

**Universidade Federal de Pernambuco  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Ciências Administrativas  
Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD**

**Manuella Maria de Lyra Alcântara Carvalho**

**A Identidade Cultural e sua [Re]Significação: O Bordado  
Filé de Alagoas na Trama da Indicação Geográfica**

**Recife, 2017**

**Manuella Maria de Lyra Alcântara Carvalho**

**A Identidade Cultural e sua [Re]Significação: O Bordado  
Filé de Alagoas na Trama da Indicação Geográfica**

**Orientador:** Prof. Dr. Henrique César Muzzio de Paiva Barroso

Dissertação apresentada como requisito complementar para obtenção do grau de Mestre em Administração, área de concentração em Organização e Sociedade, do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco.

**Recife, 2017**



MANUELLA MARIA DE LYRA ALCÂNTARA CARVALHO

**A IDENTIDADE CULTURAL E SUA [RE]SIGNIFICAÇÃO: O BORDADO  
FILÉ DE ALAGOAS NA TRAMA DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 23/02/2017.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.º Dr. Henrique César Muzzio de Paiva Barroso (Orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.º Dr. Fernando Gomes de Paiva Júnior (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof.º Dr. Ricardo Sérgio Gomes Vieira (Examinador Externo)  
Universidade Federal de Pernambuco

*Deus me concedeu grandes  
dádivas nessa vida, a uma delas,  
dedico minha dissertação.  
À minha mãe, Gretchen Lyra,  
que nunca deixou de medir esforços  
para que eu chegasse até aqui,  
toda minha gratidão e amor por você.*

## **Agradecimentos**

A Deus, que sempre guiou os meus caminhos, e tem renovado a minha fé diariamente, por ter concedido os motivos pelos quais eu pudesse aqui agradecer. A Ele toda honra e toda Glória.

A minha família, meu porto seguro, em especial, aos meus pais (Gretchen e Herculino). Aos meus tios (Tia Inalda, Tio Marco, Tia Socorro, Tia Tânia) e aos meus queridos primos irmãos pelo amor incondicional. Eles me ajudaram e souberam me compreender, sobretudo quando tive que abdicar do convívio do lar para dedicar-me ao curso, vocês são meu alicerce. Aos primos Leonardo e Elisa, a tia Nilde e família, fizeram a estadia em Recife se tornar muito melhor.

A Lorena Santos, minha amiga fiel e irmã de coração, sem sua companhia e seu apoio seria muito difícil ter chegado até aqui, essa vitória é nossa, conseguimos mais essa conquista juntas. A minha família de Coruripe, por todos carinho e força de sempre, em especial, a minha mãe Iracy e ao meu pai Genailton.

A Emanuel Salvador, meu noivo, que acalentou meu choro e seguiu comigo nessa árdua caminhada de abdicção. Sem seu apoio, não chegaria até aqui. A família Salvador, minha família de coração, pelo apoio de sempre.

Aos meus afilhados, Beatriz, Lucas, Maynara, Guilherme, Lizandra e Cecília e também minha sobrinha Bárbara pela força e incentivo de sempre. A minha querida e amada Benedita e minha comadre Teresa, pelas orações e pela força de sempre.

Ao meu orientador, Professor Henrique Muzzio, que me acolheu após a troca de orientação, me motivou e compartilhou de seus conhecimentos comigo. Sempre serei grata por todo o aprendizado. Valeu!

Ao meu antigo orientador Professor Ricardo Vieira e também membro da banca examinadora, que me acompanhou durante o período de créditos e estágio docente, dando toda a atenção necessária para o meu desenvolvimento acadêmico, meu muito obrigada, serei sempre grata por todas as contribuições.

Ao Professor Fernando Paiva, também membro da banca, que me fez despertar para a proposta da minha dissertação a partir de sua disciplina, por suas contribuições e cordialidade comigo, muita grata por ter tido a oportunidade de conviver com você. Externo minha gratidão também aos docentes do PROPAD, de modo geral, que contribuiram para o meu crescimento acadêmico.

A todos os entrevistados, que se colocaram disponíveis para colaborar comigo, como vocês são preciosos. Cada um que passou foi deixando sua parcela para compor o estudo.

A turma 21 pelos momentos de aprendizado, colaboração e cumplicidade durante as disciplinas, grupos de estudos, elaboração de artigos, almoços e confraternizações. Em especial, a César e Kelly, pela parceria nos trabalhos e pela construção de uma amizade que levarei para sempre, vocês são meus irmãos de coração. Ao meu amigo Girlânio, conhecido como Gigi, pela disponibilidade de trocar informações e compartilhar artigos, risos e muita motivação. A Rosinha, que compartilhou conosco apartamento e tantas outras alegrias durante essa caminhada.

Aos moradores do Edifício de Praça das Begônias, em especial, a Seu Mário e ao Grupo de Oração, que foram minha segunda família no tempo que morei em Recife.

Aos professores Antônio Carlos e Nelsio Abreu pelo apoio de sempre.

Aos amigos alagoanos que testaram a virtude da paciência, que mesmo com minha ausência se mantiveram leais, que insistiram na minha companhia mesmo quando sabiam que poderiam ouvir: “hoje não posso, vou estudar, vou escrever, vou ter reunião com meu orientador”. Meus Amigos são irmãos que a vida me deu, amigos da infância, amigos do esporte, amigos da UFAL, amigos do trabalho, amigos de uma vida.

A Mariana Beltrão, Cibelle Vasconcelos, Marcela Sampaio, Marcela Albuquerque, Paula Penhafiel, Amanda Bomfim, Abigail Cavalcante, Raquel Verçosa, Irys Cavalcante, André Aquino, Milena Oliveira, Zamir Melo, Walkíria Ramalho, Jociara Correia, Carol Simon, Seu Benedito, Rosália, Nilza Soriano, sei que vocês vibram comigo.

Esse trabalho não foi feito somente por minhas mãos, a todos vocês que de algum modo participaram na elaboração da presente dissertação, gratidão, pois vocês escrevem a minha história.

*O artesão vai bordando cada fio,  
E nas tramas do filé se revela  
Uma estória que ao tempo resistiu,  
De um povo que não se entrega.  
Minha terra tem riqueza,  
Minha terra tem lagoas,  
Minha terra tem nobreza,  
Essa terra é Alagoas.  
(Manuella Carvalho)*

## Resumo

As configurações atuais da sociedade quebram a lógica da satisfação do consumidor que prevalece nas organizações e fazem ascender à construção de significados sociais. Com isso, a aproximação com os estudos culturais, nos faz compreender que o significado não está no artefato, mas nas relações estabelecidas em torno do que se faz com suas práticas. A teoria basilar do estudo é a de Identidade Cultural tratada sob uma perspectiva não essencialista, tendo como principal aporte teórico os estudos de Stuart Hall. Sob essa lente teórica, busca-se compreender como a obtenção do selo de Indicação Geográfica (IG) [re]significou a afirmação identitária do Bordado Filé em Alagoas. A partir levantamentos documentais, entrevistas semiestruturadas e observação direta não participante, foi formado o corpora linguístico necessário para atender aos objetivos propostos. A análise dos dados possibilitou compreender como novos significados culturais foram atribuídos ao bordado filé, quando do processo da obtenção do selo de IG. A criação de uma narrativa ortodoxa para unificar o discurso sobre a procedência do bem e da intervenção do design propiciou uma ressignificação do filé tradicional, conferindo aspectos para torná-lo mais atrativo para o mercado. Toda essa trajetória pela IG trouxe tensões quando sucedeu a criação de normas e regulamentos para elaboração e uso do filé e efeitos, tais como: valorização profissional, qualidade, autenticidade e notoriedade ao bordado.

**Palavras-chave:** Estudos Culturais. Identidade Cultural. Indicação Geográfica. Bordado Filé.

## **Abstract**

The current configurations of society break the logic of consumer satisfaction that prevails in organizations and make them ascend to the construction of social meanings. With this, the approach to cultural studies, makes us understand that the meaning is not in the artifact, but in the relationships established around what is done with their practices. The basic theory of the study is the one of Cultural Identity treated from a non-essentialist perspective, having as main theoretic contribution the studies of Stuart Hall. Under this theoretical lens, it is sought to understand how the obtaining of the Geographical Indication (GI) seal [re] meant the identity affirmation of Embroidery Filé in Alagoas. From documentary surveys, semi-structured interviews and non-participant direct observation, the linguistic corpora was formed to meet the proposed objectives. The analysis of the data made it possible to understand how new cultural meanings were attributed to fillet embroidery, during the process of obtaining the GI seal. The creation of an orthodox narrative to unify the discourse on the origin of the good and the intervention of the design allowed a re-signification of the traditional fillet, conferring aspects to make it more attractive for the market. All this trajectory by GI brought tensions when it happened the creation of norms and regulations for elaboration and use of filé and effects, such as: professional valorization, quality, authenticity and notoriety to the embroidery.

**Keywords:** Cultural Studies. Cultural Identity. Geographical Indication. Embroidery Filé.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1 (2):</b> Delineamento do Referencial Teórico	23
<b>Figura 2 (2):</b> Circuito de Du Gay	29
<b>Figura 3 (2):</b> Modelo de Codificação/ Decodificação	31
<b>Figura 4 (2):</b> O Circuito da Cultura de Johnson	32
<b>Figura 5 (3):</b> Mapa de IP das Lagoas Mundaú-Manguaba	55
<b>Figura 6 (4):</b> Evento de Entrega do Selo	70
<b>Figura 7 (4):</b> Diferenças entre os Bordados de Portugal, Itália e Alagoas	76
<b>Figura 8 (4):</b> Caderno de Instruções do Filé	93
<b>Figura 9 (4):</b> Peças de Filé para a Grife Cantão	95

## Lista de Quadros

<b>Quadro 1 (2):</b> Tipos de Identidade por Castells	25
<b>Quadro 2 (2):</b> Noções de Sujeito por Hall	27
<b>Quadro 3 (2):</b> Os Elementos do Circuito Cultural	29
<b>Quadro 4 (2):</b> Termos Usados em Países Europeus para IG	37
<b>Quadro 5 (2):</b> Tipos de Indicações Geográficas	39
<b>Quadro 6 (2):</b> Classificação das Indústrias Criativas pela UNCTAD	49
<b>Quadro 7 (3):</b> Registro das Observações	58
<b>Quadro 8 (3):</b> Entrevistas	59
<b>Quadro 9 (3):</b> Fases da Análise de Conteúdo de Bardin (2011)	61
<b>Quadro 10 (3):</b> Categorias Analíticas e suas Definições	62
<b>Quadro 11 (4):</b> Processo de Obtenção do Selo	67
<b>Quadro 12 (4):</b> De Onde Veio o Bordado Filé?	88
<b>Quadro 13 (4):</b> Elementos do Filé de “Qualidade”	96
<b>Quadro 14 (4):</b> Requisitos Estabelecidos para a IG	97
<b>Quadro 15 (4):</b> Efeitos do Processo de Obtenção da IG	101
<b>Quadro 16 (5):</b> Identidades Associadas ao Bordado Filé	109

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

CGIR – Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros  
CODING – Coordenação de Desenho Industrial e Indicação Geográfica  
DICIG – Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros  
DO – Denominação de Origem  
FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro  
FMAC – Fundação Municipal de Ação Cultural de Alagoas  
IG – Indicação Geográfica  
INBORDAL – Instituto do Bordado Filé de Alagoas  
INPI – Instituto Nacional da Propriedade Intelectual  
IP – Indicação de Procedência  
LPI – Lei da Propriedade Intelectual  
OMC – Organização Mundial do Comércio  
OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual  
PAB – Programa de Artesanato Brasileiro  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SEPLANDE – Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico do Estado de Alagoas  
SPI – Sistema de Propriedade Intelectual  
UFAL – Universidade Federal de Alagoas  
UNCTAD – *United Nations Conference on Trade and Development*

# Sumário

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1</b>	<b>Justificativa.....</b>	<b>19</b>
<b>1.2</b>	<b>Estrutura do Trabalho.....</b>	<b>22</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1</b>	<b>Os Estudos Culturais.....</b>	<b>24</b>
2.1.1	A Identidade Cultural.....	25
2.1.1.1	<i>A Construção de Significados nos Produtos Culturais.....</i>	<i>28</i>
<b>2.2</b>	<b>Indicações Geográficas: um Campo da Propriedade Intelectual.....</b>	<b>33</b>
2.2.1	O Contexto Histórico das Indicações Geográficas.....	34
2.2.2	Um Panorama das Indicações Geográficas no Brasil.....	38
2.2.2.1	<i>Indicação Geográfica: Processo de Obtenção.....</i>	<i>40</i>
2.2.3	Território como Construção Social e sua Relação com a Identidade.....	42
2.2.4	Alinhamento entre Cultura Local e Global para as Indicações Geográficas.....	43
2.2.5	Indicação Geográfica e sua Relação com o Artesanato.....	45
<b>2.3</b>	<b>Economia Criativa.....</b>	<b>46</b>
2.3.1	Setores Criativos.....	48
2.3.1.1	<i>O Artesanato.....</i>	<i>50</i>
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>54</b>
<b>3.1</b>	<b>Tipo e Natureza da Pesquisa.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2</b>	<b>Ambiente da Pesquisa.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3</b>	<b>Seleção dos Sujeitos.....</b>	<b>56</b>
<b>3.4</b>	<b>Coleta de Dados.....</b>	<b>57</b>
3.4.1	Realização das Entrevistas.....	58
<b>3.5</b>	<b>Análise dos Dados.....</b>	<b>60</b>
<b>3.6</b>	<b>Crítérios de Validade e Confiabilidade.....</b>	<b>63</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E RESULTADOS.....</b>	<b>64</b>
<b>4.1</b>	<b>Processo de Obtenção do Selo.....</b>	<b>64</b>
4.1.1	Como Tudo Começou?.....	64
4.1.2	A Articulação para a IG do Filé.....	67
4.1.3	Patrimonialização.....	70
4.1.4	Inbordal.....	72
<b>4.2</b>	<b>O Fio da Meada: A Identidade do Bordado Filé.....</b>	<b>75</b>
4.2.1	O Filé e sua Contextualização.....	75
4.2.2	A Trama do Filé: Desvendando seus Significados.....	77
4.2.3	Identidade e Território: do Local para o Global.....	80
<b>4.3</b>	<b>A [Re]Significação do Bordado Filé.....</b>	<b>84</b>
4.3.1	O [Re]Início: Identidade de Projeto ou um Projeto de Identidade para o Filé Alagoano?.....	84
4.3.1.1	<i>A Criação de uma Narrativa Ortodoxa.....</i>	<i>85</i>
4.3.1.2	<i>Imputação Técnica.....</i>	<i>89</i>
<b>4.4</b>	<b>As Tensões e os Efeitos da IG.....</b>	<b>96</b>

4.4.1	As Tensões Ocasionaladas pela IG.....	96
4.4.2	Efeitos do Processo de Obtenção da IG.....	100
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>108</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>112</b>
	<b>APÊNDICE A – Protocolo de Coleta de Dados para os Artesãos.....</b>	<b>125</b>
	<b>APÊNDICE B – Protocolo de Coleta de Dados para Atores Sociais..</b>	<b>126</b>

# 1. INTRODUÇÃO

---

O fenômeno da Globalização ampliou as condições para uma importação intensa de produtos de distintos lugares e concepções de trabalho e renda; origem e qualidade foram postas em segundo plano, em nome do barateamento dos custos, enquanto artigos asiáticos inundavam os mercados nacionais, nesse sentido, o artesanato percorre um caminho de retorno aos ensinamentos transmitidos de geração para geração, através de “modos de fazer” singulares, territorialmente demarcados, conferindo-lhes características únicas (MELLO, 2015b). A autora adiciona a este pensamento que o “mundo do trabalho” é chamado a rever-se sob a ótica de expressões culturais que, distintamente do processo de anulação de identidades que tenderia a ser imposto pela globalização, demandam legitimação e manutenção das diferenças culturais.

Nesse contexto, Hall (2015) afirma que as mudanças e transformações advindas da globalização deslocaram as identidades. Os produtos e práticas culturais não possuem significados estáveis desde sua origem. Portanto, os elementos da tradição podem sofrer reorganizações para se articular com diferentes práticas e posições e adquirir um novo significado e relevância (HALL, 2011).

Essa dissertação tem como aporte teórico principal a identidade cultural que será tratada sob a perspectiva não essencialista, embasado no autor Stuart Hall. Para ele, na contemporaneidade, as identidades são fragmentadas, construídas e transformadas por meio de representações culturais que as rodeiam (HALL, 2015).

O presente estudo tem como artefato estudado o Bordado Filé de Alagoas, o mesmo corresponde a um saber fazer presente em várias partes do estado e reconhecidamente característico das comunidades estabelecidas nas lagoas Mundaú-Manguaba (Região das Lagoas), área na qual a sua produção alcança uma escala comercial a cada dia mais expressiva e vital para a economia de centenas de famílias (INBORDAL, 2016). O artefato cultural, inicialmente funcionou como elemento constitutivo da formação feminina, vinculado a construção do papel da “mulher prendada”, e a *posteriori*, passou a ganhar uma visibilidade como símbolo local.

A produção artesanal está intimamente ligada aos segmentos populares embasada na experiência vivida e transmitida pelos artesãos de geração para geração. Destarte, para os descendentes dos artesãos, crescer em família, preservando a tradição na atividade artesanal não consiste apenas numa forma de dar continuidade ao ofício, mas de manter os vínculos

afetivos, a memória, o intercâmbio simbólico e os laços de solidariedade e dom, necessários ao cotidiano do artesão (DIAS, 2003).

Com isso, a cultura está inserida em todas as práticas e instituições, imersas a um contexto social e histórico, não sendo possível isolá-la, entendendo que qualquer prática é simultaneamente simbólica e econômica (CANCLINI, 1983). Toda cultura se manifesta num território, este conceituado como um espaço de relações sociais, onde os sujeitos locais detêm um sentimento de pertencimento à identidade cultural construída. (FLORES, 2006).

Nos últimos anos, o Bordado Filé tem passado por transformações significativas e vem remodelando a tradição artesanal. Em 2013, foi reconhecido na esfera estadual como patrimônio cultural imaterial de Alagoas, e em Abril de 2016 foi reconhecido pelo Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), com o selo de Indicação Geográfica (IG) na modalidade Indicação de Precedência (IP).

O desenvolvimento desses produtos artesanais parte do pressuposto de que a inovação técnica e a criatividade devem ressignificar o ofício, uma vez que a cultura é dinâmica e incorpora reelaborações e reapropriações em seu cotidiano, sob esse aspecto a propriedade intelectual não se traduz nos objetos e em suas cópias, mas na informação ou no conhecimento refletido nesses objetos e cópias, sendo, portanto, um ativo intangível (MELLO, 2015a).

Para o estudo em questão, o bordado filé esteve nesse contexto proposto pela globalização, a partir do momento que o seu produto foi depreciado devido à entrada do que os artesãos chamam de “industriano”, e por tal motivo, foi pensado no projeto de reestruturação baseado no processo de IG para posicioná-lo em mercado exclusivo, justamente pelo fato de ser reconhecido como ícone alagoano e com grande expressividade em termos de economia local da região das lagoas.

O Bordado Filé teve como marco episódico o projeto de IG, seu principal objetivo seria resgate histórico e a inserção de elementos que retomassem o produto para um nível ascendente no mercado. Aspectos históricos e sociais são passados de geração para geração e, portanto conservam elementos tradicionais (ALMEIDA, 2012).

As ações de comunidades tradicionais revelam um protagonismo na busca por instrumentos de registros como uma possibilidade para a proteção e a visibilidade de seus artefatos culturais (MELLO, 2014). O uso de uma indicação geográfica para indicar a origem de um produto é um passo inicial para agregar valor ao processo e resultados do comportamento de atores locais e não locais (BARHAM; SYLVANDER, 2011).

Nessa perspectiva, as Indicações Geográficas (IG) são partes importantes da

construção desse território. A noção de Indicação Geográfica se constituiu gradativamente, à medida que produtores e consumidores vão percebendo que as qualidades e características específicas de alguns produtos possuem estreitas relações com seus locais de origem (CALDAS, 2014; CERDAN, 2013). Apesar de recentes na formalização, remontam ao século 4a.C., pois era contumaz entre os povos mediterrâneos antigos (gregos e romanos) o ato de pedir vinhos, azeites, queijos, pães, azeitonas, pastas de peixe e outros produtos pelos nomes das terras de onde esses eram provenientes por perceberem que produtos de determinados locais possuíam qualidades particulares (FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; MENDES; ANTONIAZZI, 2012).

