico de cultura, historia y tradición, además representar importante parte de la renta municipal.

Por lo tanto, el proceso de DO de los bananos en la Región de Corupá trajo impactos al municipio de Corupá - SC, a partir de la revitalización de la cadena de producción y de la contribución al sentimiento de pertenencia de la población con la actividad. Esta suposición

lleva a la siguiente pregunta la investigación: ¿Cuáles fueron los impactos socioculturales del proceso de DO en Corupá? Para contestar a esta pregunta, nos marcamos dos objetivos en la investigación (1) comprender el proceso de DO en la región de Corupá y (2) mapear la red de socios y describir los arreglos productivos locales relacionados con la DO.

La realización de la investigación se justifica por el hecho de que el proceso de DO ha causado impactos socioculturales en el municipio de Corupá - SC, que deben investigarse para comprender cómo se relacionan con el desarrollo local, con base a la formación de la red de socios y la revitalización de los arreglos productivos. Además, busca comprender cómo los impactos resultantes del proceso de OD pueden convertirse en una estrategia para minimizar los efectos negativos y mejorar los positivos, permitiendo ganancias para la población y promoviendo una ventaja competitiva para el territorio.

METODOLOGÍA

Esta investigación es cualitativa, exploratoria y de método inductivo. Utiliza como estrategia y marco metodológico una adaptación del Modelo de Representación del Desarrollo a Escala Local y Humana, de Cunha-Lima (2016), que prevé tres etapas para la aplicación de la información recopilada.

La primera etapa es el mapeo de la red de socios, la cual se realizó a partir de: a) investigación bibliográfica b) investigación documental desde el caso; c) observación participante y d) entrevistas semiestructuradas. La segunda etapa se refiere a la descripción de los APLs, verificando los que ya existían y los que surgieron después del proceso de DO. La tercera etapa es la sistematización y categorización de los datos basada en la articulación de información bibliográfica, documental y de campo, con el objetivo de comprender el proceso en su totalidad, y observar los impactos causados en la comunidad, así como en las áreas más afectadas. Finalmente, la metodología utilizada recomienda la realización de un análisis interpretativo se basó en la aproximación del antropólogo Clifford Geertz (2008).

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA DO

La región de Corupá, comprende cuatro municipios ubicados al norte de Santa Catarina (estado al sur de Brasil), que en conjunto forman un área de 1596.5 km². Esta región tiene el IG (en la especie de DO), para el banano producido, reconocido como "el más dulce de Brasil". Con respecto a la producción de banano en esta región, los cuatro municipios suman un área de producción de 857.3 km², de los cuales 138.1 km² (16.1%) están ubicados en Schroeder, 452.9 km² (52,8%) en Jaraguá do Sul, 202.2 km² (23.6%) en Corupá y 64.1 km² (7.5%) en São Bento do Sul (ASBANCO, 2016).

Aunque Corupá no tiene el porcentaje más grande del área de DO, este municipio tiene una fuerte conexión económica y cultural con la fruta, y los orígenes de esta actividad se remontan a la historia municipal en sí, desde su colonización, que ocurrió en 1897, cuando aún era Colonia Hansa Humboldt, que en 1958 se convertiría en el municipio de Corupá. Cinco años después, en 1902, el primer registro de cultivo de banano con fines comerciales fue realizado en la colonia, por el colono Georg Hermann, quien tuvo la iniciativa de registrar su primer racimo de banano enano (Cavendish enana) (SILVA, 2016).

A lo largo de esta historia de tradición y conexión con la producción de banano, fue en Corupá donde comenzó el proceso de mejorar la dulzura del banano como el principal atributo de la fruta, que años más tarde se convertiría en la DO. El comienzo de esta trayectoria se pasó en 2006, cuando en Joinville (SC) tuvo lugar el 17° Encuentro Internacional de la Asociación para la Cooperación en la Investigación y el Desarrollo Integral de Musáceas (Plátanos y Plátanos) (ACORBAT). Este evento internacional permitió a la Asociación de Productores de Banano de Corupá (Asbanco), junto con la asociación de la Compañía de Investigación y Extensión Rural de Santa Catarina (EPAGRI), promover Corupá, visitas de investigadores internacionales, expertos en el cultivo de banano. En esta visita, el Costa Ricense Moisés Soto destacó el sabor distintivo característico del banano producido en Corupá, lo cual afirmó que este debería ser el punto culminante principal de la fruta (ASBANCO, 2016).

Como una forma de comenzar los trabajos de *marketing* sobre la dulzura del banano de Corupá, se reanudó el símbolo que se había creado en 2006, cuyo lema era “Banana de Corupá, Pode Confiar”. Esta campaña inicial tenía la intención de desmitificar el problema de la Sigatoka Negra, una enfermedad de la hoja que había causado una crisis en la industria de bananos en Santa Catarina. Más tarde, en 2008, pensando en resaltar la dulzura del banano, este símbolo fue adaptado y luego comenzó a promocionarse como “Bananico”, un simpático muñeco en forma de banano, con la frase “Banana de Corupá, Doce por Natureza” (SILVA, 2016).

En 2011, la directora ejecutiva de Asbanco, participó en la reunión de la Cámara Sectorial de Fruticultura, en Brasília (capital de Brasil), cuando conoció la IG, contactó a un representante del Serviço Brasileiro de Apoio a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE). En 2013, representantes de esta institución estaban en Corupá para realizar una entrevista y comprobar el potencial de Corupá para otra posible IG en Santa Catarina.