Os debates em torno da proteção dos direitos de propriedade intelectual que incidiram sobre o modelo vigente na contemporaneidade foram iniciados em 1967, com a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), e “revitalizados” em 1994 com a Organização Mundial do Comércio (OMC) e o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (Trips). O Sistema de Propriedade Intelectual (SPI) compreende o modelo atual de proteção da propriedade de indivíduos, por meio do controle na utilização de marcas e patentes, e é fundamental para a manutenção do modelo de acumulação da atual economia global (FARIA, 2012, p. 54-55).

As IG surgem como um tipo de certificação que vem recebendo atenção não apenas de técnicos, gestores e acadêmicos, mas também de consumidores e organizações governamentais. Elas representam o direito de propriedade intelectual reconhecido nacional e internacionalmente pela sua capacidade de valorização, preservação e proteção da cultura local, na medida em que são capazes de reconhecer o patrimônio material e imaterial atrelados à produção ou à fabricação de determinados produtos (ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2013).

Ao agregar valor a um determinado produto, a IG levaria também a uma hierarquização territorial dos fatores de qualidade e do grau de conhecimento dos consumidores dos produtos certificados (MELLO, 2015a). O registro de Indicação Geográfica junto ao INPI revela-se um importante fator de impacto no que diz respeito aos produtos artesanais, tendo em vista que reafirma a qualidade e tradição existentes em um determinado espaço, conferindo valor de qualidade e reputação de excelência na produção daquele artigo (MELLO, 2015a).

A crescente procura por parte dos consumidores dos grandes centros urbanos por produtos de origem comprovada desvela o surgimento de nichos de mercados, devido a

mudanças de percepção e de comportamento dos consumidores modernos em relação aos produtos tradicionais ou industrializados (VALENTE et al., 2012).

Tais regulações por produtos certificados vêm sendo objeto de discussão na tentativa de os governos dos países protegerem os seus produtos, vinculados ao saber-fazer, através de um eficiente sistema de normas de propriedade intelectual que evitem as falsificações e suas reaplicações, tornando-se os territórios produtores obedientes às normas estabelecidas pelos organismos internacionais, uma vez que esse fato representa o surgimento de garantias de direitos frente a possíveis interesses de violação dos direitos comerciais (CALDAS, 2014).

A partir do processo de instituição do selo IG é possível pensar a questão da autenticidade e da identidade sendo ressignificadas por meio de seus atores sociais. A prática do bordado filé carrega consigo elementos relacionados à memória, ao trabalho feminino, a história e a cultura do lugar. Atualmente, o artefato cultural é reconhecido como uma marca de valor agregado que se distingue aos demais produtos da região, com um forte apelo simbólico e identitário, com base nisso, o estudo em questão visa responder a seguinte questão: **Como a obtenção do selo de Indicação Geográfica [Re]significou a afirmação identitária do bordado “Filé” em Alagoas?**

Para atender a pergunta de pesquisa, foram elaboradas duas questões norteadoras secundárias para melhor orientação do estudo, estas são: (I) O que o selo de Indicação Geográfica representa para a afirmação identitária do Bordado Filé? (II) Quais as mudanças na afirmação identitária do Bordado Filé foram conquistadas com a obtenção do selo de Indicação Geográfica?

O lócus da pesquisa será no Instituto do Bordado Filé de Alagoas – Inbordal, pois o mesmo congrega os artesãos das regiões certificadas pelo INPI, dentre eles, estão os participantes ativos do processo de registro do selo e os que produzem o bordado para comercialização. Esse artefato constitui um ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico (CAIADO, 2011).

## **1.1 Justificativa**

No decorrer do tempo, o sujeito contemporâneo vem adotando uma postura que aponta para a necessidade de consumir produtos com uma história, marcas que indiquem procedência, com diferenciais simbólicos característicos de cada região, com significados

ligados a um território declarado, ou seja, a busca por esta assinatura passa pelo processo de identidade cultural que o sujeito estabelece com os produtos e símbolos das culturas que o cercam (JARDIM et al.,2015).

O artesanato está inserido no setor criativo e vem ganhando espaço como forma de transformação social, além de seu forte impacto na esfera econômica e cultural, uma vez que, compreende a produção de um saber-fazer de predominância manual que envolve criatividade, habilidade e valor cultural, o resgate simbólico e a identidade cultural de um povo.

Nesse contexto, tratar do bordado filé alagoano é tratar de um bem que representa um povo, um produto cultural de tradição europeia antiga que foi passado de geração a geração e difundido no Brasil na região lagunar de Alagoas, adiciona-se que o produto movimenta a economia local e funciona como vetor de desenvolvimento. O bordado pertence a um dos setores da economia criativa, e em virtude da sua importância, em 2013 foi registrado como Patrimônio Imaterial de Alagoas e em abril de 2016 passou a ser reconhecido pelo INPI, com o selo de Indicação Geográfica, na modalidade Indicação de Procedência, portanto o bordado filé apresenta-se como objeto de estudo que traz uma reflexão acerca de um projeto já implementado, apresentando resultados que podem ajudar a comunidade local e os atores no plano de salvaguarda do bem e na manutenção da IG.

Em decorrência da obtenção do selo, o território do complexo Mundaú-Manguaba, área delimitada como produtora do bordado filé, obteve uma diferenciação entre outras localidades na produção deste artefato cultural, tornando-o um produto singular, em consequência de sua origem.

O selo de Indicação Geográfica caracteriza um produto de qualidade, que se distingue dos demais, seus efeitos, por sua vez, impulsionam a melhoria técnica do processo produtivo, além da expansão de mercados, da garantia da continuidade histórica desse bem, maior credibilidade, aumento de demanda, e, por conseguinte, geração de emprego e renda. Assim, por tais aspectos, considera-se significativo estudar empiricamente os efeitos traduzidos pelo selo e como este ressignificou a identidade cultural desse povo.

A utilização dos Estudos Culturais nas pesquisas de Administração se torna uma constante nos últimos anos (ALMEIDA, 2012; ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2013, SILVA, 2014), na pesquisa em questão entende-se que falar de indicações geográficas não é só um fenômeno ligado ao econômico e ao mercado, mas o ato de entender o processo como uma construção social e cultural, com interfaces nas práticas cotidianas e nos sistemas de significados.

De acordo com levantamento realizado no Banco de Teses e Dissertação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, por exemplo, nos estudos encontrados nos registros da pesquisa sobre “Bordado Filé” nenhum deles discorre a respeito do “processo de obtenção do selo”, como também, não há registros de relação com “indicação geográfica” (CAPES, 2016), sobretudo, por se tratar de uma temática relativamente recente. O mesmo ocorre na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações que confirma a lacuna de trabalhos desta natureza, envolvendo o objeto a ser investigado.

Portanto, o desenvolvimento deste estudo é uma contribuição pertinente para o meio acadêmico, especificamente ao campo dos Estudos Culturais, pois inaugura os trabalhos sobre os efeitos causados na relação “Indicação Geográfica e Bordado Filé” por meio da teoria da Identidade Cultural de Stuart Hall, sendo assim, pode servir como referência para futuras pesquisas que abarquem outros bens culturais singulares.

Para o estado de Alagoas o estudo se faz importante, pois conforme o último relatório da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – FIRJAN, tal estado posicionou-se em 5º lugar, nacionalmente, na participação de produtos culturais de impacto na indústria criativa com o percentual de crescimento de 12,8% (FIRJAN, 2014). Além disso, o bordado filé é o segundo produto a receber a indicação geográfica, sendo que, o mesmo é o primeiro no setor de artesanato e também na modalidade de Indicação de Procedência, o que confere à gestão pública um instrumento de representatividade para avançar no desenvolvimento econômico e turístico. O trabalho pretende propiciar uma melhor reflexão sobre as ações tomadas na área do artesanato e guiar projetos futuros que beneficiem políticas públicas para o setor.

Para o Inbordal, a pesquisa assume considerável papel, pois poderá repercutir na melhoria das atividades gerenciais do Instituto e colaborar para o atingimento da missão deste, a partir de uma melhor compreensão da realidade que o circunda, tendo como lente a identidade cultural dentro da obtenção da indicação geográfica. Quanto aos artesãos, ele permitirá o entendimento das práticas existentes na comunidade, e levará a valorização do saber-fazer herdado e uma certa clareza quanto à trajetória percorrida para a conquista do selo até a maneira como os partícipes podem lidar com os reflexos deste processo no futuro. Com isso, o estudo mostra-se relevante para os diversos atores sociais, que pregam a importância da continuidade da técnica do bordado e a salvaguarda da cultura.

## 1.2 Estrutura do trabalho

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos: (I) Introdução; (II) Referencial teórico; (III) Trilha metodológica; (IV) Análise e discussão dos resultados e (V) Considerações finais.

O primeiro capítulo apresentou a contextualização do estudo; trouxe a problematização; as questões de pesquisa, contemplou a justificativa, assim como a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo tratou dos fundamentos teóricos que embasaram a pesquisa, no qual, por meio de contribuições de autores seminais na área, foi possível aprofundar a compreensão da temática. Detalhou-se acerca dos Estudos Culturais; da teoria da Identidade Cultural pautada por Stuart Hall e autores consagrados na área; bem como na construção de significados culturais perpassando por modelos teórico-empíricos seminais que serviram de teorias de suporte para análise de dados. Também aludiu sobre a Indicação Geográfica, sua evolução ligação com os elementos demarcadores da identidade, da cultura, do artesanato e do território. A última parte foi apresentada a Economia Criativa e o setor de artesanato como propostas para cobrir o fenômeno estudado.

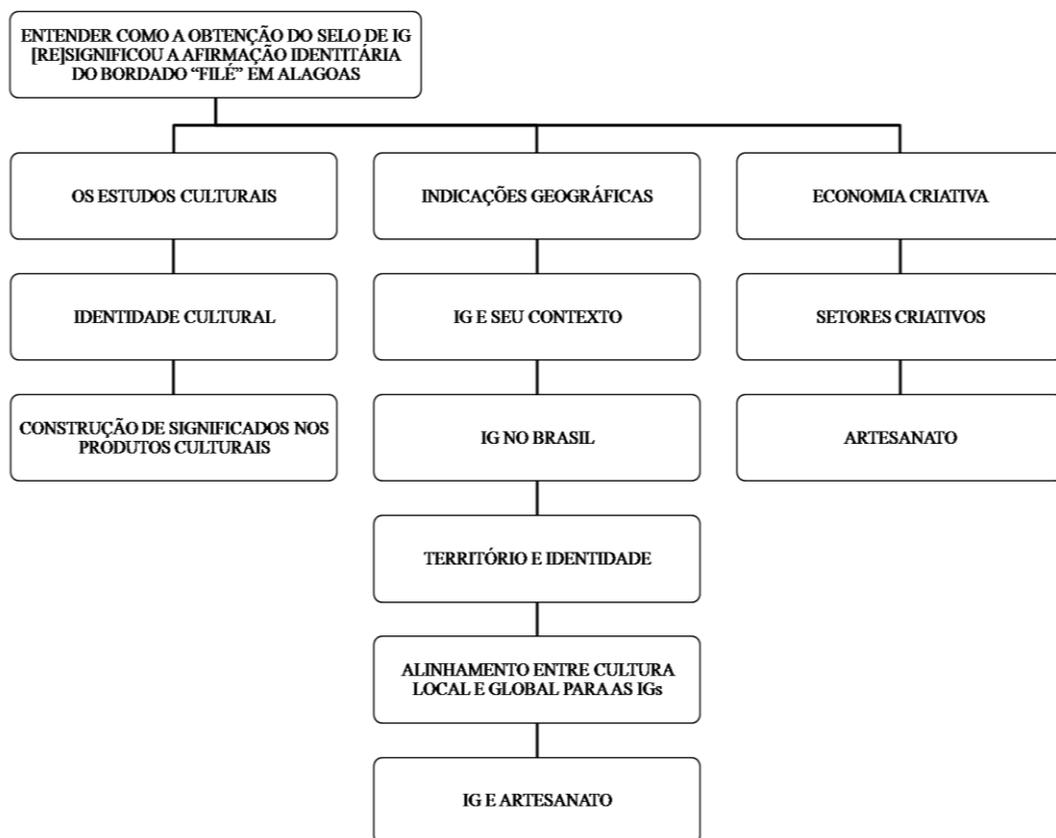
O terceiro capítulo revelou as escolhas metodológicas empregadas. Descreveu o tipo e a natureza da pesquisa, o *locus* estudado, os sujeitos escolhidos, a forma como sucedeu a coleta de dados e a análise destes.

O quarto capítulo trabalhou a análise e discussão dos dados, apresentando os principais resultados obtidos no estudo. Ao final, o capítulo cinco trouxe as considerações, respondendo a pergunta de pesquisa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para embasar a presente investigação serão tratadas três principais seções: Estudos Culturais, Indicações Geográficas e Economia Criativa. Tais divisões se decompõem como mostra o esquema da figura 1, na qual ilustra o delineamento do referencial teórico com as bases que norteiam o trabalho.

**Figura 1 (2): Delineamento do Referencial Teórico**



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Na sequência, serão aprofundadas as discussões sobre cada uma das temáticas já apontadas. Vale destacar que, tal arcabouço teórico orientou a criação do instrumento de coleta de dados contidos nos apêndices A e B desta pesquisa.

## 2.1 Os Estudos Culturais

Conjectura-se que os Estudos Culturais – EC nasceram na Inglaterra com a criação do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), da Universidade de Birmingham, fundado por Richard Hoggart, em 1964, apesar da preexistência de publicações com estudos nesse âmbito, considera-se o acontecimento mencionado como o período que o campo tomou forma (MONTEIRO, 2015).

As bases dos Estudos Culturais foram estabelecidas sob os seguintes textos seminais: *As utilizações da cultura* (1957), de Richard Hoggart, *Cultura e sociedade* (1958), de Raymond Williams e *A formação da classe operária inglesa* (1963), de E. P. Thompson (COSTA, 2012).

Em *As utilizações da cultura* de Richard Hoggart (1957), o autor discute sobre a cultura e as modernas comunicações em massa, sua influência e tendências, até então, assuntos não discutido, ele abre espaço, principalmente para as discussões sobre a resistência da hegemonia e submissão da cultura popular (ESCOSTEGUY, 2010). Já a obra de Williams (1958), denominada *Cultura e Sociedade*, versa sobre as discussões em relação a mudanças internas que ocorrem na vida social, econômica e política (SILVA, 2014).

A obra de Thompson (1963), *A formação da classe operária*, traz como objeto central de estudo a vida e as práticas de resistência presentes nas classes populares, que para o autor, estas desenvolveram uma consciência autônoma de resistência ao sistema hegemônico vigente (COSTA, 2012).

Esses três autores contribuíram significativamente, de maneira distinta, com suas construções teóricas dentro do campo. Entretanto, suas as contribuições buscavam trazer as novas concepções de cultura não situadas nas visões tradicionais de pensamento (COSTA 2012; ESCOSTEGUY, 2010).

Somadas aos estudos de E. P. Thompson, outras duas obras de Williams, foram de extrema importância para o campo dos Estudos Culturais, “*The Long Revolution*”, discute a cultura como a soma das descrições disponíveis pelas quais a sociedade dá sentido e reflete as suas experiências em comum; e “*Politics and Letters*”, que sugere um desenvolvimentismo consistente, cujas críticas provêm pelo fato de ser uma obra de ruptura; e a “*A formação da classe trabalhadora inglesa*”, de E. P. Thompson, que se refere às questões como cultura, consciência e experiência (SILVA, 2014).

Num cenário de mudanças nos Estudos Culturais, como aponta Hall (2011), com a

introdução de um trabalho intelectual e crítico denominado de “rupturas significativas”, as velhas correntes do pensamento que operavam são quebradas, há uma mudança de perspectiva que reflete não só na propriedade intelectual, mas também na maneira como as transformações históricas são apropriadas no pensamento e fornecem ao pensamento, suas condições de existência.

Os conceitos de cultura foram largamente discutidos, desde a conotação do termo “cultura” com o domínio das ideias até uma vertente antropológica que enfatiza o “aspecto de cultura” que se refere as práticas sociais em um modo de vida global (HALL, 2011). Ainda para o autor, o propósito da análise da cultura é entender como as inter-relações de todas as práticas e padrões são vividos e experimentados como um todo.

Assim, há uma ampliação na compreensão de cultura que passa a considerar as práticas e sentidos do cotidiano, em que todas as expressões culturais devem ser observadas em relação ao contexto social das instituições, das relações de poder e da história (ESCOSTEGUY, 2010).

### 2.1.1 A Identidade Cultural

Após uma breve explanação sobre os Estudos Culturais, trataremos nessa seção a respeito da Identidade Cultural. As identidades estão em deslocamento e passam por um momento de reconstrução na sociedade, fato que evidencia a emergência do fenômeno criativo com projeção global (BURGEN-HELMCHEN, 2013). Por tal motivo, a identidade tem sido um assunto de extrema importância e evidência no mundo contemporâneo (BAUMAN, 2005).

Segundo Castells (2010) há três formas distintas de origem da construção da identidade: legitimadora, de resistência e de projeto, conforme quadro 1, abaixo:

**Quadro 1 (2): Tipos de Identidade por Castells**

<b>TIPO DE IDENTIDADE</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
IDENTIDADE LEGITIMADORA	É a responsável pela origem de que uma sociedade civil, ou seja, um conjunto de organizações e instituições, assim como uma série de atores sociais estruturados e organizados, como igrejas, sindicatos e partidos, que reproduzem a identidade que racionaliza as fontes de dominação estrutural.
IDENTIDADE DE RESISTÊNCIA	A identidade de resistência acarreta na formação de comunidades que dão origem a formas de resistência coletiva diante da opressão hegemônica.
IDENTIDADE DE PROJETO	É constituída quando os atores sociais utilizam os aparatos culturais que têm ao seu alcance para construir uma nova identidade, capaz de redefinir sua posição na sociedade, buscando a transformação de toda a estrutura social.

Fonte: Adaptado pela autora de Castells (2010).

A compreensão da identidade é, portanto, um processo de construção de significados baseados em um atributo cultural, ou ainda, num conjunto de atributos culturais inter-relacionados que prevalecem sobre outras fontes de significado (CASTELLS, 2010).

A noção de identidade é compreendida por meio de duas perspectivas, a primeira abordagem diz respeito à perspectiva essencialista, a qual se fundamenta na identidade fixa, que não se altera ou não muda ao longo tempo, neste caso, a afirmação identitária acontece por meio da recuperação histórica de um determinado grupo cultural, ou seja, ela é transportada do passado para o presente a fim de entender a constituição da identidade (ALMEIDA, 2012). Já a segunda perspectiva, a não essencialista, entende que a identidade é relacional e construída pela diferença, aquilo que não é, torna-se relevante nesse constructo (WOODWARD, 2014).

A identidade e a diferença estão entrelaçadas, e onde elas existem, implicitamente estará o poder, explicitado nas relações assimétricas de “incluir/excluir (“estes pertencem, aqueles não”) (SILVA, 2014).

A concepção dos Estudos Culturais não nega a existência de um passado, mas entende que esse construto sofre transformações quando é reivindicado no presente, ou seja, o passado é reconstruído num processo de reinterpretação (ALMEIDA, 2012). Com base nisso, reconhece-se a fluidez da identidade ao mesmo tempo em que se afasta da rigidez da oposição binária tal como as dicotomias nós/eles (HALL, 2011; WOODWARD, 2014).

Pela perspectiva dos Estudos Culturais, a identidade não emana do mundo natural ou do mundo transcendental, mas é fruto do mundo cultural e social, afinal somos nós quem construímos as identidades por meio de atos de linguagem (SILVA, 2014).

As afirmações identitárias dependem de uma cadeia, geralmente oculta, de proposições negativas da diferença. Muito embora a identidade pareça ser aquilo que se é: “sou alagoano”, “sou artesão”, “sou associado”, só é possível caso haja uma comparação com os “não alagoanos”, os “não artesãos”, “os não associados”. Assim, identidade e diferença são elementos que só fazem sentido no interior de uma cadeia de diferenciação (SILVA, 2014).

Refletir sobre a identidade cultural por meio de reivindicações essencialistas é sugerir que exista uma estrutura fundamental a toda prática social que não se altera ao longo do tempo (ALMEIDA, 2012). Essa não é a perspectiva dos Estudos Culturais, uma vez que nessa área multidisciplinar a configuração de identidade não é tratada de forma fixa, mas em permanente construção (SILVA, 2014; ESCOSTEGUY, 2010).

Hall (2015) explica que a partir do momento que os sistemas de significações e representações culturais se apresentam, os indivíduos são confrontados por uma multiplicidade desconcertante de identidades possíveis, e com cada uma delas, ao menos, o sujeito pode se identificar temporariamente. O autor complementa que as mudanças ocorridas provocadas pela relação entre as sociedades e a questão da identidade construída tornam-se interessantes e provocativas, uma vez que pontua as descontinuidades da sociedade moderna e as diferentes posições de sujeito que o indivíduo carrega consigo na modernidade tardia, ocasionando uma “crise de identidade”.

Com base nessa visão, Hall (2015) propõe três noções de sujeito, demonstrando a evolução do sujeito até chegar à modernidade, conforme quadro 2:

**Quadro 2 (2): Noções de Sujeito por Hall**

<b>NOÇÃO DE SUJEITO</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
SUJEITO DO ILUMINISMO	Surgiu na emergência da modernidade, aquele considerado com uma identidade unificada e centrada, que o acompanha do seu nascimento até a sua morte.
SUJEITO SOCIOLÓGICO	Aqui se passa a questionar a autonomia do sujeito centrado em si, considerando que a identidade é construída socialmente, em sua relação por meio do processo de mediação cultural com o outro, porém o sujeito ainda não tem domínio sobre ela.
SUJEITO PÓS-MODERNO	Esse novo sujeito passa a adotar a perspectiva contemporânea de sujeito e identidade. Em reflexo a uma “crise”, aqui existe uma fragmentação identitária, podendo assim, o sujeito assumir várias identidades, algumas conflitantes, outras não resolvidas. Essas identidades podem também admitir em diferentes momentos, diferentes identidades, com uma característica móvel, própria desse tipo de sujeito.

Fonte: Adaptado pela autora de HALL (2015)

O sujeito moderno possui uma identidade mutável, ou seja, pode adotar várias identidades em diferentes momentos. As identidades são construídas no interior do discurso e para entendê-las, é necessário compreender os locais institucionais e históricos específicos de sua construção, suas formações e práticas discursivas distintas, tais quais suas estratégias e iniciativas específicas (HALL, 2014). E, esse processo de construção de sempre baseado em uma cadeia de elementos culturais inter-relacionados que dominam outros conjuntos e fontes de significado (CASTELLS, 2010).

Essa pós-modernidade passa por inúmeras transformações decorrentes da globalização, fator determinante de mudança cultural na vida do sujeito e de seus hábitos, reestruturando por inteiro a sua visão de mundo e a maneira de viver em sociedade. (MOLINA, 2014). Assim, Hall (2015) afirma que em virtude da globalização ocorreram diversos deslocamentos no interior dessas identidades culturais, bem como aconteceu com o

hibridismo cultural. Para o autor, as identidades culturais são híbridas, ou seja, movidas por mudanças, encontros e desencontros. Com isso, a compreensão acerca da identidade é relacional, pois não somos compostos por uma “identidade”, mas sim por uma identificação, passível de mudanças e transformações.

Hall (2015) em seu aporte teórico sobre Identidade Cultural sugere uma nova maneira de trabalharmos com a temática, percebendo que toda identidade é móvel e pode ser redirecionada, indicando a possibilidade de utilizarmos o termo “identificação” ou a expressão “processo identitário” para compreender de maneira mais significativa as representações que formam e transformam as culturas, os sujeitos e os espaços.

As discussões das identidades culturais na contemporaneidade estão em constantes lutas dentro do espaço de significado de elementos culturais. A produção artesanal e suas significações identitárias, encontram-se dentro de um contexto social específico que abarcam esse fenômeno. A construção de um artesanato cultural é simbólica, social e está entrelaçada com a identidade cultural daquela comunidade.

#### *2.1.1.1 A Construção de Significados nos Produtos Culturais*

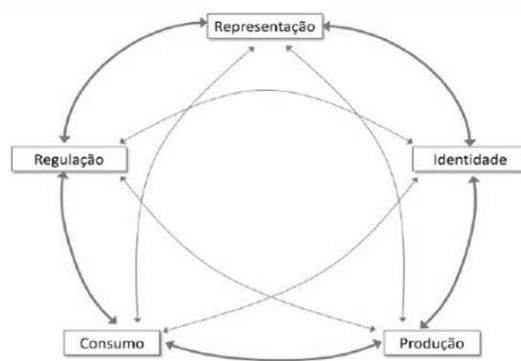
Nesta subseção trataremos dos modelos desenvolvidos por Du Gay et al. (1997) e Johnson (2006), além do ensaio teórico Codificação/Decodificação proposto por Hall (2011). A partir deles, será possível compreender que a construção de significados para um determinado artefato cultural, não se configura por meio do objeto em si, nem tampouco a partir do momento de produção do determinado bem ou serviço, mas, sobretudo, que tais significados são produzidos e [re]produzidos em diferentes ambientes e circulam por meio de diferentes processos e práticas sociais (ALMEIDA, 2012).

A cultura está intrinsecamente atrelada ao papel de significados na sociedade, permitindo o "fazer sentido" das coisas. Em parte, costuma-se atribuir o que as coisas significam pela maneira como são representadas, e, o principal meio de representação na cultura é a linguagem. Por língua, não significa apenas a linguagem no sentido estrito de palavras escritas ou faladas. Se quer dizer qualquer sistema de representação - fotografia, pintura, fala, escrita, imagem latente através da tecnologia, desenho - o que nos permite usar sinais e símbolos para representar ou que represente tudo o que existe no mundo em termos de um conceito significativo, imagem ou ideia, a linguagem é o uso de um

conjunto de sinais ou um sistema significando para representar coisas e troca significa sobre eles (DU GAY et al., 1997).

O estudo seminal de Du Gay e outros pesquisadores em 1997 apresentam cinco principais processos culturais, são eles: Representação, Identidade, Produção, Consumo e Regulação. Tomados em conjunto, eles completam uma espécie de circuito, o qual é denominado o Circuito da Cultura - através do qual a análise de um artefato cultural (elemento que traz elencado em si uma carga simbólica) pode passar, conforme figura 2.

**Figura 2 (2): Circuito de Du Gay**



Fonte: Du Gay et al. (1997).

O circuito possui uma perspectiva integradora, mas é possível fazer uso de qualquer uma de suas instâncias para análise (ALMEIDA, 2012). O quadro 3 traz a descrição de cada um dos elementos já mencionados.

**Quadro 3 (2): Os Elementos do Circuito Cultural**

<b>ELEMENTOS DO CIRCUITO CULTURAL</b>	
<b>Representação</b>	Refere-se a sistemas simbólicos envolvidos na produção de um artefato cultural. Corresponde a associação de sentidos a determinado produto cultural, e isso se viabiliza principalmente através da linguagem.
<b>Identidade</b>	Trata do posicionamento dos sujeitos no interior das representações e está relacionado aos processos de subjetivação do indivíduo e de sua caminhada na direção do tornar-se sujeito.
<b>Produção</b>	Essa esfera extrapola o entendimento tradicional de espaço de criação de um produto, englobando os modos de fazer e crenças, valores e padrões imbricados a ele.
<b>Consumo</b>	É onde se completa a produção de sentidos, mediante o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos.
<b>Regulação</b>	Diz respeito a noção de regramento, isto é, leis, normas e convenções através das quais as práticas sociais são ordenadas e políticas culturais são implementadas.

Fonte: Adaptado de Du Gay et al. (1997).

Nesse contexto, os artefatos e práticas culturais não possuem significados estáveis desde sua origem. E assim, os aspectos ligados a tradição, podem ser reposicionados para se articular com diferentes práticas e posições e adquirir um novo significado e relevância (HALL, 2011). É importante ressaltar que os significados múltiplos atribuídos a um determinado artefato cultural ao longo do circuito da cultura demonstram as lutas que são estabelecidas em torno do seu significado (JOHNSON, 2006).

Com base no modelo teórico proposto, os significados dos produtos culturais não emanam diretamente do artefato, mas da articulação dos cinco momentos do processo, que unidos estabelecem um espaço cultural no qual o significado é posto em circulação: criado, modificado e recriado (NEGUS, 1997).

No modelo sugerido por Du Gay et al. (1997), o contexto/ambiente também é destacado como um fator relevante para se interpretar os significados estabelecidos no processo de significação cultural. Por isso, Almeida (2012) afiança que os significados que convencionalmente são atribuídos ao produto cultural estão situados em momentos sócio-históricos particulares.

Williams (1958) discutiu ainda a ideia de negociação no processo de comunicação, que não se tratava apenas da figura do receptor como um mero decodificador e o emissor como um imponente codificador (COSTA, 2012). Essa ideia é desenvolvida mais tarde por Hall (2011) nos estudos sobre a audiência das comunicações midiáticas, em seu modelo de “codificação/decodificação”, onde afirma que há existência de uma arena de lutas na construção dos significados, sugerindo três posições de interpretação da mensagem midiática: a posição hegemônica-dominante, quando o sentido é decodificado segundo a perspectiva gerada no processo de produção; o código negociado, quando a mensagem midiática entra em negociação com as especificidades e condições do receptor, onde este não a absorve em sua totalidade; e a posição de oposição, nesse aspecto o receptor percebe a proposta dominante da mensagem midiática, mas age de maneira contestatória e a ressignifica dentro de um referencial alternativo.

Ainda que originalmente pensado para discutir práticas específicas de fazer programas de televisão, o ensaio “codificação/decodificação” desenvolvido por Hall (2011) apresenta grande contribuição para se evitar uma interpretação linear entre os momentos de produção e consumo de significados culturais (ALMEIDA, 2012), vide figura 3.

**Figura 3 (2): Modelo de Codificação/ Decodificação**



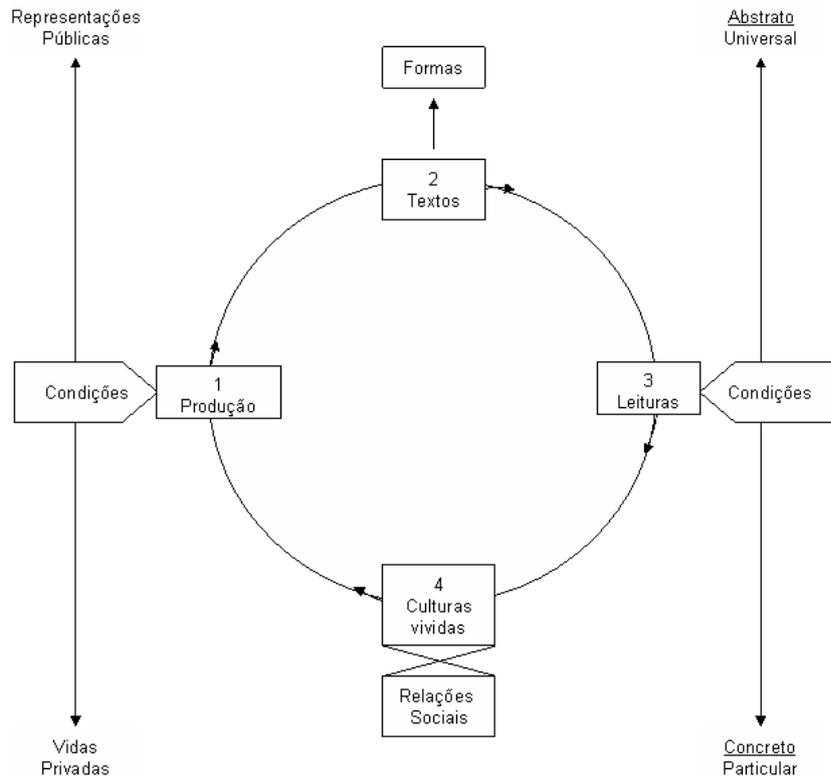
Fonte: Hall (2011)

Stuart Hall encontra-se no novo paradigma da comunicação, afinal ele descreve a complexidade do processo comunicativo mostrando que em cada ato as significações já existentes são transformadas (HALL, 2011). Para defender seu argumento, o autor apresenta uma abordagem articulada entre a mensagem, o lugar onde esta é produzida e o trabalho interpretativo da parte dos receptores, sem, contudo, deixar de reconhecer a autonomia relativa de cada uma dessas práticas (ESCOSTEGUY, 2010).

O modelo teórico-metodológico do autor é resultante de suas reflexões sobre a articulação entre os diferentes elementos – produtores, textos e receptores – e momentos – produção, circulação e recepção/consumo – que configuram a totalidade do processo comunicativo, para ressaltar as lutas de poder ao redor do significado de um texto e suas relações com as demais esferas da sociedade (ALMEIDA, 2012).

Modelo semelhante ao de Hall (2011) pode ser analisado em Johnson (2006). O autor apresenta o Circuito da Cultura (figura 4) para sustentar que os significados de um produto cultural passam pelo entendimento das condições específicas do momento de produção e de consumo, cada um desses momentos, interrelacionam entre si, além de estarem vinculados às relações sociais e às culturas vividas, ou seja, aos elementos culturais existentes no meio social que pauta o espaço da produção e do consumo (ALMEIDA, 2012).

**Figura 4 (2): O Circuito da Cultura de Johnson**



Fonte: Johnson (2006)

Bem como o modelo de Hall (2011) o de Johnson (2006) pressupõem a existência de condições materiais e culturais, em cada momento de produção de significados, por isso o circuito da cultura é, ao mesmo tempo, um circuito de capital e um circuito de produção e circulação de formas subjetivas (ALMEIDA, 2012).

No âmbito dos Estudos Culturais, o significado de um artefato não se origina do seu processo de produção, mas é construído e transformado em cada interação cultural (ALMEIDA, 2012). Os modelos teóricos apresentados de Hall (2011), Johnson (2006) e Du Gay et al. (1997) sugerem que os significados de artefato cultural, a exemplo do bordado filé, não se encontram no objeto em si, nem sua atribuição ocorre no momento da produção da mercadoria. Assim, os significados são produzidos em diferentes lugares, processos e práticas.

Atualmente, uma gama de pesquisadores dedicados aos Estudos Culturais tem dedicado seus trabalhos para a compreensão dos fenômenos relacionados a temas contemporâneos, como: cinema, música, games, artesanato e centros de economia criativa.

Em relação às transformações cotidianas na sociedade, novas possibilidades de identidades culturais estão sendo formadas, assim, Stuart Hall reconstitui uma reflexão sobre as transformações sofridas pelos sujeitos ao longo do fenômeno da modernidade,

demonstrando ter havido uma forte mudança do sentido das antigas identidades que davam coesão e estabilidade aos sujeitos (GUEDES, 2013). Foi com essa proposta que o autor ganhou espaço nos Estudos Culturais e hoje pode ser reconhecido como um dos principais debatedores sobre cultura e identidade.

## **2.2 Indicações Geográficas: um Campo da Propriedade Intelectual**

A Propriedade Intelectual é um tema muito debatido desde o fim da Idade Média, ela é subdividida em Direitos Autorais, Propriedade Industrial e Proteções *sui generis* (LIMA; SOUZA DANTAS; GUIMARÃES, 2014). Para fins deste trabalho será discutida a segunda subdivisão.

Assim, segundo Almeida, Monde e Pinheiro (2012-2013) os direitos de propriedade intelectual são aqueles relacionados com a proteção legal que a lei atribui a criação do intelecto humano, garantindo aos autores de determinado conteúdo o reconhecimento pela obra desenvolvida, bem como a possibilidade de expor, dispor ou explorar comercialmente o fruto de sua criação.

Atualmente, as Indicações Geográficas constituem um direito de propriedade intelectual autônomo reconhecido nacional e internacionalmente: no Brasil, pela Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996) e, internacionalmente, pelo Acordo TRIPS (ou Acordo sobre Aspectos de Propriedade Intelectual), da Organização Mundial do Comércio – OMC (VALENTE et al., 2012).

Compreende-se, então, que atualmente as Indicações Geográficas estão dentre as modalidades passíveis de proteção pelos direitos de Propriedade Industrial, que por sua vez é uma categoria do gênero Propriedade Intelectual, essa proteção garante aos produtores ou prestadores de serviços o direito de identificar seus produtos ou serviços, distinguindo-os geograficamente de outros e agregando valor a estes, em razão das qualidades ou características relacionadas a uma determinada região geográfica e população (ALBINO; CARLS, 2015).

Por sua vez, uma Indicação Geográfica refere-se a uma qualidade atribuída a um produto oriundo de um território cujas características inerentes a sua localização lhes atribuem notoriedade, especificidade e reputação (MAIORKI, DALLABRIDA, 2015; DUPIN, 2011). Como conceituam Medeiros e Passador (2015), as Indicações Geográficas são institutos da

propriedade intelectual aplicáveis a bens e serviços que se caracterizam pelo local de onde são originados, envolvendo questões ambientais, históricas e socioculturais particulares.

Destarte, na seção seguinte será desvelado o contexto histórico do desenvolvimento das Indicações geográficas no mundo, até o entendimento de como se chegou a esta configuração atual, conforme supracitada.

### 2.2.1 O Contexto Histórico das Indicações Geográficas

A noção de Indicação Geográfica surgiu paulatinamente, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabores ou qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais, isto é, qualidades – típicas, diferenciadas – jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local (PIMENTEL, 2014).

Nesta direção, Caldas (2014) também aponta que o processo histórico se deu de modo gradativo, na medida em que produtores e comerciantes apresentavam produtos cujas qualidades particulares podiam ser atribuídas à sua origem geográfica.

Quanto ao período em que surgiram, tais Indicações Geográficas não são práticas contemporâneas, já existem desde a Antiguidade, naqueles tempos é como se fossem uma espécie de sobrenome de produtos com qualidade reconhecida pelos sujeitos da época (COELHO-COSTA, 2014).

Um dos primeiros registros históricos sobre tais indicações de origem podem ser encontrados na Bíblia, conforme apresenta Bruch (2008), como o caso dos vinhos de En-Gedi (Cânticos, I, 14) e o cedro do Líbano (Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6). De acordo com Bertozzi (1995) e Almeida (2010), existem relatos que remontam ao século IV a.C., na Grécia Antiga, que relacionam o produto com o local de produção, como os vinhos de Coríntio, as amêndoas de Naxos, o mel da Sicília e o mármore de Paros, enquanto no Império Romano, sob o reinado de Augustus, eram conhecidas as tâmaras do Egito, o presunto de Gália, as ostras de Brindisi e o mármore de Carrara.

Tais produtos eram comercializados com preços elevados, justificados pela qualidade superior que possuíam e a procura sempre aumentava, assim como os preços, fato este que despertou a cobiça de algumas pessoas e ocasionou o aparecimento de falsificadores, com uso de produtos de qualidade inferior para se aproveitar das indicações geográficas de outros (COELHO-COSTA, 2014).

A busca de proteção por meio da IG, no formato atualmente conhecido, iniciou-se no continente europeu onde o ambiente era favorável à regulamentação técnica e legal das indicações (LEGENDRE, 1995).

Há controvérsias quanto a primeira indicação de origem formalizada. Alguns autores argumentam que, somente a partir de 1666, na França, é que foi elaborado o primeiro texto jurídico que se refere a uma denominação de origem, o Parlamento de *Toulouse* foi responsável pelo texto aplicado à proteção de queijos, sobretudo do *Roquefort* (VALENTE et al., 2012; KRÜCKEN-PEREIRA, 2001). Em contrapartida, Bruch (2009) observa que somente em 1756 é que a primeira indicação geográfica europeia passou a ser legalmente reconhecida - tratava-se da região do Douro, em Portugal, surgida à partir da Companhia Geral de Agricultura das Vinhas do Alto Douro, pelo futuro Marques de Pombal.

Todavia, o país com maior tradição no estabelecimento das Indicações Geográficas é a França, tal sistema adquiriu uma expressiva importância econômica, cultural, sociológica e ambiental, sendo considerado parte do patrimônio nacional, essa experiência remonta do século XVIII, quando surgiu a primeira *Appellation d'origine, Châteauneuf du-Pape*, mas somente em 1935 foi aprovado o sistema jurídico para as denominações de origem e criado o *Institute Nacional de las Appellation de Origine* (INAO), vinculado ao Ministério da Agricultura (CALDAS, 2014).

A partir dos anos de 1970, a Europa adotou um sistema de qualificação e etiquetagem de seus territórios, visando relacionar o produto ao território produtor e aos produtores responsáveis pelo processo de elaboração, identificados por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção (CALLIARI et al., 2007).