Después de una serie de reuniones entre Asbanco, Sebrae y la administración pública de Corupá, en 2014 comenzaron los trabajos en el proceso de DO. Sin embargo, al realizar los estudios técnico-científicos para probar la dulzura y el diferencial de la fruta, se concluyó que las características edafoclimáticas que diferenciaban al banano de Corupá también abarcaban tres municipios vecinos, a saber, Jaraguá do Sul, Schroeder y São Bento do Sul; por lo que se amplió a la definición de la región de Corupá. Después de estudios y comparaciones de la fruta de la Región de Corupá con otras producidas en Luiz Alves e Itajaí (también en Santa Catarina - Brasil), y en el Registro (en el estado de São Paulo, región



Fotografía: Giseli De Lorena

sudeste de Brasil), se confirmó el diferente sabor de los bananos, debido a los factores edafoclimáticos. Luego del trabajo conjunto de estos municipios, bajo la representación de Asbanco, la solicitud de IG en la especie de DO fue depositada en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI), el 1 de septiembre de 2016 (ASBANCO, 2016).

Hoy en día, la DO incluye: a) banano fresco, del tipo Cavendish, mejor conocido como “nanicão”; b) los subproductos hechos a partir de esta variedad cuya composición contiene al menos el 80% de la fruta antes mencionada, es decir, productos como mermelada, harina de banano verde, pasas de banano, “chips” de banano verde, dulces de banano entran en esta especificación y biomasa de banano verde (ASBANCO, 2016).

La solicitud de DO se otorgó el 28 de agosto de 2018, cuando el INPI emitió el registro de número BR412016000003-6, reconociendo a la Región de Corupá como IG en la modalidad de DO, para “Banana Doce por Natureza”. Desde entonces, el trabajo se ha llevado a cabo con el objetivo de regular y utilizar esta DO (ASBANCO, 2016).

ANÁLISIS DEL PROCESO DE DO: RED DE SOCIOS Y LOS APLs EN CORUPÁ

El proceso de DO en Corupá puede verse en el mapeo de la red de socios y los arreglos productivos. La red se mapea basada en la identificación de los socios internos y externos, la participación de la comunidad y los apoyos.

La red de socios se basa principalmente en la colaboración, de modo que los involucrados puedan obtener beneficios y tener una mayor facilidad para resolver problemas (CUNHA-LIMA, 2016). El proceso para obtener la DO de la Región de Corupá fue iniciado por Asbanco. Las acciones desarrolladas promovieron la integración de otras entidades, antes, durante y después de la concesión del registro. Esta medida ha afectado la movilización de diferentes socios y colaboradores a lo largo de los años. Este hecho corrobora el marco teórico y metodológico desencadenado en esta investigación e indica la formación de una red de asociación que tiene como objetivo lograr el cumplimiento de un objetivo común.

En este sentido, Cunha-Lima (2016, p. 108) define a los socios como aquellos “grupos o entidades que tienen un papel estructurador para el desarrollo del proyecto, ya sea proporcionando recursos intelectuales, financieros o de infraestructura continuos”. Los socios internos son aquellos que tienen una relación muy estrecha con la red, mientras que los socios externos desarrollan actividades en la red en ciertos momentos sin, sin embargo, asumir un papel definitivo en el proyecto.

Los socios internos y externos

En el mapeo de la red, se descubrió, a partir de las entrevistas, que Asbanco comenzó a trabajar en la dulzura de la fruta y más tarde, cuando se dio cuenta de la posibilidad de obtener una IG, contó primero con la participación de Sebrae, ya que esta institución escuchó la asociación y estaba dispuesta a verificar las posibilidades, convirtiéndose en el principal socio en el proceso.

Luego, con la necesidad de realizar estudios científicos para una posible prueba del diferencial de la fruta, los siguientes socios directos se unieron a Sebrae: a) la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), que realizó la encuesta histórico-cultural y los estudios de caracterización del fruto de Corupá; b) el Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), campus de Jaraguá do Sul, que desarrolló los estudios de mineralogía de frutas y c) la Compañía de Investigación y Extensión Rural de Santa Catarina (EPAGRI), a través del Centro de Información de Recursos Ambientales e Hidrometeorología de Santa Catarina (CIRAM), que llevó a cabo la investigación para la caracterización edafoclimática del área, es decir, los estudios de clima, suelo y relieve (ASBANCO, 2016).

Después de realizar los estudios y descubrir que el diferencial de frutas también se extendía a los municipios vecinos, sus respectivas asociaciones entraron como socios internos, actuando en el movimiento de personas. La Asociación de Productores de Bananos Jaraguá do Sul (ABAJAS), la Asociación de Productores de Bananos Schroeder (ABS) y la Asociación de Productores Rurales de São Bento do Sul (APROSUL), se unieron a Asbanco para llevar a cabo el trabajo, como se puede ver en las actas de las asociaciones referidas, que se incluyen en el dossier del proceso, y dejan en claro la intención de apoyar y unirse en la búsqueda de DO (ASBANCO, 2016).

Como socios externos, pueden mencionarse aquellos que comenzaron a apoyar y llevar a cabo acciones eventuales en el proceso, pero sin asumir una posición estructuradora. En este sentido, se mencionan las prefecturas municipales de los cuatro municipios de la región, el gobierno de Santa Catarina, el Ministerio de Agricultura y otras dos universidades, a saber, la Universidad de la Región de Joinville (UNIVILLE) y la Universidade Sociedade Educacional de Santa Catarina (Unisociesc), campus Jaraguá do Sul (ASBANCO, 2016).

La Participación de la Comunidad

También en la red de socios de la DO de la Región de Corupá, en las entrevistas fue destacada la participación de la comunidad, que actuaron con el apoyo al proyecto y principalmente con el reconocimiento de la actividad de producción de bananos y su importancia económica y cultural, además del sentimiento de pertenencia, de orgullo de estar en la región donde se produce el "banano más dulce de Brasil". Además, el asociacionismo de los productores fue esencial para que el proceso fuera conducido.

El papel de la comunidad en el proceso de DO también se evidenció en la encuesta de opinión pública realizada por Sebrae en Corupá, durante el período de estudios para la solicitud de DO, cuyo objetivo era verificar la percepción de la comunidad sobre la práctica del cultivo de banano. 310 habitantes de Corupá mayores de 15 años fueron entrevistados entre el 16 y el 26 de septiembre de 2014, de los cuales aproximadamente el 75% había vivido en el municipio durante diez años o más. En cuanto a la relación con la producción de banano, el 40.6% trabajó con la actividad durante el período de investigación, y el 59.4% no (ASBANCO, 2016).