A Comunidade Europeia programou o sistema das Indicações Geográficas com o objetivo de sistematizar, organizar, padronizar, comercializar e promover os vinhos produzidos nesse continente que visava relacionar o produto ao território produtor e aos produtores responsáveis pelo processo de elaboração, identificados por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção (CALDAS, 2014). O mesmo autor, ainda aponta exemplos de alguns dos vinhos produzidos sob o sistema de IG: aqueles do Porto e de Dão (Portugal), de Bordeaux, Provença e da Champanhe (França – *appellation d'origine controlée*), de La Rioja, Ribera del Douro, Ribeiro (Espanha – *denominación de origen*), do Sarre, da Mosela e Fraken (Alemanha – *Gebiet*), da Sicília, Puglia, Toscana (Itália – *denominazione controllata*) etc.

Além dos vinhos, Coelho-Costa (2014) apresenta outras Indicações Geográficas Europeias famosas, como: *Champagne* e *Roquefort* (queijo) na França; Serra da Estrela

(queijo), em Portugal; Parma (presunto) e queijo *Parmigiano Reggiano*, na Itália; e Montes de Toledo (azeite de oliva) e Mancha (açafraão) na Espanha.

Aos poucos, os signos foram sendo aperfeiçoados para informar de onde vinha o produto, quem o havia comprado e até mesmo para apor dados mais precisos sobre o fabricante do produto e suas qualidades (BRUCH e DEWES, 2013).

Um marco importante foi a Convenção da União de Paris para Propriedade Industrial (CUP), em 20 de maio de 1883, da qual se constitui, em sua última revisão, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI ou WIPO) datada de 1967, em Estocolmo, na qual definiu uma lista de itens sujeitos à proteção por direitos de propriedade intelectual, dentre eles, trabalhos literários, artísticos, científicos, invenções humanas, nomes comerciais e designações e todos os direitos resultantes de atividade intelectual nos campos industriais, científicos, literários ou artísticos (SOARES, 2014).

Mais tarde, outro acontecimento importante para a proteção da propriedade industrial foi o Acordo de Madrid, de 14 de abril de 1891, relativo às indicações de procedência e registro internacional de marcas (SOARES, 2014).

Diante da trajetória descrita, inicialmente as indicações geográficas estavam associadas ao direito de marcas, a necessidade de mecanismos de proteção e a repressão à concorrência desleal, ao longo do tempo passou a ser delimitada por marcos legais próprios (ORIGIN, 2015).

Na década de 1990, os estados membros da comunidade europeia definiram as bases comuns para a regulamentação das IGs e demais selos oficiais de qualidade em vigor em seus territórios, por meio dos Regulamentos (CEE) n°. 2081/1992 e (CEE) n°. 2.082/1992. Essas normativas estabelecem definições, procedimentos para registro e descrição do produto, elementos particulares ao meio natural e delimitação geográfica controlada, além de fixar as exigências sobre as estruturas de controle para o cumprimento dos requisitos prescritos pelos Regulamentos para cada produto, baseados na norma EM 45011, de 26 de junho de 1989, que define os requisitos gerais para a certificação dos produtos e dispõe sobre os Conselhos Reguladores (SOARES, 2014). O quadro 4 apresenta os tipos de nomenclaturas para IG adotados pelos países que são representatividade e tradição em termos de signos distintivos na Europa.

**Quadro 4 (2): Termos Usados em Países Europeus para IG**

<b>INDICAÇÃO GEOGRÁFICA EM PAÍSES EUROPEUS</b>		
<b>PAÍS</b>	<b>NOMENCLATURA</b>	<b>SIGLA</b>
França	Appellation d’Origine Protegéé	AOP
	Indication Géographique Protegéé	IGP
Itália	Denominazione d’Origine Protetta	DOP
	Indicazione Geografica Protetta	IGP
Espanha	Denominación de Origen Protegida	DOP
	Indicación Geográfica Protegida	IGP
Portugal	Denominação de Origem Protegida	DOP
	Indicação Geográfica Protegida	IGP
Alemanha	Geschützte Ursprungsbezeichnung	g.U
	Geschützte Geographische Angabe	g.g.A
Reino Unido	Protected Designation of Origin	PDO
	Protected Geographical Indication	PGI

Fonte: Glass e Castro (2009)

Na Europa, as indicações geográficas, na antiguidade e atualmente, são uma ferramenta de valorização de produtos tradicionais e isso têm se ampliado também a nações emergentes, como Índia e China, onde há o crescimento expressivo de novas indicações, pois essa procedência é associada a uma “qualidade original” (VIEIRA; BUAINAIN, 2012).

O modelo europeu que retrata essa “qualidade” espalhou-se pelo mundo, pelos processos de colonização e de globalização, tomando diferentes formatos em sistemas jurídicos nacionais específicos, segundo cada país (BRANCO et al., 2013). Este modelo se espalhou e tornou-se referência para os demais continentes.

No continente americano, Soares (2014) aponta que houve o TRIPS ou Acordo sobre Aspectos de Propriedade Intelectual, também chamado de Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC), decorrente da Rodada do Uruguai e do surgimento da Organização Mundial do Comércio (OMC), foi elaborado em 15 de abril de 1994, e estabeleceu regras destinadas a regular os procedimentos quanto à aplicação de propriedade intelectual nos países membros. O Acordo TRIPS define em seu Artigo 22 esse instituto como um direito de propriedade intelectual que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Assim sendo, segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), a indicação geográfica é um sinal utilizado em produtos que têm uma origem geográfica específica e possuem qualidades, reputação ou características que são essencialmente imputáveis a essa origem, de modo que torna esses produtos conhecidos por sua designação geográfica de procedência (GOLLO, 2006). A seção seguinte apresentará um panorama da situação do Brasil no que concerne a este assunto.

## 2.2.2 Um Panorama das Indicações Geográficas no Brasil

A preocupação com as Indicações Geográficas são mais antigas nos países europeus, como fora abordado, anteriormente. No Brasil, essa visão trazida pela Indicação Geográfica ainda é muito recente e caminha para uma maior valorização (ALMEIDA et al., 2014; BRANCO et al., 2013). A maioria das IGs bem-sucedidas no país diz respeito a produtos com uma “herança cultural” europeia (BERTONCELLO; SILVA; GODINHO, 2016). Inclusive, o bordado filé que é objeto de estudo deste trabalho possui dessa influência.

A discussão acerca das Indicações Geográficas foi iniciada à partir dos anos 90 no Brasil, mas só à partir dos anos 2000 que se começou a ter indicações geográficas registradas no país e, ainda mais recentemente, pode-se perceber um maior debate e desenvolvimento de políticas e pesquisas com relação ao tema (MEDEIROS; PASSADOR, 2015). O termo Indicação Geográfica foi introduzido por ocasião da promulgação da Lei da Propriedade Industrial 9.279 de 14 de maio de 1996 – LPI/96.

Para o Instituto Nacional da Propriedade Intelectual – INPI (2016), quando qualidade e tradição se encontram num espaço físico, quando cidades e regiões ganham fama por causa de seus produtos ou serviços, a Indicação Geográfica surge como fator decisivo para garantir a diferenciação do produto. As Indicações Geográficas se referem a produtos ou serviços que tenham uma origem geográfica específica, seu registro reconhece reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local, como resultado, elas comunicam ao mundo que uma certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo diferenciado e de excelência (INPI, 2016).

A LPI/96 considera Indicação Geográfica a Indicação de Procedência - IP e a Denominação de Origem - DO, dando ao INPI a competência para estabelecer as condições de registro das indicações geográficas no Brasil. O quadro 5 apresenta a distinção entre IP e DO:

Quadro 5 (2): Tipos de Indicações Geográficas

TIPOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS		
	INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA	DENOMINAÇÃO DE ORIGEM
<b>DEFINIÇÃO</b>	Refere-se ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço.	Refere-se ao nome do local, que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica.
<b>REQUISITOS</b>	Apresentação de documentos que comprovem que o nome geográfico seja conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou prestação do serviço.	Apresentação da descrição das qualidades e as características do produto ou serviço que se destacam, exclusiva ou essencialmente, por causa do meio geográfico, ou aos fatores naturais e humanos.
<b>PRAZO DE VALIDADE</b>	Não possui.	Não possui.

Fonte: Adaptado pela autora do INPI (2016)

A principal diferença entre os dois tipos de IG diz respeito ao fato de que o laço entre o produto e a região de origem no caso da primeira (IP) é menos estreito, isto é, nela considera-se basicamente a fama que a região adquiriu no desenvolvimento ou produção do produto, diferentemente da DO, onde são relevantes, além do local, a matéria prima e o modo de produção do produto (história da região) (BERTONCELLO; SILVA; GODINHO, 2016). Complementam esta explicação Conceição et al. (2014), ao clarificarem que a IP está ligada essencialmente ao renome (tradição de produção, extração, produção, fabricação), enquanto a DO está associada à qualidade do produto (essa em decorrência do espaço geográfico).

A Indicação de Procedência é caracterizada por uma *expertise* que surge em um determinado território e ganha reputação além de seus limites, enquanto a Denominação de Origem, além desta notoriedade, requer profunda relação com o meio natural e humano (RODRIGUES; DURSO; ROCHA, 2015).

No caso da IP, especificamente, segundo Kipper, Grunevald e Neu (2011), o nome geográfico conhecido pela industrialização de um determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, possibilita agregação de valor quando indicada a sua origem, independente de outras características.

A primeira concessão de Indicação Geográfica, foi da modalidade IP, ocorreu em 2002 com os vinhos finos (tinto, branco e espumante) do Vale dos Vinhedos, atribuída à A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE, registrado em 19 de novembro sob o número IG200002 (INPI, 2016).

Mais tarde, a Legislação Brasileira, com o Decreto nº 7285, de 12 de novembro de 2010, promoveu a alteração da estrutura administrativa do INPI criando, dentre outros dispositivos, a Coordenação de Fomento e Registro de Indicação Geográfica, vinculada à Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR) na Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros (DICIG), antes, não havia uma coordenação específica para as IGs, que tramitavam no bojo do desenho industrial na Coordenação de Desenho Industrial e Indicação Geográfica (CODING) (MELLO, 2015b). Essa nova estrutura permite maior atenção às IGs e demonstra sua importância no país

Avanços significativos vêm sendo desenvolvidos para definir ou delinear o campo da IG no país. Um exemplo disso foi o recente reconhecimento da cachaça, perante a comunidade internacional, como produto genuíno brasileiro, diferenciando do rum produzido em Cuba e em Porto Rico (CALDAS, 2014). Ainda para o autor, o Decreto nº 4.042 esclarece que cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, o decreto também define a caipirinha como bebida típica brasileira, obtida exclusivamente com cachaça, servida com limão e açúcar.

E, assim, para França et al. (2015), a construção de um Sistema de Indicação Geográfica Brasileiro tem sido pautada por uma variedade ampla de bens, envolvendo desde produtos industriais e agrícolas, serviços e até artesanato.

Dentre as indicações geográficas nacionais mais conhecidas pelo INPI(2016), estão: Vale dos Sinos (couro acabado), Paraty (cachaça), Região do Jalapão do Estado do Tocantins (artesanatos em capim dourado), Pelotas (doces tradicionais de confeitaria e de frutas), Paneleiras de Goiabeiras (panelas de barro), indústrias de Calçados de Franca (calçados), Vales da Uva Goethe (vinhos de uva Goethe); Queijos Canastra (queijo); norte pioneiro do Paraná (cafés especiais); Cacaucultores de Linhares (cacau em amêndoas); São Tiago (biscoitos); Manguezais de Alagoas (própolis vermelha e extrato de própolis vermelha).

### *2.2.2.1 Indicação Geográfica: Processo de Obtenção*

Saberes e produtos locais, são reconhecidos e valorizados à partir das reivindicações de povos e comunidades tradicionais, sendo rapidamente incorporados a novos padrões de produção e consumo da economia global, tais selos de certificação são requisitados e usados, cada vez mais, como marcadores de autenticidade e no Brasil, há um interesse crescente pelas solicitações de IGs para a proteção comercial de produtos artesanais (BELAS, 2012).

Quando determinado bem conquistou notoriedade (por seus atributos), sendo indicado pela referência a determinado local, as características de qualidade única decorrem desse território (solo, clima, vegetação, topografia) e do conhecimento local (saber fazer adquirido tradicionalmente) dos produtores, então é possível considerar que existe potencial para a proteção do ativo intangível Indicação Geográfica de acordo com o arcabouço legal brasileiro (FRANÇA et al., 2015).

Para solicitar o registro de IG, Mello (2015a) orienta que é necessário pagar a taxa correspondente ao serviço, por meio da Guia de Recolhimento da União (GRU), preenchendo o formulário específico, em duas vias, com os dados do requerente, tipologia de IG (se de IP ou DO), nome e delimitação da área e do produto.

Os seguintes documentos devem ser anexados: comprovante da legitimidade do requerente; cópia de atos constitutivos do requerente da última ata de eleição; cópias do documento de identidade e inscrição no CPF do representante legal da entidade requerente; regulamento de uso do nome geográfico; instrumento oficial que delimita a área geográfica; descrição do produto ou serviço; características do produto ou serviço; etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica; comprovação de que os produtores ou prestadores de serviços atuam na área do pedido e exercem a atividade econômica que buscam proteger; existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação Geográfica e seu produto ou serviço (INPE, 2016).

O pedido de Indicação Geográfica custa R\$ 590 para Indicação de Procedência e R\$ 2.135 para Denominação de Origem (INPI, 2016). É realizado um exame na documentação submetida, sendo deferida a solicitação, o depositante tem um período de sessenta dias para pagar as taxas de concessão do registro e emissão do certificado.

As Indicações Geográficas no Brasil tem natureza declaratória, sob a forma registral, assim após o interessado pedir o registro ao órgão competente, no caso brasileiro, o INPI, tal Instituto declara, reconhece que o pedido preenche os requisitos e concede o tipo de IG requerida. O responsável pelo requerimento é a uma entidade que representa esta coletividade, geralmente associações, podendo ser também sindicatos ou cooperativas. O controle e fiscalização são realizados pelos próprios produtores que defendem o interesse pela manutenção da qualidade e reputação (ALBINO; CARLS, 2015).

De forma sintética, Medeiros e Passador (2015) afirmam que é possível compreender a IP como indicação geográfica mais simples e com menor quantidade de requisitos a serem atendidos, pois a IP informa a procedência enquanto a DO, além disso, indica qualidades e

características inerentes ao produto ou serviço. Estes ainda reconhecem que poder-se-ia pensar na IP como requisito para DO, embora não está estabelecido pela lei, uma vez que uma DO pode ser diretamente pleiteada, todavia os requerentes podem considerar o investimento inicial e a necessidade de documentação menor e optar pela IP enquanto se preparam para obter a DO.

### 2.2.3 Território como Construção Social e sua Relação com a Identidade

Para fins do estudo, faz-se importante pontuar a concepção de território, no qual pode ser percebido como um espaço de relações sociais, onde há o sentimento de pertencimento dos atores locais à identidade construída, e associada ao espaço de ação coletiva e de apropriação, onde são criados laços de solidariedade entre esses atores (FLORES, 2006).

Dentre as contribuições de Lacour (1985) sobre a construção social do território, destaca-se a consideração de que a noção de espaço-lugar como espaço de suporte das atividades econômicas é substituída pela ideia do espaço-território carregado de vida e de cultura assim como de desenvolvimento potencial.

Num sentido antropológico, destacado por Tizon (1995), o território é o considerado o ambiente de vida, de ação, e de pensamento de uma comunidade, associado a processos de construção de identidade.

O saber-fazer local, como avalia Flores (2006) seria uma própria forma de expressão cultural local, que define a identidade, através da qual se estabelecem as relações de indivíduos e grupos. Segundo este mesmo autor, a construção social de um território, portanto, pode ser associada às estratégias de valorização de produtos locais, de forma diferenciada, se a eles se associa os fatores que diferenciam o território, ou melhor dizendo, os fatores que lhe são específicos, na maioria das vezes, são formados pela interação entre o patrimônio natural e o patrimônio histórico-cultural presentes no território.

Nesse contexto, tendo o território como fator de diferenciação, os produtos certificados com a Indicação Geográfica refletem, de fato, uma identificação com o território de origem em suas dimensões socioprodutivas, geoambientais e histórico-culturais, em última instância é o saber-fazer que proporciona a conquista da reputação dos produtos certificados, baseados nas potencialidades locais (CALDAS, 2014). Na mesma perspectiva, Mello (2015b)

e Cerdan et. al. (2010) comentam que as indicações geográficas destacam as particularidades não só do produto, mas também do território em que este se insere.

As IGs vinculam-se às regiões especializadas na produção e elaboração de determinados produtos, os quais apresentam características semelhantes, seja na forma de fazê-los, produzi-los, coletá-los e armazená-los, o que pressupõe a delimitação do território onde a produção, as práticas culturais, os sistemas de elaboração, o controle de qualidade, a base tecnológica, a qualificação profissional, os critérios de produção e de elaboração, a configuração territorial, reunidos numa marca, garantem a singularidade do território e a fazem diferenciar-se de outros territórios produtores (CALDAS, 2014).

Em se tratando do relacionamento do produto ao território, Arantes (2004) destaca três pontos importantes, a saber: (I) a singularidade, que significa que os diferenciais do produto estejam efetivamente enraizados na cultura local; (II) a rastreabilidade, que torna possível o contato do consumidor com a ambiência social e cultural do produto na origem; e (III) a qualidade, que precisa estar associada sempre à base cultural dos produtores e de sua organização social.

No quesito rastreabilidade, Moity-Maizi et al. (2001) afirmam que tal elemento permite que os indivíduos percebam mais facilmente os fatores de identidade, de garantia de origem e de confiança. Assim, Flores (2006) aponta que a diferenciação de produtos por meio de Indicações Geográficas se baseiam na valorização de atributos locais específicos, onde há uma associação do conteúdo simbólico da mensagem trocada entre produtor e consumidor. Essa diferenciação de produtos vinculados a um produto de determinado território possui características locais específicas o que provoca a sinergia entre a cultura local e global.

## 2.2.4 Alinhamento entre Cultura Local e Global para as Indicações Geográficas

Ao passo que as sociedades se desenvolvem, cidades e regiões ganham fama por causa de seus produtos ou serviços à partir da constatação da existência de tradição vinculada a localização (LIMA et al., 2015).

Os territórios possuem propriedades naturais únicas, como tipos de solo, vegetação, relevo e clima, atributos estes que, quando aliados aos conhecimentos e ao saber-fazer das comunidades locais ou tradicionais que residem nesses territórios, tais aspectos permitem que os produtos oriundos de certas regiões adquiram características peculiares próprias de

produtos artesanais, as quais não são encontradas em qualquer outro lugar (FRANÇA et al., 2015).

Fatores como a globalização e incertezas com relação à origem dos produtos promovem o desejo dos consumidores em comprar produtos diferenciados, cuja qualidade e procedência possam ser garantidas (VALENTE et al., 2012).

Isto faz emergir a demanda pelo diferente e específico e reafirma a importância da origem, história, valores próprios e informações sobre os produtos (VIEIRA; BUAINAIN, 2012, p.40). A indicação geográfica é capaz de atender a essa demanda pela genuinidade local aos produtos e serviços que a assim a detêm (ALMEIDA; PAIVA JÚNIOR; GUERRA, 2010).

Nos últimos anos, além de desempenhar esta função cada vez mais relevante nas transações comerciais, as IGs surgem como uma alternativa de desenvolvimento social e cultural, dentro de uma perspectiva que valoriza a ação coletiva e a identidade local (MARINS; CABRAL, 2015).

Deste modo, as mudanças associadas ao produto em função da obtenção da Indicação Geográfica não se limitam aos atributos tangíveis, se a introdução de critérios de certificação provoca mudanças na dimensão material do produto, elas repercutirão também na dimensão simbólica deste, uma vez que essas duas dimensões são indissociáveis (BAKHTIN, 1999).

A IG é um instrumento utilizado no mundo globalizado para distinguir produtos especializados, por meio da revalorização de ativos de um determinado território, tais como costumes, tradições, práticas com forte enraizamento sociocultural, sendo, portanto, vetor de processos endógenos de desenvolvimento territorial (SANTOS, 2014).

Por isso, é pertinente apontar que, conforme Belas (2012), a indicação geográfica reúne elementos que favorecem a proteção cultural e valorização de uma produção coletiva para artesanatos historicamente regionalizados. A IG entra como proteção decisiva para garantir a diferenciação desse produto, agregando valor não apenas econômico, mas também cultural (LIMA et al., 2015).

As Indicações Geográficas como indicam Albino e Carls (2015) estão associadas à qualidade e à tipificação do produto ou serviço, promovendo a garantia dessa qualidade, da reputação e da identidade destes. Em segundo lugar, servem para garantir ao consumidor a segurança tanto da origem geográfica do produto como de qualidades ou características decorrentes dessa origem.

## 2.2.5 Indicação Geográfica e sua Relação com o Artesanato

Tratar de “patrimônio cultural” na contemporaneidade, significa abordar uma categoria capaz de abranger uma infinidade de possibilidades, tendo em vista a diversidade de produção material e/ou imaterial, de origem artística, histórica, arquitetônica e/ou científica, delimitadas por uma geografia ou um conjunto de pessoas específicos, no qual esses últimos conferem uma identidade e valor ao “produto” oriundo de suas tradições, localização, memórias e experiências empíricas plurais (MELLO, 2015b).

As peculiaridades desses produtos lhes atribuem certo destaque, reputação, valor intrínseco e identidade própria, que os distinguem dos demais produtos de igual natureza disponíveis no mercado, tornando-os, a priori, mais valiosos (FRANÇA et al., 2015).

Pode ser considerado um “bem patrimonializado” àquele que é reconhecido como tal pela comunidade de onde provêm, agregando importância à singularidade de suas características, estruturas físicas, modo de fazer, grupo social participante ou historicidade, sendo por isso também objeto de registro e valorização por parte de organismos voltados para a preservação da cultura (MELLO, 2015b).

Então, a procura por produtos protegidos por signos distintivos, entre as quais se incluem às indicações geográficas, marcas de certificação e marcas coletivas, questões como consumo seguro; consumo consciente; cultivo sustentável; desenvolvimento regional; rastreabilidade; tradição e tipicidade começam a afetar as decisões de compra (PORTO, 2012; TREGGAR; GIRAUD, 2011). As IGs envolvem um componente humano, cultural, tais como saberes, práticas, modos e locais de transformação (SILVA et al., 2010).

De modo mais amplo, os produtos com IG têm origem geográfica definida, incorporam ativos imateriais como reputação, fatores ambientais e humanos, proporcionando peças com características próprias, que traduzem a identidade e a cultura de um determinado espaço geográfico (FRANÇA et al., 2015).

No que concerne ao artesanato, em sua conceituação, a palavra “artesanato” designa um lugar da “Arte” por excelência (MELLO, 2015b). Destarte, os produtos oriundos de processos produtivos artesanais quando conseguem uma IG, promovem a valorização de seu território, além da obtenção de reconhecimento da população produtora, dos saberes locais e asseguram ao consumidor uma confiabilidade no produto adquirido (BRANCO et al., 2013).

O selo de IG (nas modalidades IP ou DO) imprime relevância econômica e potencial de comercialização do artesanato produzido em um determinado espaço, além de assegurar os

direitos de propriedade dos artesãos, impulsiona a ampliação de renda e sustentabilidade em seus ofícios tradicionais (MELLO, 2014).

Tais Indicações Geográficas estabelecem um vínculo entre um produto artesanal com a sua região de origem, se tornando uma ferramenta coletiva em favor dos artesãos, da promoção de suas peças e territórios (LIMA; TAPAJÓS, 2010).

Por fim, Mello (2015b) afiança que a IG possui um importante fator de impacto em produtos artesanais, tendo em vista que reafirma a tradição existente num determinado espaço, conferindo valor e boa reputação vinculada a produção daquele determinado artigo. A IG possui inúmeras vantagens reveladas ao longo do seu processo, principalmente, para os produtos artesanais que possuem uma carga histórica e simbólica.

## 2.3 Economia Criativa

Nas últimas décadas, a criatividade vem ganhando espaço, tanto que, as organizações não só passaram a reconhecer sua importância como insumo de produção, mas também, seu papel transformador no processo produtivo e na geração de valor, configurando uma nova economia, a economia criativa (CARVALHAL E MUZZIO, 2015; FLORIDA, 2011). Dentro desse novo modelo, o trabalho criativo é moldado em diferentes âmbitos geográficos e institucionais, especialmente sob a evolução das condições econômicas. (VINODRAI, 2012).

Nesse contexto, surge à expressão da economia criativa, para Miguez (2007), ao que tudo indica a mesma aparece pela primeira vez em 2001, em matéria de capa da *Business Week*, intitulada *The Creative Economy – the 21st century corporation*, e logo após, no título do livro de John Howkins, publicado em Londres, *The Creative Economy – How People make Money from Ideas*.

Em seu livro, Howkins (2001) trouxe o elo entre os termos economia e criatividade, inserindo ao contexto britânico uma vertente embasada em conceitos mercadológicos de propriedade intelectual, com a ideia de que marcas, patentes e direitos autorais eram fundamentais para a transformação da criatividade (capital intelectual) em produto, injetando assim, a ideia que os indivíduos podem ganhar dinheiro através da criatividade.

Com o avanço das pesquisas acadêmicas e grandes discussões importantes sobre a temática da economia criativa, em 2005, apresenta a necessidade de revisão do conceito; e a importância de promover a aproximação entre criatividade e inovação, permitindo assim, a inclusão da ciência no âmbito das indústrias criativas; a elaboração de políticas públicas

capazes de integrar as múltiplas dimensões; e responder às várias demandas da economia criativa que surgiram ao longo dos anos (HOWKINS, 2005).

Outra importante contribuição para o tema foi o livro do autor Richard Florida, intitulado *The Rise of the Creative Class*, em 2002, com foco nos profissionais que trabalham em ambientes criativos, os quais denominou de “Classe Criativa”. Nesse livro, o autor mostra o potencial dessa classe e como as nações desenvolvidas estão se baseando na criatividade na era da informação e do conhecimento. Dentro dessa classe, encontram-se cientistas, artistas, arquitetos e formadores de opinião.

Conforme relatório da UNCTAD (2010) essa nova economia é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que podem estimular a geração de renda, a criação de empregos, a exportação de ganhos, e também promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

Segundo Miguez (2007), após uma análise histórica sobre o surgimento da economia criativa é possível compreender o novo conceito como uma extensão da economia da cultura, e esta, por sua vez, como uma ampliação dos limites que aceiravam a economia das artes. Corroborando com essa mesma perspectiva, Machado (2009), sustenta a afirmação e acrescenta que a junção entre essas áreas, requer cuidados, pois as atividades ligadas às mesmas são bens e produtos culturais e, portanto, possuem dupla natureza, econômica e cultural, possuindo identidades, valores e significados, não abrindo brechas para um tratamento de valor meramente comercial.

Diferentemente das economias tradicionais que se apoiam em recursos materiais e na instrumentalização do trabalho, a economia criativa abarca os recursos intangíveis ligados ao capital intelectual para geração de renda. Os fatores desse capital intelectual estão imbricados nos conhecimentos, nas experiências e na criatividade. A combinação desses fatores, segundo Howkins (2001), é o produto criativo, ou seja, um produto resultante da atividade criativa que gera valor econômico.

Alguns teóricos afirmam que a temática é recente e alvo de críticas e debates, principalmente em relação aos conceitos dos termos “economia criativa” e “indústria criativa”, os dois configuram uma discussão ainda em fase de solidificação, que mesmo com lacunas de compreensão, possui um caminho ascendente (COSTA, SANTOS, 2011; PRATT; HUTTON, 2013). Para UNCTAD (2010), no centro da economia criativa encontra-se as indústrias criativas, responsáveis pelos setores e atividades que movimentam esse fenômeno, conhecidos como setores criativos.

### 2.3.1 Setores Criativos

A identificação de indústria criativa como setor e seu conceito surgiu em 1997, como resultado da decisão do governo inglês do manifesto pré-eleitoral do partido *New Labour*, e naquele ano, Tony Blair (primeiro ministro) instituiu a *Creative Industries Task Force* (CITF) como atividade central de seu novo Departamento da Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) (CORAZZA, 2013).

Foi o Departamento de Cultura, Mídia e Esportes (DCMS) do Reino Unido que cravou esse novo conceito, ao lançar o primeiro mapeamento das indústrias criativas, tendo como um dos objetivos revelar que esses setores estão além do âmbito cultural, pois possuem um elevado potencial de geração de empregos e renda (CARVALHAL E MUZZIO, 2015).

Um marco importante para a propagação do conceito foi o lançamento do livro *Creative industries: contracts between arts and commerce*, de Richard Caves, em 2000. Nele, o autor explora em sua obra as indústrias criativas, a identificação e discussão sobre os diversos problemas que o setor enfrenta e a relação entre a economia e a criatividade. Essas indústrias criativas abarcam as artes visuais e performáticas, teatro, cinema, áudio e mercado editorial (CORAZZA, 2013).

A partir de 2004, o tema emerge em outros países, como o Brasil, África do Sul, Índia, Cingapura, China, através de um painel a realização de um Painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento, durante a XI Conferência da UNCTAD, em São Paulo, tornando essa Conferência um marco deste processo, exatamente pelo fato de ter recomendado a criação de uma instituição internacional dedicada à economia criativa, na perspectiva do fortalecimento e desenvolvimento deste setor, em países emergentes (MINGUEZ, 2007)

Os autores Serafim et al. (2013) fazem uma observação sobre os estudos da temática da economia criativa. Para eles, a questão da maior parte das publicações e debates sobre o tema serem de origem anglo-saxã, podem gerar incompreensões semânticas, devido as diferenças culturais. Eles explicam que a terminologia “*creative industries*”, de origem inglesa, pode ser traduzida no Brasil como “indústrias criativas”. Contudo, o termo no inglês significa “setor”, ou seja, a cadeia de empresas que realizam uma determinada atividade produtiva.

As indústrias criativas são ciclos de criação, produção e distribuição de serviços que utilizam a criatividade e capital intelectual como insumos primários, com foco no entrelaçamento dos setores artísticos, de serviços e industriais (UNCTAD,2010).

Alguns autores e instituições tentam delimitar conceitos e classificações para os setores criativos, mostrando que esses setores possuem sua origem na criatividade, e englobam diversas áreas que vão desde as artes até a ciência e tecnologia. Essas classificações contemplam os seguintes setores: propaganda, arquitetura, artes, artesanato, design, moda, cinema, música, artes cênicas, setor editorial, pesquisa e desenvolvimento, *software*, jogos, televisão, rádio e vídeo-game (DCMS, 2016; CORAZZA, 2013; MIGUEZ, 2007; BRITISH COUNCIL, 2005; HOWKINS, 2001). A UNCTAD classifica as indústrias criativas em quatro grupos: Patrimônio, Artes, Mídia e Criações Funcionais, conforme quadro 6:

**Quadro 6 (2): Classificação das Indústrias Criativas pela UNCTAD**

<b>GRUPO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>SUBGRUPOS</b>
Patrimônio	O patrimônio cultural é identificado como a origem de todas as formas de arte e a alma das indústrias cultural e criativa.	a) Expressões Culturais Tradicionais: artesanato, festivais e celebrações.  b) Sítios Culturais: sítios arqueológicos, museus, bibliotecas e exposições.
Artes	Este grupo inclui as indústrias criativas baseadas puramente na arte e na cultura.	a) Artes Visuais: pintura, escultura, fotografia e antiguidades.  b) Artes Dramáticas: música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo e marionetes.
Mídia	Produzem conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos.	a) Publicação e mídia impressa: livros, imprensa e outras publicações.  b) Audiovisuais: cinema, televisão, rádio e outras difusões.
Criações Funcionais	Este grupo constitui indústrias mais impulsionadas pela demanda e voltadas à prestação de serviços.	a) Design: interiores, moda, gráfico, jóias; desenvolvimento (P&D), e serviços culturais.  b) Novas mídias: conteúdo digital, software, jogos e animação.  c) Serviços Criativos: arquitetura, propaganda, pesquisa e desenvolvimento (P&D), e serviços culturais.

Fonte: UNCTAD (2010)

O grupo de Patrimônio é o ponto de partida da classificação. Ele une os aspectos culturais dos pontos de vista histórico, antropológico, étnico, estético e social, influencia a criatividade e se caracteriza como a origem de uma gama de produtos e serviços patrimoniais,

além de atividades culturais. O segundo grupo envolve as Artes, engloba o trabalho artístico que é inspirado pelo patrimônio, valores de identidade e significado simbólico.

O terceiro grupo Mídia produz conteúdo criativo com o objetivo de estabelecer comunicação com grandes públicos, não levando em consideração o conteúdo digital. O último grupo de Criações Funcionais são setores voltados para prestação de serviços, com a criação de produtos e serviços que possuam fins funcionais.

Nos últimos anos, a indústria criativa vem funcionando de maneira significativa em nível mundial. Essa dimensão é possível ser verificada através de estudos recentes em diversas regiões que apresentam forte influência da economia criativa, são elas: Reino Unido (O'CONNOR; GU, 2010), Austrália (GIBSON; LUCKMAN; WILLOUGHBYSMITH, 2010), Canadá e Dinamarca (VINODRAI, 2012); Estados Unidos e Canadá (GRODACH, 2013), Inglaterra (PRATT; HUTTON, 2013) e Brasil (ALMEIDA; GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2013).

Segundo Relatório do FIRJAN (2014), no Brasil, sob a ótica da produção, a indústria criativa é formada por 251 mil empresas, segundo dados de 2013. Num olhar sobre a última década, houve um crescimento de 69,1% desde 2004, quando eram cerca de 148 mil empresas. Esse crescimento toma ainda maior proporção e relevância quando comparado à movimentação de empresas no Brasil, que de uma forma geral cresceu 35,5%, ou seja, os estabelecimentos criativos cresceram quase o dobro no mesmo período.

Com base na massa salarial dessas empresas, estima-se que a indústria criativa brasileira gere um Produto Interno Bruto equivalente a R\$ 126 bilhões, ou 2,6% do total produzido no Brasil em 2013, frente a 2,1% em 2004. Nesse período, o PIB da Indústria Criativa avançou 69,8% em termos reais, acima do avanço de 36,4% do PIB brasileiro nos mesmos dez anos (FIRJAN, 2014).

### *2.3.1.1 O Artesanato*

A produção artesanal acompanha o homem desde os primórdios de sua história, passando por uma estruturação na Idade Média, quando a produção encontrava-se nas mãos dos artesãos que, posteriormente, se reuniram para suprir necessidades do mercado de trabalho e consumo, configurando-se numa forma de trabalho de cooperação, uma espécie de trabalho comunitário (SANTOS et al., 2010).

Nas últimas décadas do século XX, mais especificamente no ano de 1996, a realização do *Seminário Internacional Design sem Fronteiras*, ocorrido em Bogotá (Colômbia), com a presença dos dirigentes do Conselho Mundial de Artesanato (WCC), apresentou a proposição de Eduardo Barroso Neto com intenção de definir o termo “artesanato” como: “toda atividade produtiva de objetos e artefatos realizados manualmente, ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, apuro técnico, engenho e arte” (BARROSO NETO, 2014, p. 3).

No Brasil, o artesanato ganhou relevância com a elaboração do Programa do Artesanato Brasileiro – PAB está vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, conforme Decreto nº 1.508, de 31 de maio de 1995, compondo a estrutura da Secretaria de Comércio e Serviços. Por muito tempo, os produtos artesanais ficaram em segundo plano, devido ao advento da industrialização. A revolução industrial chegou ao Brasil com muita força, focando na racionalização do trabalho, e tratando os objetos feitos à mão como tradições passadas devendo ser substituídos por máquinas, sinônimo, até então, de futuro e desenvolvimento (BORGES, 2011). As ações do Programa Brasileiro de Artesanato PAB (2012) possuem abrangência nacional, levando em consideração as características peculiares do ambiente cultural, social e econômico de cada região.

O PAB (2012) conceitua o artesanato:

Compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (*possui valor simbólico e identidade cultural*), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

O PAB tem como principal objetivo “a geração de trabalho e renda e a melhoria do nível cultural, profissional, social e econômico do artesão brasileiro” (PAB, 2012, p. 9), visto isso, há uma crítica ferrenha sobre algumas iniciativas assumidas pelas políticas públicas de incentivo ao artesanato que buscam conceber a lógica capitalista de produção e comercialização na produção artesanal, em relação ao que o PAB vem chamar de artesanato de referência cultural (RAMOS, 2013).

Para o PAB (2012), pelo termo referência cultural, entende-se:

Sua principal característica é o resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Os produtos, em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e

otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-lo às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade (PAB, 2012, p.29).

A terminologia utilizada de Referência Cultural tem por finalidade minimizar o que há por trás do programa, ligadas à lógica capitalista e envolvendo a problemática do processo de transformação da cultura em produto (RAMOS, 2013). Corroborando com a autora, Canclini (1983), diz que a discussão que perdurou por anos que o artesanato é algo atrasado e retrógrado à modernidade foi derrubado, passando a fazer parte dessa lógica capitalista, que vai a busca de deixá-lo apto ao mercado de consumo.

Com a evolução da atividade, diversas instituições ligadas à temática e pesquisadores conceituam o artesanato e suas nuances. Para UNESCO (1997), os produtos artesanais podem ser produzidos totalmente a mão ou por meio mecânico, desde que, a contribuição manual do artesão continue sendo elemento substancial do produto acabado. O artesanato não é apenas o produto final, as relações e o contexto social que o objeto está inserido diz muito sobre entendimento do processo artesanal, esse universo não é homogêneo, pois existem modos de fazer diferentes e culturas peculiares (HEGE, 2009; LIMA, 2002).

Enquanto trabalho manual vinculado ao saber fazer, o artesanato pode ser realizado com múltiplas finalidades: como peças utilitárias na substituição de produtos industriais de valor mais elevado; como arte conceitual, na medida em que orbita por uma autoafirmação social ou cultural que visa demarcar um posicionamento ideológico ou estético singular; como material decorativo, buscando tornar mais confortável o ambiente no qual será inserido; como elemento litúrgico, quando utilizado com fins rituais ou práticas religiosas devocionais e, por fim, como produtos lúdicos direcionados ao entretenimento, em práticas folclóricas, como brinquedos ou instrumentos musicais (BARROSO NETO, 2014, p. 5).

O artesanato traz em sua essência a criatividade de quem o faz. O fato é que a criatividade instintiva da humanidade vem desde muito tempo, na Antiguidade, a mesma já se assumia certa funcionalidade na produção de peças e ferramentas para o exercício do trabalho agrícola, revelando-se um objeto de uso prático, utilitário, tangível e acessível (VIEIRA, 2014).

Atualmente, o artesanato vem sendo discutido como elemento de transformação social. A atividade artesanal é construída, transmitida e modificada ao longo das gerações, com isso, além da sua função econômica, de geração de ocupação e renda, a função social de

desenvolvimento local e redução das desigualdades sociais são relevantes no processo (BRANDÃO; SILVA E FISCHER, 2012). Corroborando com isso, o PAB (2016), diz que o artesanato nos últimos tempos, além de seu caráter econômico, agrega um impacto crescente na inclusão social, na geração de trabalho e renda e nas vocações regionais.

## 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

---

Para atender o objetivo do presente estudo, que consiste em entender como a obtenção do selo de Indicação Geográfica [Re]significou a afirmação identitária do bordado “Filé” em Alagoas, o detalhamento metodológico apresentado nesta seção consistirá nos seguintes tópicos: Tipo e Natureza da Pesquisa; Ambiente da Pesquisa; Seleção dos Sujeitos; Coleta de Dados; Análise dos Dados e Critérios de Validade e Confiabilidade.

### 3.1 Tipo e Natureza da Pesquisa

A pesquisa social vem acompanhando a evolução da humanidade e à medida que se distancia da visão positivista das leis universais, incorpora e aprimora pressupostos próprios da pesquisa qualitativa dentro do paradigma interpretativo (SILVA; GOBBI; SIMÃO, 2011). Por sua vez, a pesquisa qualitativa vem ganhando espaço em trabalhos acadêmicos pertencentes a diversas áreas de conhecimento, principalmente àquelas que não a privilegiavam em seus primórdios como é o caso da Administração, o que provavelmente, seja ocasionado pela necessidade de ruptura com a forma tradicional de se fazer ciência e devido a maior complexidade dos fenômenos estudados (CHUEKE; LIMA, 2011).

O presente estudo é de caráter qualitativo, situado no paradigma interpretativo. A abordagem qualitativa entende que a realidade é subjetiva, múltipla e socialmente construída (AUGUSTO et al., 2013; CHUEKE; LIMA, 2011; SILVA; GOBBI; SIMÃO, 2011; CRESWELL, 2010; MINAYO, 2010; DENZIN; LINCOLN, 2006). Os autores Denzin e Lincoln (2006) complementam que a pesquisa qualitativa consiste num conjunto de práticas materiais e interpretativas que dão visibilidade ao mundo da experiência vivida, pois é nele que a crença individual, ação e cultura entrecruzam-se.