En los resultados de la encuesta de Sebrae, es posible identificar que cuando se les preguntó acerca de la principal actividad económica en el municipio, alrededor del 82% de los encuestados mencionaron la producción de banano. Además, en otro tema, el 28% declaró que la actividad es importante para Corupá y el 69% la consideró muy importante, mostrando el orgullo de la población al hablar sobre el banano producido en el municipio. Otro hecho interesante es que el 98% de las personas ya sabían que Corupá es la Capital Catarinense de Banano, un título obtenido en 2002, mediante la Ley nº 12.472, de 11 de diciembre de 2002. Aún en este sentido, el 97% de los encuestados estuvo de acuerdo con este título. Además, el 81% de los encuestados dijo que cree que el banano de Corupá es mejor que el producido en otros municipios, lo que lleva al hecho de que el 87% ya está de acuerdo con el eslogan promovido por Asbanco, "Banana de Corupá, Doce por Natureza" (ASBANCO, 2016).

Sebrae, con esta investigación, demostró la relevancia económica, social y cultural del cultivo de banano para la comunidad de Corupá, así como sus vínculos con identidad y pertenencia. Tales datos corroboraron, incluso, con los análisis realizados a partir de las entrevistas de la presente investigación, tal y como nos comentaron en una entrevista:

La aptitud de Corupá es el cultivo de banano, aunque la gente dice que no es solo el banano, lo que aparece con más fuerza es el cultivo de la fruta. Lo bueno fue que la comunidad ya entendió esto, porque antes era feo, el banano era una cultura de personas ... de agricultores, no era una clase de personas ricas, sino todo lo contrario. Creo que hoy la comunidad ya ha entendido la importancia del cultivo de banano y ya se sienten parte de esta historia

Por lo tanto, se percibe que la comunidad desempeñó un papel importante, que es esencial para que la DO tenga posibilidades de éxito, ya que debe ser representativa de los que allí viven, trabajan y construyen sus vidas a diario.

Los Apoyo y las acciones

Además de la comunidad, se pueden citar otros apoyos recibidos durante el proceso, que Cunha-Lima (2016, p. 108) define como aquellos que

son ofrecidos por individuos o grupos que contribuyen al proyecto a través de acciones específicas, a través del voluntariado, financiamiento, donación, capacitación o difusión del proyecto. Aunque estas acciones pueden repetirse a lo largo de los años, o incluso en más de una de las etapas del proyecto, no se caracteriza, como una acción permanente, con la obligación de continuar o relacionada con la estructura básica de ejecución del proyecto.

En este grupo se puede mencionar el Ayuntamiento de Corupá, que, aunque no era un socio interno, colaboró a través del reconocimiento de la actividad bananera en Corupá, que se produjo desde 2003, cuando por medio de la Ley Municipal no. 1.505, de 2003 reconoció a Asbanco como una institución de utilidad pública municipal. En 2012, se declaró el Día del Banano en Corupá, que se celebrará anualmente el 21 de agosto, por medio de la Ley Municipal no. 2078, de 2012. En 2016, el Ayuntamiento declaró oficialmente que la producción de banano presenta una contribución socioeconómica relevante para el municipio, cuando señaló que, en el año anterior, el movimiento económico generado por la fruta fue de 40 millones de reales², siendo el principal producto agrícola municipal, con la generación de 2000 empleos directos y 900 empleos indirectos (ASBANCO, 2016).

Otro apoyo que se puede evidenciar es el del “Clube Bananalama”, que celebra anualmente una gran reunión de excursionistas, que atrae a personas de otras regiones de Brasil y también de otros países. Es el principal evento turístico en Corupá, que promueve el cultivo de banano al tomar el nombre de la fruta y promover senderos para motos y cuatriciclos en medio de las bananeras del municipio. Además, en los eventos generalmente es posible conocer la fruta y los subproductos, ya que, según el informante en la entrevista 13, Bananalama “mezcla nuestra fruta principal con barro que es el sueño de los excursionistas”.

Además, las entrevistas indican que existe el apoyo de las agroindustrias corupaenses, de los propios productores y del comercio local, que en varias ocasiones donaron productos o los vendieron a precio de costo, para que la asociación pudiera hacer cócteles o distribuirlos en eventos relacionados con el banano, que contribuyen a dar a conocer el banano y el DO en otras regiones.

2 Unos 175 millones de pesos mexicanos

Sin caracterizarse como apoyo en sí mismo, también vale la pena mencionar algunas acciones desarrolladas en Corupá que ayudan en la promoción de la producción de banano y, en consecuencia, en el proceso de IG. En este sentido, se mencionan los diez vertederos con forma de banano que se instalaron en el municipio en 2010, como resultado de una asociación entre el ayuntamiento y una empresa de Corupá. En 2019, después del proceso de DO, Corupá recibió en una de sus calles principales - la Roberto Seidel - lámparas en forma de banano y hoja de banano, como una forma de honrar la actividad, que también es una iniciativa del ayuntamiento. Otras acciones importantes son el Festival Gastronómico desarrollado en 2018 en Corupá, cuyo propósito era alentar a los restaurantes y bares a crear platos a base de banano durante las festividades del día de la fruta en agosto. En la ocasión, platos como ñoquis de banano y el “x banano” con tocino fueron exitosos y satisficieron a los visitantes. Otro movimiento que ocurre en las festividades es el concurso de “cucas” de banano, como una forma de rescatar las recetas tradicionales de las familias y promover la inserción del banano en la gastronomía local (ASBANCO, 2016).