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares, trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, e isso se refere a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos, os quais não podem ser quantificados (MINAYO, 2010).

Nessa direção, Creswell (2010) aponta alguns tipos de estratégias de investigação da pesquisa qualitativa, como a narrativa, a fenomenologia, a etnografia, o estudo de caso e a teoria fundamentada. A estratégia selecionada é a do Estudo de Caso, que consiste na

observação detalhada de um contexto, ou de um indivíduo, de uma fonte de documentos ou de um acontecimento específico (BOGDAN & BIKLEN, 1994). Nesse caso, o estudo em questão se justifica em função da particularidade que envolve o objeto de estudo, o bordado filé, que por sua vez, apresenta condições identitárias e culturais em um contexto geográfico específico.

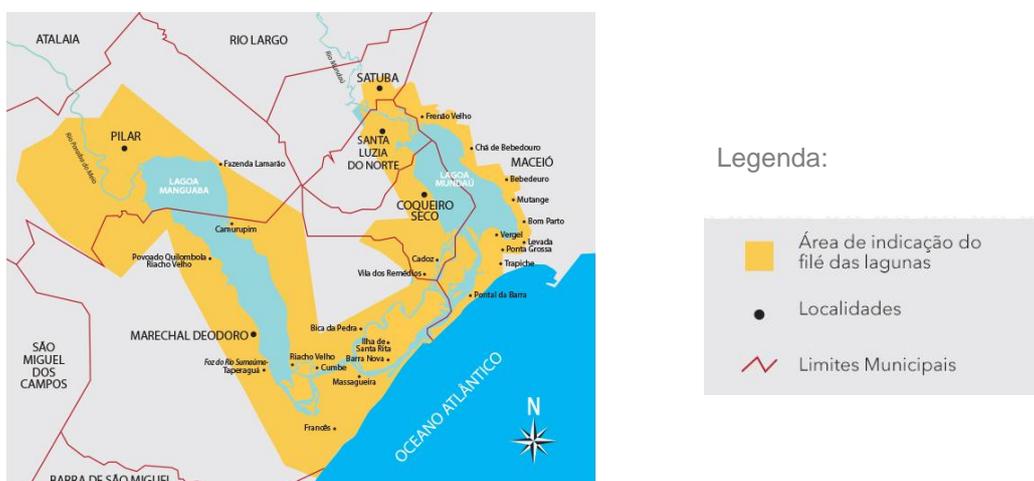
Especificamente, considera-se este um estudo exploratório, pois visa desbravar o ainda desconhecido, examinar um tema ou problema de pesquisa pouco estudado (GODOY, 2010), o que por sua vez será realizado tendo como lócus de investigação o Instituto do Bordado Filé Alagoas – Inbordal.

### 3.2 Ambiente da Pesquisa

O Instituto do Bordado Filé de Alagoas (Inbordal), da Região das Lagoas Mundaú e Manguaba, foi criado em 28 de março de 2014, logo após o registro do bordado filé como Patrimônio Imaterial de Alagoas, localiza-se no Pontal da Barra, bairro da capital alagoana, onde se encontra um número significativo de artesãos, sendo alguns com cargos de gestão para direcionar os negócios e administrar o Instituto (INBORDAL, 2016).

O Inbordal tem como missão proteger a tradição do Bordado Filé da Região das Lagoas Mundaú e Manguaba, garantindo produtos de qualidade, fortalecendo e promovendo esse ofício tradicional daquela comunidade.

**Figura 5 (3): Mapa de IP das Lagoas Mundaú-Manguaba**



Fonte: INBORDAL (2016)

A área da Indicação de Procedência da atividade do Bordado Filé em Alagoas, conforme demonstrado no mapa da figura 5, compreende uma espaço de 252 Km<sup>2</sup>, abrangendo o Complexo Estuarino Lagunar Mundaú-Manguaba e sua circunvizinhança. O território delimitado contempla a zona de atuação dos artesãos do bordado filé, que por sua vez, estão congregados no Inbordal, e são os principais sujeitos da pesquisa. A área delimitada abrange os municípios de Pilar, Marechal Deodoro, Coqueiro Seco, Santa Luzia do Norte, Satuba e Maceió.

### **3.3 Seleção dos Sujeitos**

Uma etapa importante na pesquisa é a seleção dos sujeitos a serem abordados. Conforme Minayo (2010), a pesquisa qualitativa não se baseia no critério numérico para garantir sua representatividade, mas no que os indivíduos sociais têm de significativo acerca do contexto a ser estudado. Um *corpus* desejado é aquele que reflita todo o conjunto das múltiplas dimensões do objeto pesquisado (MINAYO, 2010).

Geralmente, a pesquisa qualitativa trabalha com um corpus não intencional, pois busca entender determinadas práticas que existem em local, contexto e tempo específicos, deste modo, os informantes são identificados porque se sabe que possibilitarão a exploração de um determinado comportamento ou característica relevante à pesquisa (GRAY, 2012).

Assim, tomando o Instituto do Bordado Filé de Alagoas por sua representatividade no território certificado com a Indicação de Procedência das Lagoas Mundaú-Manguaba, os sujeitos que foram contemplados neste trabalho são os que lá estão congregados e aqueles que se envolveram na conquista obtida.

Primeiramente, foi elaborada uma lista com os principais atores envolvidos no processo de obtenção do selo, por meio de uma reunião com a presidente do Inbordal, que indicou os atores envolvidos no processo. Além dos artesãos do Instituto, representantes de alguns órgãos auxiliaram nesse avanço, são eles: SEBRAE, UFAL, secretarias do governo estadual e municipal. Contemplou-se também produtores da região que não estão inseridos no Inbordal, mas que fizeram parte da conquista do selo, estes com a intenção de entender as tensões existentes no território estudado.

São considerados atores aqueles que participaram da trajetória de obtenção da referida Indicação Geográfica, e que possuíam protagonismo na luta por reconhecimento e visibilidade

dos artefatos culturais; preservação identitária do saber-fazer e expressões locais; além da carga de conhecimento na própria confecção do bordado filé.

### 3.4 Coleta de Dados

Como apontam Ludke e André (1986), há três métodos de coleta de dados utilizados na pesquisa qualitativa: entrevista, observação e pesquisa ou análise documental. No estudo, foram utilizados os métodos indicados pelas autoras mencionadas.

No que concerne ao uso da entrevista, diz respeito a um dos métodos mais empregados na pesquisa qualitativa e parte de um *continuum* que vai desde entrevistas estruturadas, passando por entrevistas semiestruturadas, até entrevistas não estruturadas (GODOY, 2005). Optou-se pela entrevista semiestruturada como a mais pertinente a esta investigação.

A entrevista semiestruturada pode ser tida como uma forma especial de conversação, de modo que, em tal interação linguística, não é possível ignorar o efeito da presença e das situações criadas por uma das partes (o entrevistador) sobre a expressão da outra (o entrevistado) e que há sempre um significado de ação para além do significado temático da conversação (MATTOS, 2010). Tal modalidade tem atraído o interesse dos pesquisadores e passou a ser amplamente utilizada, por oferecer maior flexibilidade que numa entrevista padronizada ou em um questionário, no qual à partir da teoria é possível estabelecer categorias para análise *a posteriori* (FLICK, 2009).

O uso desse tipo de entrevista atende a finalidades exploratórias, afeita ao detalhamento de questões quanto aos conceitos relacionados, tornando-se uma rica fonte de informações à partir de um processo conversacional (OLIVEIRA; MARTINS; VASCONCELOS, 2012). Destarte, foi elaborado um roteiro, previamente, que guiou a entrevista, e foi flexibilizado à partir de fatos que possam surgir ao longo da conversação (GODOY, 2010).

A observação é um método de análise visual que consiste em se aproximar do ambiente natural em que um determinado fenômeno ocorre, visando chegar mais perto da perspectiva dos sujeitos investigados, precisa ser controlada e sistemática, o que implica na existência de um planejamento cuidadoso do trabalho a ser realizado. (AUGUSTO et al., 2013). Neste caso, é a observação direta não participante, onde o pesquisador se coloca em situação de espaço e tempo que lhe permita assistir às manifestações do fenômeno a ser estudado, podendo utilizar várias formas de registros das suas observações, como notas de campo, fichas e etc. (ABRAMO, 1979). Esta observação se deu em visitas ao Inbordal,

reuniões e ida a eventos que envolvam o objeto estudado. O objetivo aqui foi verificar dentro do processo de obtenção do selo, quais os atores envolvidos, as relações sociais entre eles, como se deu o engajamento desses sujeitos e como se organizaram para obter a conquista, neste caso, a pesquisadora apresenta no quadro 7 registra a relação de observações realizadas pela mesma no período de agosto a novembro de 2016:

**Quadro 7 (3): Registro das Observações**

<b>DATA</b>	<b>TIPO</b>
04/08/2016	Evento da Entrega do Selo
14/09/2016	Oficina Bordado Filé
03/10/2016	Visita ao Inbordal
06/10/2016	Oficina Bordado Filé
09/11/2016	Oficina Bordado Filé
14/11/2016	Reunião Ordinária Inbordal

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

A pesquisa documental apresenta uma técnica que desvela aspectos novos de um tema ou problema e complementa as informações obtidas por outras técnicas, tendo como vantagem o ato de permitir a obtenção de dados quando o acesso ao sujeito é impraticável (LUDKE; ANDRE, 1986). O levantamento documental se fez necessário para entender o contexto interno que foi construída a IG no qual situa o objeto de pesquisa. Para construção do corpus documental, levou-se em consideração o acesso as informações e a disponibilidade dos dados por parte das instituições, além dos critérios de relevância de acordo com objetivo estudado.

Foram contemplados documentos, como: Dossiê do Bordado Filé (documento de patrimonialização do bem), regulamento de uso do nome geográfico, atas de posse, apresentações de eventos, imagens e relatórios em geral.

### 3.4.1 Realização das Entrevistas

Foi criada uma lista com vinte nomes, a partir dos critérios descritos na subseção de seleção dos sujeitos. Quanto às artesãs lotadas no Inbordal, as entrevistas foram agendadas com a Presidente da instituição, *via telefone*, e as mesmas aconteceram em datas previamente combinadas. Com os atores sociais e produtores da região delimitada não participantes do Inbordal, ocorreu *via e-mail* e redes sociais. À medida que as respostas iam sendo obtidas, as

entrevistas aconteciam. Todos os que consentiram participar do processo foram muito receptivos e cordiais.

Assim que eram contatados, os entrevistados eram previamente informados acerca do objetivo do estudo e caso surgisse alguma dúvida, logo era dirimida. Para que se sentissem a vontade, foi assegurado que o conteúdo seria resguardado e que estes seriam descritos no conjunto de suas características, para que não fosse violada a confidencialidade. No início das entrevistas, os participantes permitiram que as entrevistas fossem gravadas, e em um momento posterior, houve a transcrição na íntegra dessas gravações, sem nenhum prejuízo nos discursos.

As entrevistas foram realizadas de setembro a novembro de 2016, e houve um esforço para que todas as entrevistas fossem nos dias, horários e locais sugeridos pelos próprios entrevistados, no qual a pesquisadora procurou se adequar a todos. O quadro 8 apresenta detalhes desse processo.

Quadro 8 (3): Entrevistas

<b>CÓDIGO</b>	<b>DATA</b>	<b>DURAÇÃO</b>	<b>REPRESENTAÇÃO</b>	<b>PÁGINAS DE TRANSCRIÇÃO</b>
E01	06/09/2016	01:35:00	UFAL	45
E02	08/09/2016	00:10:39	Inbordal - CONSELHO FISCAL	6
E03	08/09/2016	00:22:03	Inbordal - DIRETORIA	11
E04	08/09/2016	00:36:36	Inbordal - DIRETORIA	28
E05	08/09/2016	00:11:44	Inbordal - DIRETORIA	7
E06	08/09/2016	00:10:19	Inbordal - DIRETORIA	6
E07	08/09/2016	00:28:00	Inbordal - DIRETORIA	13
E08	14/09/2016	00:12:23	Inbordal - DIRETORIA	8
E09	21/09/2016	00:24:27	PRODUTOR DA ÁREA CERTIFICADA	22
E10	23/09/2016	01:58:42	SEBRAE	53
E11	23/09/2016	00:37:40	FMAC	20
E12	23/09/2016	00:54:52	PRODUTOR DA ÁREA CERTIFICADA	25
E13	26/09/2016	00:23:00	PRODUTOR DA ÁREA CERTIFICADA	18
E14	14/11/2016	00:13:50	Inbordal - ASSOCIADA	9
E15	14/11/2016	00:17:46	Inbordal - ASSOCIADA	12
E16	14/11/2016	00:12:23	Inbordal - ASSOCIADA	10
E17	14/11/2016	00:12:26	Inbordal - ASSOCIADA	10
E18	16/11/2016	00:35:06	SEBRAE	21
E19	17/11/2016	00:20:51	PRODUTOR DA ÁREA CERTIFICADA	11

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Ao todo, foram dezenove entrevistados até o ponto que se considerou que o conhecimento coletado permitisse compreender o fenômeno investigado (MINAYO, 2010) ou até que houvesse redundância nos dados obtidos (LINCOLN; GUBA, 1985).

De entrevistas foram nove horas, cinquenta e sete minutos e quarenta e sete segundos de áudio, o que rendeu 335 (trezentos e trinta e cinco) páginas de transcrição. Vale destacar que não se buscou volume ou quantidade e sim a compreensão do objeto estudado.

### **3.5 Análise dos Dados**

Após a realização da fase de coleta dos dados, foi feita a transcrição das entrevistas, a posteriori, foi analisado todo o material transcrito, a fim de corrigir possíveis erros e aprofundar os conhecimentos sobre o que foi pesquisado. Em seguida, a análise dos documentos e o diário de campo (utilizado na observação) foram utilizados e dado o tratamento do material. A análise de conteúdo vem sendo utilizada com frequência em pesquisas no campo da administração (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011; FLICK, 2009). O tipo de análise que será empregada na presente investigação foi calcada na proposta de Laurence Bardin.

A análise de conteúdo já era utilizada desde as primeiras tentativas da humanidade de interpretar os livros sagrados, tendo sido sistematizada como método apenas na década de 20, por Leavell, entretanto a definição de análise de conteúdo surge no final dos anos 40-50, com Berelson, auxiliado por Lazarsfeld, mas somente em 1977, foi publicada a obra de Bardin, “*Analyse de Contenu*”, na qual o método foi configurado nos detalhes que servem de orientação atualmente (BARDIN, 2011).

A análise de conteúdo, segundo a perspectiva de Bardin pode se aplicar em discursos diversos e a todas as formas de comunicação, seja qual for à natureza do seu suporte, nessa análise, o pesquisador busca compreender as características, estruturas ou modelos que estão por trás dos fragmentos de mensagens tornados em consideração (GODOY, 1995).

Dentre as comunicações, Bauer e Gaskell (2002) indicam que os materiais textuais escritos são os mais tradicionais na análise de conteúdo, podendo ser manejados pelo pesquisador na busca por respostas às questões de pesquisa. Com abordagem análoga, Flick (2009) afirma que a análise de conteúdo é um dos procedimentos clássicos para analisar o material textual, não importando qual a origem desse material, o que inclui as transcrições das entrevistas, a análise documental e a observação não participante.

A utilização da análise de conteúdo prevê três fases fundamentais definidas por Bardin (2011), conforme o quadro 9, sendo estas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados-a inferência e a interpretação.

**Quadro 9 (3): Fases da Análise de Conteúdo de Bardin (2011)**

<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO DE BARDIN (2011)</b>		
<b>FASE 1</b>	<b>PRÉ-ANÁLISE</b>	É a fase em que se organiza o material a ser analisado com o objetivo de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais. Trata-se da organização propriamente dita por meio de quatro etapas: (I) leitura flutuante, que é o estabelecimento de contato com os documentos da coleta de dados, momento em que se começa a conhecer o texto; (II) escolha dos documentos, que consiste na demarcação do que será analisado; (III) formulação das hipóteses e dos objetivos; (IV) referenciação dos índices e elaboração de indicadores, que envolve a determinação de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise.
<b>FASE 2</b>	<b>EXPLORAÇÃO DO MATERIAL</b>	Consiste na exploração do material com a definição de categorias (sistemas de codificação) e a identificação das unidades de registro (unidade de significação a codificar corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade base, visando à categorização e à contagem frequencial) e das unidades de contexto nos documentos (unidade de compreensão para codificar a unidade de registro que corresponde ao segmento da mensagem, a fim de compreender a significação exata da unidade de registro). A exploração do material consiste numa etapa importante, porque vai possibilitar ou não a riqueza das interpretações e inferências. Esta é a fase da descrição analítica, a qual diz respeito ao corpus (qualquer material textual coletado) submetido a um estudo aprofundado, orientado pelas hipóteses e referenciais teóricos. Dessa forma, a codificação, a classificação e a categorização são básicas nesta fase.
<b>FASE 3</b>	<b>TRATAMENTO DOS RESULTADOS: INFERÊNCIA E INTERPRETAÇÃO</b>	Diz respeito ao tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Esta etapa é destinada ao tratamento dos resultados; ocorre nela a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais; é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica.

Fonte: Adaptado pela autora de Bardin (2011)

Para a fase de exploração do material, foram definidas pré-categorias de análise com base no suporte teórico adotado no referencial do trabalho, segue quadro 10 com a classificação e definição atribuídas a cada uma.

**Quadro 10 (3): Categorias Analíticas e suas Definições**

COBERTURA TEMÁTICA	CATEGORIAS ANALÍTICAS	DEFINIÇÕES
Dimensões	Categorias Analíticas	Definição
Dimensão subjetiva (abstrata) da identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto individual</li> <li>• Aspecto coletivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rotinas;</li> <li>• Representações individuais e coletivas;</li> <li>• Conhecimento institucional;</li> <li>• Sentimento de pertencimento ao grupo;</li> <li>• Suposições sobre o mercado consumidor;</li> <li>• Condições culturais existentes no meio social que pauta a produção cultural.</li> </ul>
Dimensão objetiva (concreta) da identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização do trabalho</li> <li>• Atores/ Relações Sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como os grupos se organizam e articulam na produção artesanal em relação à identidade cultural do produto;</li> <li>• Como o grupo se organizou para obtenção do selo;</li> <li>• Os atores envolvidos no processo, como se articularam e se organizaram;</li> <li>• A Ressignificação da identidade cultural a partir da obtenção do selo.</li> </ul>

Fonte: Adaptado pela autora de Hall (2011)

Para auxiliar no processo de análise, foi empregado o *software* QSR NVIVO 10. A própria Bardin (2011) admite as novas tecnologias como facilitadoras, afirmando que o procedimento de codificação do que é comunicado é simples, se bem que algo fastidioso quando feito manualmente. As novas tecnologias têm cada vez mais influenciado nas pesquisas, desde a década de 1980 faz parte tanto da coleta como da análise de dados em pesquisas científicas (FLICK, 2009).

O *software* NVIVO vem sendo cada vez mais utilizado no campo da administração, particularmente, em razão de que a análise de conteúdo constitui-se num método de tratamento de comunicações, que pode ser bastante amplo conforme os objetivos e delineamento metodológicos de uma pesquisa, emerge a necessidade do emprego de técnicas computacionais, por sua vez, o NVIVO, além da finalidade básica de facilitar e agilizar as análises, tem a função tanto de validar como de gerar confiança, qualificando o material coletado (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Vale ressaltar que, a utilização de *softwares* apenas serve para facilitar a análise e a interpretação, não eximindo a atuação ativa do pesquisador na adoção de um método de análise coerente e pertinente ao tema e à orientação epistemológica (ALVES; FIGUEIREDO FILHO; SILVA, 2015; MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

As entrevistas transcritas, a análise documental e o diário de campo utilizado na observação foram tratados por meio da análise de conteúdo e de acordo com as categorias de análise estabelecidas e seus objetivos.

### **3.6 Critérios de Validade e Confiabilidade**

Para a melhor utilização da pesquisa qualitativa faz-se necessário atentar para aspectos de validade e confiabilidade, no qual a validade se refere à capacidade que os métodos utilizados asseguram o alcance de seus objetivos e a confiabilidade a noção de consistência, da garantia de que outro pesquisador poderá realizar uma pesquisa semelhante e chegará a resultados similares (PAIVA JUNIOR; LEÃO; MELLO, 2011).