También durante la semana en que se celebra el Día del Banano, Asbanco realiza conferencias en las escuelas municipales, con el fin de llevar información sobre la historia y la relevancia del cultivo del banano en el municipio de Corupá. También hay conferencias impartidas por representante de Asbanco en eventos y congresos científicos, en todo Brasil, que muestran el caso de la DO Corupá y la importancia del asociacionismo para la actividad.

Además, también ha habido interés científico en la región y en la DO, con el desarrollo de investigaciones de universidades y escuelas técnicas, de las cuales 2 son de doctorado, 6 son de maestría, 12 trabajos de finalización de cursos y 2 proyectos internacionales. Los cursos involucrados son Patrimonio Cultural y Sociedad, Diseño, Ingeniería Eléctrica y Mecánica, Farmacia, Enfermería, Moda, Química y Ergonomía del Trabajo, que muestran a través de estos estudios la diversidad de posibilidades en el uso de bananos.

Cada uno de estos socios y acciones representa un papel de colaboración en el proceso de DO en la región de Corupá, revitalizando el lugar y promoviendo los impactos socioculturales. En este sentido, también es importante lidiar con los arreglos productivos que se desarrollaron o revitalizaron en Corupá durante el referido proceso.

Los Arreglos Productivos Locales (APLs)

Según Sachs (2008, p. 53), “los APL parecen ser un campo particularmente importante para las políticas públicas destinadas a la transformación gradual de los pequeños productores en microempresarios”. Esto se debe a que juntos y mediante la colaboración, los pequeños productores pueden obtener un mayor apoyo a las políticas públicas que los ayudan en sus actividades, tanto en los sectores financieros como en la capacitación.

Por lo tanto, las APL serían asociaciones, donde existe competencia, pero no es más grande que la cooperación.

Cunha-Lima (2016) argumenta que los APLs, especialmente cuando provienen de acciones y proyectos desarrollados en áreas rurales, tienden a ser el resultado de grupos de pequeños empresarios que buscan expandir sus oportunidades en el mercado a través de estructuras sociales de colaboración y trabajo participativo. en comunidad. Para Sachs (2003), estos APLs que surgen hacen posible que los agricultores familiares busquen juntos soluciones a problemas comunes y mejoren la infraestructura existente.

Por lo tanto, a partir del análisis de los APLs que surgieron o se revitalizaron en el municipio de Corupá - SC, con el proceso de DO, es posible verificar cómo la comunidad desarrolló creaciones a partir de la producción de banano, así como los despliegues de estas para el desarrollo local, por la agroindustria, por la gastronomía o por el turismo.

Según Nascimento, Nunes y Bandeira (2012), la alianza entre el turismo y los IG puede proporcionar el reconocimiento de las culturas tradicionales, la valorización de la gastronomía, la sostenibilidad de los productos y la protección de actividades relacionadas con el patrimonio cultural. También puede generar ingresos a través de la artesanía, la agricultura y las agroindustrias.

Además de los APLs que ya existían, han surgido otros nuevos, otros que se están revitalizando, así como también se puede observar la planificación de futuros APLs. Aunque la creación de algunas de estos APLs es anterior a la DO, esta investigación le da mayor importancia a las que surgieron o cambiaron durante el proceso. Para facilitar la comprensión de las APL, esta investigación decidió subdividirlas en las siguientes categorías:

A) Subproductos: destaca la empresa “Bananas Gostosas”, que desde 1943 trabaja con la deshidratación de los bananos. Hoy, además de este producto, se pueden encontrar otros, como bananos con chocolate, dulces o cachaça de banano. La empresa concentra en su tienda los subproductos elaborados a partir de la fruta en Corupá, y ella es un punto de parada para turistas y visitantes. Después del proceso de DO, la empresa ha cambiado su logotipo en 2019, con miras a expandir el negocio y ganar nuevos públicos.

Otras empresas que se pueden mencionar son: a) “Do Sítio Alimentos Artesanais” (desde 2016), que produce mermeladas y desde 2018 lanzó el *ketchup* de banano, idealizado por el creador de la empresa, con la intención de producir algo innovador; b) “Sild Alimentos” (desde 2017), que produce harina de banano verde y pasas de banano con chocolate 50% cacao, productos dirigidos a un público con un estilo de vida más saludable o que buscan una alternativa a las intolerancias alimentarias; c) “Musa Agroindustria” (desde 2019), con la intención de vender subproductos de bananos, como “chips” de banana



Fotografía: Patricia De Olivera Areas

asados, bananos deshidratados, dulces, mus o bananos de chocolate. Por ahora revenden productos elaborados por otros establecimientos, ya que no cuentan con cocina industrial, pero las recetas son propias; d) “Tía Rita” (desde 2011) que produce “chips” de banano.

Además de estos, existe la Cooperativa de Agricultura Familiar Rio Novo, que desde 2006 ha desempeñado el papel de ayudar en la comercialización de frutas, pero desde 2018 ha incluido en sus actividades la producción de biomasa de banano verde y una línea de productos de pan a partir de esta biomasa, que consiste en pan, pastel, cuca, galletas y bocadillos. También sirve comidas escolares en Corupá, Jaraguá do Sul y el Instituto Federal de Santa Catarina (IFC) en el campus de Araquari, donde la biomasa se usa en las comidas escolares.

B) Artesanías: la Asociación Musas de Corupá, que lleva este nombre en honor al nombre científico del banano, surgió en 2006 con el apoyo de Epagri. El objetivo de la asociación es producir artesanía, proporcionar nuevas actividades e implementar una nueva fuente de ingresos, una alternativa de trabajo para las mujeres, además de lo que ya se ha desarrollado en las bananeras. Esto actúa proporcionándoles aprecio y mayor autoestima. Lo más destacado está en las artesanías hechas de fibra del árbol de banano, a través de la producción de flores, cajas, esteras, objetos decorativos para fechas festivas, entre otros.

Desde 2017, las artesanas también han estado produciendo el belén a partir de la fibra del árbol de banano en Corupá, que se ha convertido en una atracción en Navidad en el municipio, al estar ubicado en la plaza central, lo que aumenta la visibilidad de este APL. En 2018 también se produjo la decoración de Pascua, siguiendo la misma intención.