Ao prezar por tais elementos, serão adotadas algumas técnicas na presente investigação. Uma delas é a triangulação, que é um modo de institucionalização de perspectivas e métodos teóricos, buscando reduzir as inconsistências e contradições de uma pesquisa (GASKELL; BAUER, 2002). A triangulação supera as limitações de um método único, por combinar diversos métodos e dar-lhes igual relevância (CRESWELL, 2010; FLICK, 2009). Por isso, optou-se pela entrevista semiestruturada, observação e pesquisa documental. A triangulação torna o resultado da pesquisa profundo, rico e rigoroso (DENZIN; LINCOLN, 2006).

Como estratégia, Creswell (2010) recomenda que o pesquisador possa ser acompanhado de outra pessoa, como forma de evitar distorções na interpretação que possam comprometer a pesquisa, o que poderá ser feito a partir dos cuidados do orientador, esta ação foi realizada nesse trabalho, além do método de triangulação e da reflexividade da pesquisadora.

Todo material coletado teve como critério a saturação dos dados, ou seja, quando o conhecimento adquirido pelo pesquisador permita compreender a lógica do que fora investigado (MINAYO, 2010) ou até que se atinja a redundância de informações (LINCOLN; GUBA, 1985).

## 4 ANÁLISE E RESULTADOS

---

O principal objetivo desta dissertação, como apresentado no capítulo introdutório e aqui sendo repetido, consiste em compreender como a obtenção do selo de Indicação Geográfica [re]significou a afirmação identitária do Bordado Filé em Alagoas, tendo como aporte teórico principal a Identidade Cultural de Stuart Hall.

Esse capítulo da dissertação está dividido em quatro subseções: (I) a descrição de como ocorreu o processo de obtenção do selo da Indicação Geográfica; (II) a construção identitária do Bordado Filé; (III) a Resignificação Identitária do produto artesanal; (IV) e a discussão teórico-empírica dos efeitos e tensões gerados pelo processo de IG.

### 4.1 Processo de Obtenção do Selo

Antes de se chegar à análise de como o processo de obtenção do selo ressignificou o Bordado Filé, fez-se necessário resgatar brevemente a articulação inicial para que o projeto, de modo a facilitar a compreensão do estudo.

Houve também a preocupação de relatar os papéis dos atores sociais participantes desse processo, sobretudo no momento inicial do Projeto, de modo a entender quem são as articulações para tal intento. Além disso, foram descritos os momentos de impacto no processo de IG, nesse caso, nesse caso, a patrimonialização do bem e a criação do Inbordal.

#### 4.1.1 Como Tudo Começou?

O registro de Indicação Geográfica junto ao INPI revela-se um importante fator de impacto no que diz respeito aos produtos artesanais, tendo em vista que reafirma a qualidade e tradição existentes em um determinado espaço, conferindo valor de qualidade e reputação de excelência na produção daquele artigo (MELLO, 2015a).

Os artesãos do bordado filé da Região das Lagoas se inserem nesse contexto de valorização das tradições, no momento em que o autêntico filé vem sendo resgatado por eles, e ao passo que o processo de obtenção do selo de Indicação Geográfica se torna um marco decisivo nessa história.

Esse resgate do filé de qualidade tem recebido apoio de várias instituições locais ligadas ao segmento do artesanato no estado de Alagoas, em uma época que a política nacional se voltava à atenção da valorização dos produtos brasileiros.

Em meados dos anos 2000, o SEBRAE já havia publicado um livro e uma cartilha sobre Indicações Geográficas para ajudar a disseminar no Brasil a ideia da IG como ferramenta para agregação de valor dos produtos (ALMEIDA, 2012).

Desde 2003, o SEBRAE tem realizado atividades de sensibilização e divulgação, capacitação dos produtores e financiamento de projetos visando à consolidação das IGs concedidas, bem como a viabilização de estudos para o registros com base em novos produtos e serviços (BELAS, 2012).

Isto demonstra o crescente interesse pela Indicação Geográfica que seguia em plena expansão no país, especialmente pela relevância da Propriedade Intelectual para o Sistema Nacional de Inovação, que se estabeleceu mais fortemente em 2004, por meio da criação da Lei da Inovação (BRASIL, 2010).

Segundo Belas (2012) entre as instituições de destaque – Governo, Instituições de Ensino Superior, Entidades de Classe, ONGs, Agências de Fomento – o SEBRAE tem uma atuação relevante, com uma participação de 81% nos casos de solicitações de indicações geográficas no Brasil.

O SEBRAE alcançou a participação na maior parte das IGs concedidas, atuando por vezes como principal condutora dos projetos ou, ainda, em ações de consolidação após as concessões (BELAS, 2012). Entre as suas principais atuações, encontram-se IGs associadas a pequenos produtores e ao patrimônio cultural brasileiro como as IPs: Goiabeiras, Pelotas, Serro e Divina Pastora.

Diante desse contexto, a ideia da obtenção do selo do Bordado Filé partiu de uma diretriz do SEBRAE Nacional, no ano de 2009, como apontam os entrevistados:

Em 2009, o SEBRAE já havia iniciado um edital para estruturar indicações geográficas nos SEBRAES UFs, isso SEBRAE Nacional. [...] e obrigatoriamente cada Sebrae UF deveria estruturar uma indicação geográfica porque isso era um programa de governo também, de melhorar competitividade do produto brasileiro, principalmente no mercado externo. Então isso entra como uma diretriz do SEBRAE. [E10]

[...] aí nos convidaram e nós começamos a partir da primeira capacitação que o SEBRAE deu para os gestores, que foi pra orientar sobre o que era indicação geográfica, sobre todos os registros INPI, sobre o que já tinha acontecido. [E11]

A indicação do bordado filé aconteceu mediante capacitação realizada pelo SEBRAE/AL com os principais envolvidos no processo, no qual foram mapeadas as possíveis indicações geográficas locais. A escolha do bordado filé se deu a partir da sua representatividade como produto cultural para o estado de Alagoas, além de impactos sociais e econômicos detectados através de projetos inseridos no APL Região das Lagoas.

Então, ocorre que o Sebrae... cada Sebrae do Brasil tinha que trabalhar uma Indicação Geográfica. [...] a gente detectou umas quatro fortes Indicações Geográficas que o estado poderia trabalhar, o estado de Alagoas, porque ia abrir um edital. [...] E o bordado filé porque era um ícone alagoano. Eu até defendi muito a Ilha do Ferro com o Boa Noite, mas até me rendi depois à própria notoriedade do filé, uma notoriedade muito grande e uma representatividade muito grande. [E10]

Alagoas aderiu de início com duas vertentes, uma foi para Própolis e a outra foi com Artesanato. [...] Dentre os artesanatos que foram mapeados, o filé foi um deles, entre outros no estado. Mas por que se preferiu o filé? Porque, como a gente sabe, é um ícone aqui do estado e que precisa de uma proteção, vamos dizer assim. Precisa que as pessoas valorizem mais, inclusive os próprios nativos. E aí nós pensamos “vamos trabalhar com a Indicação Geográfica do bordado filé”. [E18]

A capacitação reuniu gestores, consultores e parceiros, com o objetivo de repassar as ações que o SEBRAE nacional estava direcionando para os estados em relação às Indicações Geográficas, à disseminação dos conceitos básicos sobre a temática, a apresentação das vantagens e desafios a serem enfrentados pelos gestores que ficariam a frente dos projetos das IG. Logo após esse seminário, tendo os produtos sido escolhidos, o que incluiu o bordado filé, o SEBRAE/AL iniciou as articulações para que o projeto viesse a acontecer. Os atores sociais envolvidos, o Governo do Estado, a Prefeitura de Maceió e a UFAL, cada um, destes teve seu papel definido através de termos de cooperação técnica, conforme mostram os trechos abaixo:

Começou a mobilizar esses núcleos e tal, chamamos o INPI, o INPI fez uma palestra de sensibilização para elas, não é? Aí no ano seguinte, quando elas toparam, entenderam o que era uma Indicação Geográfica e toparam trabalhar, [...] Agora, o quê que o Sebrae disse? “Não, a gente vai auxiliar, a gente vai pagar esses estudos, pagar os consultores, a gente vai apostar nisso aí, mas vocês vão ter que assumir e querer”, e elas assinaram um termo de compromisso dizendo que queriam. [E10]

Só que a gente sozinho não faz nada. Além dos atores principais, que são as artesãs, a gente buscou outras parcerias como, por exemplo, o Governo do Estado, a UFAL, o município de Maceió e também procuramos as prefeituras municipais dos municípios envolvidos. [E18]

Em meio a toda essa movimentação que estava sendo realizada em torno das indicações geográficas, os artesãos, principais envolvidos no processo, foram sensibilizados e aderiram ao projeto que estava sendo desenvolvido pelo SEBRAE/AL e parceiros.

#### 4.1.2 A Articulação para a IG do Filé

Nos últimos anos, a intermediação de instituições e órgãos parceiros vem contribuindo para os processos de obtenção de IG, sejam com recursos financeiros, seja com apoio técnico (VALENTE ET al., 2013). O papel dos parceiros tem sido um diferencial no processo de IG, nessa subseção e refletir sobre esse espaço de apoio, em geral, esse atores são responsáveis por ações pontuais que antecedem o registro da IG (levantamento histórico, demarcação de área e criação do regulamento de uso). No caso do Bordado Filé, a sua estruturação contou com a ajuda de diversos atores sociais que contribuíram para o seu desenvolvimento, conforme aponta quadro 11 abaixo:

**Quadro 11 (4): Processo de Obtenção do Selo**

<b>ANO</b>	<b>ETAPA</b>	<b>ATOR RESPONSÁVEL</b>
2009	Desenvolvimento do Projeto Bordado Filé	SEBRAE
2010/2011	Justificativa Histórica	UFAL – ICS
2011/2012	Delimitação da Área Geográfica	UFAL – IGDEMA
2013	Estudos dos Processos de Confecção do Bordado	SEBRAE, SEPLANDE e FMAC
2013/2014	Estruturação Jurídica do Inbordal	SEBRAE, SEPLANDE e FMAC
2014	Patrimonialização do Bem pelo Governo de Alagoas	SECULT
2014	Depósito no INPI	SEBRAE e Inbordal
2014	Lançamento do Caderno de Instruções	SEBRAE e Inbordal
2015	Participações em Editais para Angariar Recursos	SEBRAE, Inbordal e FMAC
2016	Registro concedido pelo INPI	INPI

Fonte: Elaborada pela autora através da pesquisa documental (2017)

Em todo o Brasil, as universidades tem se destacado, e uma das contribuições ficam nas ações pontuais como as pesquisas históricas, levantamentos socioeconômicos e elaboração de projetos técnicos (BELAS, 2012). No caso da IG do Bordado Filé, em 2010, a UFAL entrou com um papel fundamental no processo, com o núcleo de pesquisa Laboratório da Cidade e do Contemporâneo - LACC, do Instituto de Ciências Sociais – ICS, no qual teve a missão de entender as dimensões do bordado filé, sua caracterização, tendo como foco a justificativa histórica do produto cultural.

Foi uma participação em princípio normal como ocorre com... quando se trata de uma pesquisa, né? A minha... a minha entrada nesse processo se deu entorno de uma enquete que eu montei com alunos meus de uma disciplina prática que eu precisava treiná-los em pesquisa de campo, e havia essa demanda dos grupos de artesãos que

estavam no processo de organização visando chegar à indicação geográfica pra fazer essa solicitação. E certas instituições parceiras se uniram em torno dessa demanda delas... dessas... das associações, né? Foi o caso do SEBRAE e da Universidade Federal de Alagoas. Então uma coisa somou-se a outra e a gente fez a pesquisa que se... que amparou com informações nesse processo. [E01]

Aí nós fizemos, eu lembro que a gente fez uma parceria tanto com o laboratório de antropologia da Ufal, professor Bruno Cesar Cavalcante, como com o laboratório de geografia da Ufal com a professora Silvana Quintela. [E11]

Em segundo momento no processo, a UFAL contou com o Laboratório de Geoprocessamento Aplicado – LGA do Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente – IGDEMA, no qual desenvolveu a delimitação da área, um dos pré-requisitos para obtenção do selo de Indicação Geográfica, alinhado também com a participação das universidades em todo Brasil (VALENTE ET al., 2013).

A gente precisou contar com a... o conhecimento técnico dos geógrafos. E aí o IGDEMA do Instituto de Geografia entrou como parceiro nosso, né? Foi um trabalho muito importante que eles fizeram de demarcação através de GPS... isso, dessa área. [...] E aí a gente viu que tinha uma série de decisões a serem tomadas, por exemplo, a abrangência da área, né, que é mais ou menos arbitrário. Então, quem decidiu isso não foram as filezeiras. Fui eu, geógrafos da universidade, técnicos do SEBRAE. Entendeu? [E01]

[...] a gente juntou realmente esforços pra poder fazer um mapeamento com GPS. Foram dois ou três dias mapeando, depois que Ufal fez esse levan... que o laboratório de antropologia fez esse levantamento... [E11]

Na delimitação de área, a Universidade levou em consideração a legislação sobre indicação geográfica, que entende que a mesma deve estar em linha contínua e que dentro daquela área se tenha uma reserva de mercado, conforme trecho a seguir:

Então, coisas desse tipo, né? Fomos ler a legislação sobre indicação geográfica, né, para entender que tinha que ser uma área contínua, por exemplo, havia uma tentativa de algumas pessoas acharem que a gente deveria incluir Riacho Doce, só que para você incluir Riacho Doce, você tinha que incluir a Ponta Verde, a Pajuçara, para poder chegar até Riacho Doce porque não pode quebrar dentro de uma área completa. [E01]

A UFAL contribuiu de modo expressivo para a constituição dos pré-requisitos atinentes ao selo, mobilizou os recursos necessários, via institucional, para que o grupo de pesquisa envolvido com o projeto pudesse realizar suas atividades, auxiliando sobretudo, na montagem do processo final.

Sim, Sim, da reitoria, da pró- reitoria de extensão, deu um apoio muito grande, porque a gente pode contar com o ônibus da universidade pra deslocar os alunos até o (campus), até o CELMM, né? Até o Complexo Estuarino-Lagunar, fizemos isso nos finais de semana, né? Em duas ou três oportunidades... não me recordo bem agora, mas fizemos essa... esse percurso na lagoa, né? E observando e conversando, e também em algumas oportunidades aplicando questionários, levantando dados. [E01]

Consoante a participação das universidades na participação das IG, Silva et al. (2010) defendem que a realização de pesquisas e estudos científicos justificam a participação de professores universitários, pesquisadores e estudantes, que posteriormente, realizam teses, dissertações e trabalhos científicos relacionados com o tema e refletem sobre a realidade da área.

A Prefeitura de Maceió também participou do processo de obtenção do selo, ao disponibilizar uma gestora de sua equipe da Fundação Municipal de Ação Cultural - FMAC para auxiliar na formação da pesquisa de notoriedade a ser encaminhado para o INPI; além das pesquisas realizadas pela UFAL, também era requisito levantar dados da notoriedade do Bordado Filé. A pesquisa de notoriedade é comprada através de fotografias, reportagens, jornais, revistas, registros oficiais, entrevistas, festas tradicionais, elementos que confirmem a reputação do produto, essas formas são utilizadas pela maioria das indicações geográficas já concedidas no Brasil (VALENTE et al., 2013), o caso do Bordado Filé também se desenvolveu dessa forma, conforme fala da responsável por essa fase:

A minha parte nessa etapa foi fazer a pesquisa de notoriedade. Então nós colhemos [...] Nós colhemos todas as... os materiais foram... essas pesquisas duraram anos, ela não foi feita em um ano, em uma semana, em dois dias. [...] Quer dizer, o filé era reconhecido como daquela região... era um bordado reconhecido como daquela região. Então eu comecei a juntar folder, revistas, publicações de todos os gêneros, missões, matérias de jornal, as referências da moda. Tudo, tudo a gente começou a juntar pra montar esse... pra fazer parte desse dossiê. [E11]

No dia 28 de março de 2014, logo após o Bordado Filé ter se tornando Patrimônio Imaterial de Alagoas, criou-se o Instituto do Bordado Filé, com o intuito de congrega os artesãos da Região das Lagoas em uma única instituição. Naquele mesmo ano, após todos os requisitos do processo de IG estarem contemplados, no dia 12 de setembro de 2014, encaminhou-se para o INPI, o dossiê completo par angariar o registro de indicação geográfica na modalidade indicação de procedência (IP).

Do levantamento e catalogação dos mais de 100 pontos do bordado à formalização do Instituto Bordado Filé, a criação do caderno de instruções técnicas confeccionado para preservação saber, das capacitações, sensibilizações e resgates realizados para dar entrada no pedido de registro da indicação geográfica, o reconhecimento final foi concedido no dia 19 de abril de 2016 pelo INPI.

Cinco ou seis anos até que ele fosse depositado. Em abril desse ano aí ele... o registro foi obtido. O INPI depois de analisar, de avaliar todo aquele dossiê autorizou que aquele produto realmente tivesse o registro de indicação geográfica. [E11]

O protocolo formal ocorreu com o evento de entrega do selo, no dia 04 de agosto de 2016, reunindo o Presidente do INPI, os representantes do SEBRAE Nacional, SEBRAE/AL, Governo do Estado, Prefeitura de Maceió, os artesãos e demais parceiros que confraternizaram a aquisição do selo para o produto cultural.

Após a obtenção do selo de Indicação Geográfica, o Bordado Filé, passa pela fase de consolidação pós-emissão do registro com um programa extensivo de consultorias e pela busca de editais para viabilizar ações de salvaguarda do produto cultural.

Então nesse sentido é que a gente agora, e aí eu sou contratada de novo para estar nesse momento de consolidação da identificação geográfica pós-emissão do registro, porque se trabalhou para se obter os registros, agora elas tem que se preparar para emitir o selo e estar no mercado, então esse é um novo desafio porque a IG na realidade começa agora. [E10]

Algumas ações já estão acontecendo, como por exemplo, oficinas com o intuito de angariar novas associadas para o Instituto Bordado Filé, estas ocorreram de agosto a novembro de 2016 em todos os municípios da Região das Lagoas, os recursos foram obtidos através do Edital das Artes, da Prefeitura de Maceió.

### 4.1.3 Patrimonialização

O primeiro marco do bordado filé foi o processo de registro como Patrimônio Imaterial do Estado de Alagoas. Em busca a esses mecanismos legais e legítimos que respaldassem o pedido da IG, os artesãos encaminharam à Secretaria de Estado da Cultura em julho de 2011 o pedido de registro do bordado filé como Patrimônio Imaterial de Alagoas. E então, no dia 03 de dezembro de 2013, por meio de aviso no Diário Oficial, conforme as instruções exigidas pela Lei nº 7.285, de 30 de novembro de 2011, o registro foi concedido.

O Patrimônio Imaterial pode ser definido como um conjunto de práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas que as comunidades reconhecem como parte integrante de sua cultura, tendo como uma de suas principais características o fato de tradicionalmente ser transmitido de geração a geração, suscitando o sentimento de identidade e continuidade em grupos populacionais (COSTA; CASTRO, 2008).

Os autores apontam que a constituição Federal em seu Decreto-lei nº 25, de novembro de 1937, instituiu a chamada Lei do Tombamento prevendo a proteção do patrimônio histórico e artístico nacional em 1937, mas somente com o Decreto nº 3551, criado em 4 de agosto de 2000, que a existência dos bens culturais de natureza imaterial que constituem Patrimônio Cultural Brasileiro foi assegurada.

O referido Decreto deu início ao registro dos bens imateriais que constituem o patrimônio cultural brasileiro, criando-se para isso quatro livros de registro desses bens: (I) Livro de Registro dos Saberes, em que são inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades; (II) Livro de Registro das Celebrações, em que são inscritos rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social; (III) - Livro de Registro das Formas de Expressão, em que são inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas e (IV) Livro de Registro dos Lugares, em que serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas.

Segundo Relatório de Gestão do SEBRAE/AL (2014), o Bordado Filé foi registrado como Patrimônio Imaterial Alagoano, beneficiando diretamente os artesãos localizados no entorno do Complexo Lagunar Mundaú-Manguaba.

A concessão do registro como Patrimônio Imaterial de Alagoas, era antes de tudo, um respaldo para angariar o selo de Indicação Geográfica que tanto se almejava. Belas (2012) discorre em seu estudo a dupla proteção alcançada pelas indicações geográficas no Brasil, a autora completar que apesar de não existir a relação direta de tais concessões, tornou-se uma complementariedade. Com isso, apesar de não existir uma correlação direta, os pedidos de registros de patrimônios culturais convencionaram-se como suporte para a obtenção do selo IG.