Se observa que después del proceso de DO hubo un mayor interés en exponer el trabajo realizado, así como en investigar nuevas posibilidades para la artesanía, buscar apoyo e investigar formas de almacenar mejor el material extraído. El hecho de que este trabajo utilice toda la planta indica preocupación económica y sostenibilidad, además de la valoración del conocimiento tradicional.

También en la artesanía, se pueden mencionar los siguientes: a) “Fibras Ramisa”, que desde 2005 ha utilizado fibra del árbol del banano para cubrir muebles y tapicería, además

de objetos decorativos; b) Las “biojoias” hechas de fibra del árbol del banano, que se destacan porque son piezas hechas a mano y que llaman la atención por la materia prima y el diseño, y c) el artesano Chico Romão, que fabrica ollas y envases, utilizando la técnica Collage de hojas del árbol de banano.

Después del proceso de DO, la artesanía de Corupá ganaron nuevos artículos con el banano como tema. Los artesanos vinculados a la Asociación Corupaense de Artesanos (ACART), que existe desde 1999, comenzaron a crear imanes de nevera, llaveros, paños de cocina, ganchillos o incluso aromatizantes. La muñeca Bananete, hecha por un artesano local, es la mascota del plátano en Corupá, cuyo nombre fue elegido mediante votación en la red social de Asbanco.

C) Gastronomía: según Zaman y Kayserili (2015), la gastronomía debe basarse en la preparación de alimentos en un ambiente saludable que tenga como objetivo hacerlos comestibles, buscar sabor y satisfacción visual. También sería un intento de equilibrar el conocimiento histórico, la cultura, los hábitos y el trabajo de ese lugar. Así, un ejemplo de innovación en el sector gastronómico de la producción bananera es lo que ha estado sucediendo en “Restaurante e Choperia Castro”, inaugurado en 2019 en la plaza central de Corupá. El establecimiento comenzó a ofrecer en su menú una merienda que consiste en una hamburguesa con salsa de tomate y banano, cuyo acompañamiento son “chips” de banano, también producidos en el municipio.

Además de esto, las “cucas” de banano ya tradicionales, así como algunos de los platos desarrollados en el Festival Gastronómico de 2018 continúan formando el menú de restaurantes, como los ñoquis de banano. En este sentido, Cianflone y Cardili (2014) observan que los alimentos locales juegan un papel muy importante en la experiencia de viaje de un turista, ya que los productos de calidad regional se han considerado como una forma de definir la identidad cultural del lugar. Así, los eventos locales, las ferias y las rutas gastronómicas pueden ser alternativas para combinar el territorio y sus hábitos culinarios, promoviendo el turismo en este mismo entorno.

D) Turismo: cuando se les preguntó acerca de las principales atracciones turísticas de Corupá, los informantes citan la Ruta de las Cataratas y el Seminario del Sagrado Corazón de Jesús, como referencias principales. La mayoría de los informantes creen que el cultivo de banano aún no está asociado con el turismo en la región, pero que esta relación puede desarrollarse mejor con el tiempo. Una de las formas señaladas es a través del turismo rural, con visitas a plantaciones de banano.

Por el momento, algunos grupos ya han buscado agencias de turismo locales para conocer la industria bananera y también el sector de las orquídeas, otro punto destacado del municipio. Se hacen visitas, algunas a través de Asbanco, otras a través de las propias agencias. También se observa que algunos grupos llegan a Corupá a través de la Ruta de las Iglesias, que también incluye el municipio de Jaraguá do Sul, y estos turistas van al

municipio de Corupa para visitar el Seminario. La tienda Bananas Gostosas se ha convertido en un punto para que estos turistas aprovechen la oportunidad de comprar subproductos o recuerdos, ya que el suministro de dichos artículos aún es bastante limitado.

Según los informantes, una de las dificultades para desarrollar el turismo en el municipio, especialmente el relacionado con el sector rural, es el hecho de que los productores tienen un buen ingreso de la producción de banano, lo que hace que no se despierta el interés para nuevos sectores, por lo que es algo en lo que aún se necesita trabajar y que quizás encuentre mayores posibilidades entre el público más joven.

En este sentido, una alternativa podría ser el Turismo Comunitario (TC), apoyada por la vocación misma del territorio que, al desarrollar la producción de banano y tener la asociación y la cooperativa, podría fortalecer las relaciones sociales. Como lo señalaron Grimm y Sampaio (2011), el TC no se entiende solo como una actividad de producción, pero también es una relación de cooperación en las relaciones sociales, que puede proporcionar la valorización de los recursos del territorio y también las relaciones de comunicación entre residentes y visitantes.

Así, al combinar atracciones gastronómicas con el TC, por ejemplo, Godinho y Lança (2018) señalan que puede haber un intercambio cultural basado en la actividad turística, donde los visitantes se acercan a la comunidad y experimentan sus costumbres y forma de vida.

En Corupá, el turismo y la gastronomía pueden fortalecerse con base en el proceso de DO, como lo señalaron Lima y Areas (2019), son herramientas para enfatizar la pertenencia de la comunidad y su identificación correspondiente con la industria bananera, con el reconocimiento de *know-how* y tradición, perpetuadas por la memoria, que se puede compartir con el turista.

La investigación señala que en Corupá una posibilidad es combinar turismo y DO, lo que se puede hacer con la planificación, para evitar el turismo masivo, una medida que va de la mano de los estudios de Coriolano (2013), quien predica el turismo en asociación con la comunidad local. Por lo tanto, la relación entre la producción bananera y la promoción del turismo en la región puede darse para respetar y valorar las tradiciones, el conocimiento, la forma de vida y la vocación del territorio.

A partir de estas consideraciones, es posible darse cuenta de que todavía hay mucho por desarrollar en turismo y gastronomía en Corupá, pero es un hecho que el proceso de DO trajo algo de revitalización al lugar, al alentar iniciativas de servicios y productos para satisfacer una demanda que comienza a ocurrir, al buscar conocer la tierra del “banano más dulce”. Los recorridos en bicicleta, los encuentros con actividades de aventura en plena naturaleza también son atracciones que han llevado a las personas a Corupá,

oportunidades en las que también se ofrecen bananos o subproductos como medio de difusión.

El Diseño de la Red de Socios del Proceso de Denominación de Origen Región de Corupá

De acuerdo con el modelo Cunha-Lima (2016), en la continuación es presentado un dibujo de la unión de los elementos que formaron y forman el proceso de DO de la Región de Corupá, donde son enumerados los socios internos y externos, la comunidad, el apoyo y acciones y también los APLs resultantes del proceso. Vale la pena mencionar que el diseño se puede cambiar, a medida que el proceso de DO continúa, ahora después del reconocimiento, mientras que las piezas se pueden invertir, eliminar o incluso insertar, desde la revitalización de la red y los arreglos.

Desde el fortalecimiento de la red, con la inserción de socios y la participación de la comunidad, especialmente los productores de banano, además del apoyo y las acciones que se desarrollarán continuamente, pueden conducir al desarrollo de la región. En este proceso, los APLs también son importantes, ya que están vinculados a la cooperación y el trabajo en equipo, como una alternativa para el local y sus trabajadores, tanto en la agricultura, en la agroindustria, en la artesanía, en la gastronomía o en el turismo.

En las entrevistas, fue posible percibir las expectativas de la población de Corupá hacia la DO y sus impactos, principalmente con respecto al desarrollo económico del municipio, el mayor valor agregado a la fruta después de la DO, así como al reconocimiento de Corupá desde su producto.

En este sentido, se pueden citar algunas declaraciones de los informantes, como las siguientes:

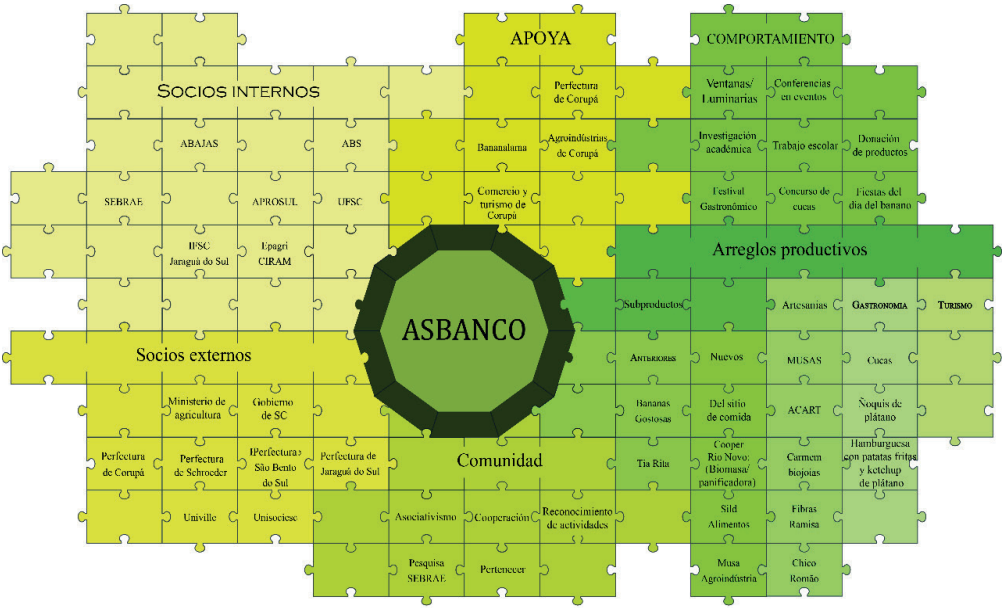
En el momento en que tengamos una indicación reconocida fuera, fuera de las líneas geográficas de nuestra región, que tenemos el reconocimiento del consumidor, que realmente el banano es diferente, que el producto es un diferencial en el mercado, agregará valor. Mejorará una situación local completa.

Para que este proceso tenga impactos positivos y cumpla con las expectativas de la comunidad, tanto en términos de ingresos como en el reconocimiento de su trabajo y forma de vida, se necesitan constantemente nuevos estudios y acciones, con el objetivo de trabajar en la fase posterior al reconocimiento de la DO. Por lo tanto, la red puede ganar nuevos participantes, para agregar valor y contribuir a la ejecución de las actividades, como defiende el discurso de Cunha-Lima (2016, p. 137):

[...] el gran objetivo de la red es el desarrollo de las personas y de las propuestas que impulsen la mejora de la comunidad, por lo tanto, se alienta cada iniciativa que

aparece, a progresar y buscar los recursos necesarios para su ejecución. En este sentido, cuantos más socios (internos y externos), apoyo e inserción de miembros de la comunidad una persona o propuesta alcancen, y que eso venga beneficiar el desempeño de su actividad, mejor será.

Figura 1: representación gráfica de la Red de Socios



Fuente: elaboración propia

A partir del análisis de fuentes orales y documentales sobre el proceso de DO en Corupá, fue posible llegar a algunas consideraciones, con respecto a los impactos que este proceso tuvo en la comunidad, además de la formación de la red y el desarrollo de arreglos productivos, como se mencionó anteriormente.

Es visible que la comunidad, principalmente de productores, espera que la DO pueda traer mejoras en la comercialización de frutas y en los ingresos a los productores de banano, ya que la población en general también percibe la influencia que esta clase de trabajadores tiene en el municipio, porque si los precios del banano son bajos, también hay impactos en el comercio.

El tema de la identidad y la pertenencia es un factor que llama la atención en el análisis de los datos obtenidos, ya que es notable que tener el “banano más dulce de Brasil” despertó o intensificó el orgullo de la población de ser parte de esta comunidad, tanto por los productores, en cuanto a los otros sectores, que han asumido esta identidad:

Veo mucha pasión, a pesar de que son conscientes de que es mucho trabajo, que es realmente un trabajo duro, un trabajo pesado, que atraviesan desafíos, también

a diario, incluso con la cuestión del precio de los bananos, de las enfermedades de la fruta y demás, ¿sabes? pero veo que están orgullosos, muy orgullosos, muy amorosos, les gusta demostrar que trabajan con esto, saben la importancia de tener este producto, que es una fuente de alimento, ya sabes, alimenta a todas las familias, que ni siquiera están conectados con el área, así que siento por parte de ellos mucho orgullo de plantar, cultivar, transmitirlo a sus hijos, en resumen, para dejar el legado familiar, ya sabes, el legado familiar.

A partir de estas reflexiones, es posible entender que el proceso de DO trajo impactos positivos al municipio de Corupá, que contribuyó al DELH de la población. El sentimiento de pertenencia y orgullo, combinado con el trabajo a través de la agricultura familiar, el asociacionismo y el desarrollo de nuevos APLs conduce al DELH en Corupá, revitalizando el municipio a partir del proceso de DO.

CONSIDERACIONES FINALES

La tradición corupaense de producir bananos, que se ha perpetuado durante más de un siglo, ha ganado un nuevo capítulo con la DO, que ha influenciado en la revitalización de los aspectos económicos y culturales de la comunidad, a través de los impactos que la búsqueda y el logro que este reconocimiento trajo.

El proceso de DO en la Región de Corupá surgió a partir del trabajo con la dulzura de la fruta como diferencial, lo que posteriormente llevó al municipio a buscar una IG. Después de estudios en esta dirección, se concluyó que tres municipios vecinos también tenían las características edafoclimáticas que permitieron producir un banano diferenciado, más dulce.

El principal líder en la búsqueda de DO para la Región de Corupá fue Asbanco, que tenía socios internos (SEBRAE, Epagri, IFSC, UFSC, ABAJAS, APROSUL y ABS) y socios externos (ayuntamientos, universidades, Ministerio de Agricultura, gobierno de Santa Catarina), así como con la comunidad y con el apoyo de instituciones que, aunque no estuviesen directamente vinculadas al proceso, promovieron acciones de apoyo (Banalama, comercio y agroindustrias locales). Desde esta red de socios, el proceso se inició oficialmente en 2016 (año de presentación del pedido), y en 2018 fue reconocido por el INPI.

Tal proceso de OD tuvo un impacto en la comunidad de Corupá, un municipio que tiene una fuerte relación con la industria bananera ya sea en el tema económico o sociocultural. El reconocimiento del diferencial del banano producido en la región como “el más dulce” desencadenó medidas para fortalecer la actividad y estimuló el sentimiento de orgullo en la población, tanto para aquellos que trabajan directamente con la actividad, como para aquellos que solo viven allí, pero que se reconocen culturalmente con el cultivo de banano.

En este sentido, el asociacionismo juega un papel importante, tanto para el trabajo de ayudar y defender al productor, como para la comercialización y difusión de la cultura bananera en Corupá, a través de diferentes acciones, tanto a nivel local como para públicos externos.

Se desarrollaron nuevos APLs en el municipio, principalmente con respecto a subproductos y artesanías, lo que demuestra que el orgullo y el sentimiento de pertenencia e identidad también desencadenaron procesos creativos en la población, en la búsqueda de producir nuevos artículos a partir de la producción de banano, tanto por de la fruta, como la del árbol de banano.

El turismo y la gastronomía se presentan como posibilidades a desarrollar, con respecto a los arreglos productivos basados en la producción de banano, ya que el proceso de DO despierta el deseo de conocer la tierra del "banano más dulce". La agricultura bananera combinada con los atractivos naturales que posee el municipio tiene un gran potencial para ser explorado, principalmente a través de la promoción y mejora de la infraestructura para servir a los turistas.

Existe un deseo en el municipio para que el proceso de IG genere un mayor desarrollo económico, principalmente debido a la valorización del precio de la fruta, cuya fluctuación es una de las principales dificultades que presentan los productores. Sin embargo, el proceso de DO puede ayudar no solo en la venta de fruta la diferenciada, sino también por la red de arreglos que desencadena, como la agroindustria, la artesanía, la gastronomía y el turismo.

Todo esto puede contribuir al DELH del municipio, desde el momento en que se activan la identidad cultural y la pertenencia y aparecen o se transforman nuevos arreglos productivos basados en la cooperación.

REFERENCIAS

AGUILAR-CRIADO, Encarnación, AMAYA-CORCHUELO, Santiago y LÓPEZ-MORENO, Ignacio (2016) 'Alimentos de calidad. Nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores'. En *Arxiu d'Et-nografia de Catalunya*, n.º 16, 2016, 137-152. DOI: 10.17345/aec2016137-152 137

ASSOCIAÇÃO dos Bananicultores da Região de Corupá. ASBANCO. Denominação de Origem: Banana da Região de Corupá. Depositante: Associação dos Bananicultores da Região de Corupá – AS-BANCO. BR412016000003-6. Depósito 1 set. 2016. Concessão: 28. ago. 2018.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. 51 ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 1988.

- BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm Acesso em: 12. nov. 2019.
- BRASIL. Ministério de Relações Exteriores. Acordo de associação Mercosul – União Europeia: resumo informativo elaborado pelo governo brasileiro. 4 jul. 2019. Disponível em: http://www.itamaraty.gov.br/images/2019/2019_07_03_-_Resumo_Acordo_Mercosul_UE.pdf. Acesso em 20 jan. 2020.
- CARLS, Suelen; LOCATELLI, Liliana; PIMENTEL, Luiz Otavio. Signos distintivos e potenciais benefícios ao desenvolvimento territorial. In: DALLABRIDA, Valdir Roque. Indicação Geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no estado de Santa Catarina. São Paulo: LiberArs, 2015.
- CIANFLONE, Eugenio; CARDILE, Giovanna. Local agricultural products in tourism: A. J. Strutt's Account of Sicilian Prickly Pears. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. n. 1, v. 13, p. 10-16, may. 2014.
- CORIOLOANO, Luzia Neide. Lazer e Turismo para o Desenvolvimento na Escala Humana. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, v. 1, n. 2, p. 126-141, 2013.
- CORUPÁ. Lei n. 1.505, de 9 de dezembro de 2003. Reconhece como de utilidade pública a Associação dos Bananicultores de Corupá. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/sc/c/corupa/lei-ordinaria/2003/151/1505/lei-ordinaria-n-1505-2003-reconhece-como-de-utilidade-publica-a-associacao-dos-bananicultores-de-corupa?q=Lei+1505>. Acesso em: 1 dez. 2019.
- CORUPÁ. Lei n. 2.078, de 31 de julho de 2012. Institui o Dia 21 de Agosto - Dia Municipal da Banana. Disponível em: http://edicao.dom.sc.gov.br/pdfjs/web/viewer.html?file=http%3A%2F%2Fedicao.dom.sc.gov.br%2F0.302123001346186910_edicao_dom_1066_12.pdf#page=38. Acesso em: 10 jan. 2020.
- CUNHA-LIMA, Felipe Borborema. Projecto-Querença: redes e arranjos produtivos turísticos no desenvolvimento local e humano de Querença-Portugal. Tese (doutorado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí. 2016. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Felipe%20Borborema%20Cunha%20Lima2016.pdf> Acesso em: 28. jul. 2019.
- DOGAN, Bielge; GOKOVALI, Ummuhan. Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. v. 62, n. 24, p. 761-765, oct. 2012.
- GABARDO, Wagner Otávio; VALDUGA, Vander. Los sistemas culturales y el paisaje del viñedo brasileño: recursos para el enoturismo. *Estudios y perspectivas em turismo*. v. 28, p. 759-779, 2019.
- GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GODINHO, Livia da Silva; LANÇA, Viviane Soares. Turismo de Base Comunitária: uma possibilidade no Morro do Vidigal (Rio de Janeiro, Brasil). *Turismo & Sociedade*, Curitiba. v. 11, n. 1, p. 44-68, jan-abr. 2018.
- GRIMM, Isabel Jurema; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce. Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação ambiental. *Revista Brasileira de Ciências Ambientais*. n. 19, p. 57-68, mar. 2011.

INSTITUTO Nacional da Propriedade Industrial. INPI. Pedidos de Indicação geográfica concedidos e em andamento, 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 20 jan. 2020.

JAY, Tim y TAYLOR, Madeline. A case of Champagne: a study of Geographical Indications. *Corporate Governance eJournal*. n. 18/19, v. 29, p. 1-31, 2018.

LIMA, Felipe Borborema Cunha; AREAS, Patrícia de Oliveira. O processo de Denominação de Origem da banana de Corupá – SC como experiência turístico-cultural. In: LAVADOSKI, Joice; BRAMBILLA, Adriana; VANZELA, Elídio (org). *Alimentação e Turismo: oferta e segmentos turísticos*. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

LÓPEZ-MORENO, Ignacio y PÉREZ-CHUECA, Alberto. Las etiquetas de calidad agroalimentarias como herramientas de gobernabilidad y desarrollo territorial: los casos del Queso de Oveja Merina de Grazalema y la Carne de Cordero de Texel. *Inguruak, Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, nº 57- 58, pp. 2102-2114. ISSN: 0214-7912

MAX-NEEF, Manfred. Development and human needs. In: EKINS, P.; MAX-NEEF, M. (org). *Real Life Economics*. Routledge, London, UK, p. 197-214, 1993.

NASCIMENTO, Jaqueline Silva; NUNES, Gilvanda Silva; BANDEIRA, Maria da Glória Almeida. A importância de uma Indicação Geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. *Revista GEINTEC – Gestão, Inovação e Tecnologias, São Cristóvão*. v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012.

NEU, Márcia Fernandes; AREAS, Patrícia de Oliveira. O patrimônio cultural como ativo territorial no desenvolvimento regional. In: DALLABRIDA, Valdir Roque. *Indicação Geográfica e desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidade no estado de Santa Catarina*. São Paulo: LiberArs, 2015.

NIEDERLE, Paulo André. Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das Indicações Geográficas. In: DALLABRIDA, Valdir Roque. *Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência*. São Paulo: LiberArs, 2014.

SACHS, Ignacy. *Desenvolvimento: incluyente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

_____. *Inclusão Social pelo trabalho: desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte no Brasil*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

SILVA, Aparecido Lima da. *Banana da Região de Corupá: Dossiê Técnico-Científico*. Florianópolis: SEBRAE, 2016.

SILVA, Luécia Pereira; RODRIGUES, Waldecy; BRITO, Sônia Cristina Dantas de. A (des) governança na experiência tocantinense: os caminhos e descaminhos da Indicação Geográfica dos artesanatos em capim dourado da Região do Jalapão. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, Taubaté*. v. 15, n. 2, p. 3-12, mar. 2019.

SIEDENBERG, Dieter Rugard; THAINES, Aleteia Hummes; BAGGIO, Daniel Knebel. Desenvolvimento Regional sob a ótica do reconhecimento da Indicação Geográfica: o caso do Vale dos Vinhedos, a partir da percepção dos atores sociais. *Gestão & Regionalidade*. v. 33, n. 99, p. 4-20, set/dez. 2017.

VATS, Naresh Kumar. Geographical Indication – the factor of rural development and strengthening economy. *Journal of Intellectual Propriety Rights*. v. 21, p. 347-354, set./nov. 2016.

ZAMAN, Serhat; KAYSERILI, Alperen. The role of Geographical Signs in Gastronomy Tourism: A case study of Erzurum Cag Kebab. *International Journal of Academic Research in Environment and Geography*. v. 2, n. 1, p. 40-45, jun. 2015.