O Dossiê do Bordado Filé entregue para tal intento, está datado de outubro de 2013, contém 282 páginas, contendo um acervo técnico da produção, comercialização e manifestação de território.

O outro processo do patrimônio imaterial a gente já pediu visando reforçar o pedido de IG que era o que interessava mais de fato efetivamente para os negócios, né? [E01]

[...] a gente junta o dossiê, junta a publicação do Diário Oficial. Então tudo isso ratificou a solicitação do pedido de registro de Indicação Geográfica. [E10]

Para que tal fato acontecesse, foi firmada uma corporação técnica entre o SEBRAE/AL e a UFAL, visando à elaboração da instrução técnica requerida para dar entrada ao processo de patrimonialização, e conseqüentemente, ao pedido de registro do selo IG.

#### 4.1.4 Inbordal

No dia 28 de março de 2014, logo após o Bordado Filé ter se tornando Patrimônio Imaterial de Alagoas, criou-se o Instituto do Bordado Filé, com o intuito de congrega os artesãos da Região das Lagoas em uma única instituição. Naquele mesmo ano, após todos os requisitos do processo de IG estarem concluídos, no dia 12 de setembro de 2014, encaminhou-se para o INPI, o dossiê completo para angariar o registro de indicação geográfica na modalidade indicação de procedência (IP).

O Instituto do Bordado Filé foi criado formalmente em 2014, porém o grupo já estava reunido desde início do projeto, no ano de 2009. No início do processo de sensibilização, o SEBRAE, instituição que liderou todo o processo de obtenção do selo, convidaram os artesãos da região do complexo lagunar mundaú-manguaba a participarem do projeto, mas para tanto seria necessário à criação de associação que agregasse todos os municípios delimitados pela área geográfica da IG. Engajadas nesse processo foram detectadas 05 associações formalizadas na região que estavam aptas a iniciar a trajetória de patrimonialização do bem e posterior, concessão do selo do IG, conforme trechos abaixo:

Então, como fazer isso se o pedido original envolvia uma área com cinco associações, e essas associações não chegavam a (contendo), entendeu? Então era preciso criar uma estrutura supra-associativa, né? Para responder por isso porque alguém precisava responder. Quem é que ia fazer cartilha de normas, quem é que ia convocar reuniões? Entendeu? Esse tipo de coisa. [E01]

Porque o Inbordal, ele é uma Associação guarda-chuva, que vai inserir toda a área Lagunar, quer dizer, as outras associações também podem participar, né? Do Inbordal. São cinco associações que abrangem, a parte da área de Marechal, Pontal da Barra, Santa Rita, Massagueira e

Barra Nova, essa área aqui e ainda o Coqueiro Seco por conta da rede.  
[E04]

A organização coletiva é obrigatória para entrada do pedido de registro da IG junto ao INPI, por isso, a criação do Instituto Bordado Filé de Alagoas (Inbordal) para atendimento da exigência legal da Instrução Normativa nº 25/2013. Uma das dificuldades era a adesão de alguns membros dessas associações ao processo de obtenção do selo, conforme citado por um dos entrevistados:

O Inbordal nada mais é do que uma tentativa de resolver as dificuldades que elas têm enquanto associações, porque uma característica das associações alagoanas é que elas não prestam, elas não existem, né? [...] Cada uma compra por si os insumos, não é? Isso tem um custo muito maior do que se fosse comprado no sistema de cooperação, né? [E01]

O entrevistado discorre sobre a tentativa de montar uma rede que gere eficiência coletiva para sanar um problema existente na região. Em um trecho de sua fala “as associações alagoanas não prestam”, o mesmo está dando desvelando a representação imersa no circuito da cultura (DU GAY et al., 1997).

Os atores sociais que participaram ativamente do processo de criação do Instituto, a maioria das artesãs da região, apesar de conviverem em associações, possuíam um perfil individualista e não sabiam se organizar coletivamente, o que apresentou um grande desafio para os mentores do projeto. Nesse sentido, ações de sensibilização e orientação foram promovidas lideradas pelo SEBRAE para estimular as associações e artesãos a se unirem em prol do objetivo preterido.

Com tudo, a dificuldade de aglutinar aderências ao processo ainda é grande, e isso, reflete no número de associados, conforme relatam os entrevistados:

[...] como o Inbordal tem uma finalidade de cumprir a... de fazer com que os pré-requisitos que redundaram na outorga do selo, né? Eu creio que ao dar algum retorno do futuro, ao ter algum retorno, especialmente retorno material, econômico do selo, isso de fato ocorrendo evidentemente haverá uma maior agregação de pessoas.  
[E01]

Para elas entenderem que o Inbordal é um guarda-chuva, não é uma associação para brigar com as outras associações, ao contrário, cada uma pode estar na sua associação, no seu bairro, no seu município e participar do Inbordal. Porque o Inbordal é apenas um organismo capacitador que tem a missão de fazer a salvaguarda, que tem a missão de emitir o selo, o selo só pode ser dado ao filé genuíno.  
[E10]

Do levantamento e catalogação dos mais de 100 pontos do bordado à formalização do Instituto Bordado Filé, a criação do caderno de instruções técnicas confeccionado para preservação saber, das capacitações, sensibilizações e resgates realizados para dar entrada no pedido de registro da indicação geográfica, o reconhecimento final foi concedido no dia 19 de abril de 2016 pelo INPI.

Cinco ou seis anos até que ele fosse depositado. Em abril desse ano aí ele... o registro foi obtido. O INPI depois de analisar, de avaliar todo aquele dossiê autorizou que aquele produto realmente tivesse o registro de indicação geográfica. [E11]

O protocolo formal ocorreu com o evento de entrega do selo, no dia 04 de agosto de 2016, reunindo o Presidente do INPI, os representantes do SEBRAE Nacional, SEBRAE/AL, Governo do Estado, Prefeitura de Maceió, os Artesãos e demais parceiros que confraternizaram a aquisição do selo para o produto cultural, conforme demonstra figura 6.

**Figura 6 (4): Evento de Entrega do Selo**



Fonte: Da Pesquisa de Campo (2016)

Após a obtenção do selo de Indicação Geográfica, o Bordado Filé, passa pela fase de consolidação pós-emissão do registro com um programa extensivo de consultorias e pela busca de editais para viabilizar ações de salvaguarda do produto cultural.

Então nesse sentido é que a gente agora, e aí eu sou contratada de novo para estar nesse momento de consolidação da identificação geográfica pós-emissão do registro, porque se trabalhou para se obter os registros, agora elas tem que se preparar para emitir o selo e estar no mercado, então esse é um novo desafio porque a IG na realidade começa agora. [E10]

Atualmente, o Instituto possui trinta associadas e após a obtenção do selo, algumas ações já estão acontecendo, como por exemplo, oficinas com o intuito de angariar novas

associadas para o Instituto Bordado Filé, estas ocorreram de agosto a novembro de 2016 em todos os municípios da Região das Lagoas, os recursos foram obtidos através do Edital das Artes, da Prefeitura de Maceió.

## **4.20 Fio da Meada: A Identidade do Bordado Filé**

Para esta segunda parte, visa contextualizar o objeto estudado, no caso, o Bordado Filé, através de um breve relato histórico sobre suas origens. Aqui inicia-se a discussão teórico-empírica sobre o processo de identificação das filezeiras, do bordado filé, e sua ligação com o território demarcado.

### **4.2.1 O Bordado Filé e sua Contextualização**

O nome filé é proveniente do francês “filet” que quer dizer rede e, de fato, é um bordado sobre uma rede de fios. De origem Árabe, a renda e o bordado, se tornaram símbolo de luxo nas cortes europeias, sobretudo à francesa, durante o reinado de Luiz XIV. Entretanto, foi durante as Cruzadas que os europeus conheceram os bordados e as rendas feitas pelas mulheres árabes. Exportadas para Portugal, o bordado passou a ser feito principalmente para enfeitar os paramentos, a vestimenta dos oficiais e os altares da Igreja Católica. A chegada do bordado no Brasil deve-se a rainha D. Maria I, que em novembro de 1807 fugiu junto com a corte lusitana para o país (GUSMÃO; SILVA; QUEIROZ, 2014).

Segundo o Instituto Bordado de Alagoas – Inbordal (2016), mesmo tendo quem vincule sua origem ao antigo Egito, sua procedência esteve ligada a certas áreas da península ibérica, mais precisamente, nas localidades de Portugal (como Minho) e da Itália (como Pistoia), em seguida apontaram no Brasil colonial onde, possivelmente, esteve incluso na educação reformadora das escolas cristãs católicas que ensinavam prendas às mulheres.

Como no caso de sua ocorrência na Península Ibérica, por aqui se estabeleceria na vida das comunidades de pesca lagunares e costeiras de Alagoas, nesse território costeiro e no Complexo Lagunar Mundaú-Manguaba, a técnica cruzou com a herança da cultura material indígena, sua arte de tecer a palha e de construir instrumentos de pesca e outros utensílios com as fibras vegetais (INBORDAL, 2016). A figura 7 mostra as diferenças existentes entre os Bordados de Portugal, Itália e Alagoas, como mencionados.

**Figura 7 (4): Diferenças entre os Bordados de Portugal, Itália e Alagoas**



Fonte: INBORDAL (2016)

Ainda para o referido Instituto, com o estabelecimento do ensino em escolas indígenas, a intenção de uma educação civilizatória, muitos ofícios foram praticados, especialmente entre as mulheres, o que incluiu as rendas e os bordados, talvez seja este o caso da Região das Lagoas, de ocupação colonial muito antiga. Santa Luzia do Norte, um dos municípios pertencentes à região, por exemplo, teve uma povoação ainda do século XVI, formava entre os primeiros núcleos produtores de gêneros para abastecimento interno da Colônia, assim como a área da atual Marechal Deodoro, outro município da região, que foi objeto de instalação de missões religiosas e, desse modo, de transmissão de ofícios e saberes que incluíam, além de rezar e ler, o fazer rendas e bordados. Dessa mistura de gente e de suas técnicas de trabalho, formou-se, ao longo da história, a cultura do bordado filé, que se manteve e se desenvolveu até a forma como o conhecemos nos dias de hoje.

Existe, por vezes, alguma confusão na distinção entre o que é realmente um bordado e uma renda; e é importante esclarecer o significado dos termos para fins desse trabalho. O “Filé” está catalogado internacionalmente como Bordado e ele, de fato, o é. Para o Inbordal (2016), considera-se “bordado” todos os trabalhos exercidos por meio de uma agulha sobre qualquer tipo de suporte pré-existente, estes podem variar em conformidade com o resultado do trabalho que se pretenda obter, sendo o mais comum o realizado sobre tecido, quanto a sua execução, o mesmo é executado sobre uma superfície de fios tramados e não sobre um tecido já constituído, sendo essa sua característica peculiar. Ainda para a associação citada, há a necessidade da execução de dois processos para a execução do filé: primeiro, a confecção de uma rede ou malha com fio de algodão de espaçamento pequeno e, segundo, o preenchimento dessa malha com variadas combinações de pontos que lhe confere uma beleza ímpar.

Considera-se “renda” a trama de fios confeccionada com a ajuda de pequenas peças de madeira, entre outros materiais, que gera como produto final uma superfície plana com pontos

cheios e vazios. Esse “pano” que se forma é a “renda” já que a trama de fios, por vezes planejada através de um desenho prévio como na renda de bilros, conforma o tamanho e os pontos decorativos ao mesmo tempo de toda execução (INBORDAL, 2016). O filé, por sua vez, é considerado uma técnica de bordado, elaborada a partir de uma rede tecida em linhas de algodão, presa por pregos a uma peça de madeira, onde são traçados os pontos com agulha de mão (PAB, 2012).

#### 4.2.2 A Trama do Filé: Desvendando Seus Significados

O artesanato, denominado filé, consiste em um bordado sobre uma rede semelhante as que são usadas pelos pescadores da região. O bordado filé alagoano expõe traços carregados de informações memorialistas, que se perpetuam e se propagam como identidade cultural de um povo através do tecer e do ensinar coletivamente passando sua arte de geração para geração, e este ato, por sua vez faz parte da composição da identidade cultural e artística preservando a história cultural de Alagoas (CARVALHO et al. 2015).

[...] Porque o filé, ele, como diz a história, aconteceu por conta da rede de pesca. [...] As mulheres não tinham o que fazer, então como tinha muita rede velha, elas começavam a fazer, a usar essas redes trançando linha, - creio eu que era linha -, nas redes de pesca. E com o tempo ao invés de estar usando o nylon, começaram a usar linha de algodão. [E03]

A tradição cultural do bordado filé passada de geração em geração, corrobora com Gusmão, Silva e Queiroz (2014) quando afirmam que boa parte das filezeiras aprendeu a produzir o filé com a mãe, que aprendeu com avó, e assim sucessivamente, com a finalidade de aumentar sua renda familiar, ou até mesmo, por lazer, enaltecendo a cultural local, conforme ressaltam as artesãs nas entrevistas:

Ah, o filé eu aprendi com a minha mãe e uma tia que estava lá morando encostado da gente, que a minha mãe também já aprendeu com a minha vó, aí ela já passou pra mim, pras minha filha. [...] Pra mim ser filezeira significa ajudar em casa o marido com a renda né? [...] Tá ajudando bastante. Eu acho que não só a mim, mas acho que a todos que estão aqui. [E14]

Eu aprendi com sete anos, com a minha mãe. Na minha família tem eu e minhas duas irmãs. [...] Aí eu aprendi alguns pontos com ela. [...] O filé significa a minha renda, porque eu dependo disso, eu não tenho nenhuma outra renda, então o filé é a minha renda pra pagar minhas contas, pra comprar uma coisa que eu quero. [...] Eu acho que representa fonte de renda pra maioria das pessoas. [...] muitas o marido trabalha, mas ajuda com o filé. [E16]

Na região nordeste era bem comum se observar famílias tradicionais de marido pescador e esposa rendeira, principalmente em regiões costeiras, conservando assim, o padrão familiar da época da colonização. É nesse espaço de fabricação da renda que as mulheres criam vínculos e compartilham experiências, obtendo novas dinâmicas de relacionamentos sociais. (FARJADO; JOPPERT; CALAGE, 2002).

As falas das artesãs corroboram com Silva e Queiroz (2014), de que a tradição de fazer o bordado filé vem dos antepassados e possui ligação com o seu território. Corroborando com isso, Woodward (2014) confere que o passado pode apresentar-se como parte do processo de construção da identidade. Sendo assim, quando perguntadas como se identificam, as artesãs expressam:

Sou filezeira, artesã, professora, mulher, mãe, porque se eu saio da minha casa para trabalhar fora, eu deixo a minha família tal e tenho que botar na mão de outras pessoas. Aqui na região das lagoas as mulheres gostam de cuidar dos seus filhos e da sua casa. Então acordou, bota a comida no fogo, estende a roupa, arrumou a casa, aí já está na hora. [E12]

Pra mim faz muita diferença, eu amo o que eu faço. Se tem uma coisa que eu gosto é fazer filé. Eu sou dona de casa, eu sou faxineira, faço faxina na casa dos outros, eu vou tirar marisco pra vender, mas o meu foco é fazer filé, é a minha paixão. [E09]

As artesãs citam os termos “filezeira”, “artesã”, “professora”, “mulher”, “mãe”, “dona de casa”, “faxineira”. Diante das classificações expostas é importante pontuar que nem todas elas são identidades que podem assumir. Com base na classificação de Castells (2010), pontuamos a diferença entre as taxonomias de identidades e papéis sociais. Mãe, dona de casa, faxineira e professora são papéis sociais assumidos pelas artesãs, ou seja, são funções desempenhadas por elas instituídas por normas e padrões das organizações da sociedade. Já as identidades são os significados por ela produzidos, através de um processo individual. Os termos “filezeira”, “mulher” e “artesã” assumem caráter de afirmação identitária por serem participantes de uma cadeia de significados.

A questão de identidade no contexto desse sujeito pós-moderno, é caracterizado por um indivíduo fragmentado, mutável, e em descolamento, podendo assumir diversas identidades em diferentes momentos (HALL, 2015). As identificações de mulher, filezeira, e artesã partem do reconhecimento desses sujeitos como agentes ativos, participantes de uma comunidade lagunar que há décadas tem como principal fonte de renda, o artesanato, e que lutam por seus direitos que por muito tempo, foram desvalorizados. A alusão à mulher se

interliga com o sentido de serem guerreiras e da predominância feminina no trabalho manual, apesar da inserção masculina nos últimos anos. A questão do “ser filezeira” e “ser artesã” está associada a ter uma profissão, a ser independente financeiramente, a ser reconhecida por seu trabalho e valorização profissional que foi imputada através da IG, levando então, a emancipação do sujeito, e a marcação de uma identidade fragmentada.

Para mim, significa ter uma profissão, né? Que eu nunca tive. A minha profissão era ser dona de casa. Até então eu não sabia fazer o bordado. [...] Aí comecei no meio de pessoas que estavam bordando e eu vi que era aquilo que eu queria para mim, ter uma profissão. [...] Acho que hoje ele é, para muitas artesãs, a única fonte de renda que tem para sustentar a casa, para educar os nossos filhos. [...] A minha vida mudou muito. Eu era dependente do meu marido para tudo e hoje eu tiro o meu. [E02]

Aí depois que eu entrei no Inbordal pra mim eu achei melhor... se tornou melhor ainda, porque a gente consegue fazer um trabalho bem feito e vender a peça por um preço justo. [...] Eu consegui ter uma renda melhor, depois que entrei aqui pra mim foi melhor. [E16]

Na verdade, antes de eu entrar pro Inbordal eu não via... como se diz? Com uma qualidade, ser filezeira. Eu achava que era uma coisa desvalorizada. A partir do momento que eu entrei pro grupo, que eu entrei pra o Inbordal eu vi de forma diferente, o filé é visto diferente. [E17]

Além da profissionalização dessas artesãs, outros elementos de pertencimento a essa cultural local são fatores propulsores para continuidade desse bem cultural, a paixão, o amor pelo que elas fazem, o bem estar individual e coletivo, a preservação cultural do artefato, entre outros que estão destacados nas falas das entrevistadas:

[...] além de complemento de vida eu acho que se tornou objetivo, também. Muita gente tem isso como objetivo de vida. Ela acorda, toma conta da sua casa, vai fazer o seu filé. É a forma terapêutica dela conviver o dia a dia dela. Então, é muito importante para essas mulheres nessas áreas que sobrevivem muitas vezes do filé. [...] É interessante que lá em casa dizem que é minha segunda família. “Ah, já vai para a sua outra família”. Então, assim, eu não tenho nem como dizer, porque minha vida se tornou a vida do filé. Então, quando eu passo o maior tempo com as colegas artesãs do que as vezes com minha própria família. [E07]

Tem pessoas que fazem porque gostam, por amor, porque têm pessoas que já é aposentado, mas está ali fazendo filé só por fazer, porque não tem aquela necessidade, mas é por prazer mesmo. [E16]

Para mim é como se fosse uma profissão como qualquer outra. Entendeu? Eu me sinto assim, realizada por ser assim, a filezeira. [E05]

Se assumir enquanto filezeira, pressupõe uma postura emancipatória frente a desvalorização que existia antes do processo de IG, configurando um elemento chave para ressignificação identitária das artesãs.

Um elemento fundamental quando se trata de identidade, é o princípio da diferença (SILVA, 2014; HALL, 2015), pois quando se definem enquanto filezeiras, as artesãs da região das lagoas diferenciam-se das não-filezeiras, das crocheteiras, das rendeiras, e por isso, conferem a autenticidade de um bordado alagoano, ligado ao território e seus antepassados.

Os indivíduos interiorizam os conhecimentos enraizados e compartilhados ao longo de sua trajetória por seus ancestrais, ou seja, são influenciados pelas relações sociais e pelo contexto que estão inseridos, resultando em novas visões de mundo, e assim, ressignificando as afirmações identitárias.

“A identidade totalmente segura, completa, unificada e coerente é uma fantasia. Ao contrário, à medida que os sistemas de significados e de representação cultural modificam-se, confrontamo-nos com uma multiplicidade difusa e fluida de identidades possíveis, podendo nos identificar com cada uma delas ao menos temporariamente.” (HALL, 2015, p.12)

Com isso, para Hall (2015), em virtude do fenômeno da globalização, diversos deslocamentos ocorreram no interior dessas identidades culturais, estas, por sua vez, são híbridas e movidas por mudanças constantes. Compreender as marcações identitárias das artesãs da região das lagoas fez-se necessário para o entendimento sobre como isso irá repercutir na produção artesanal de seu produto e a composição simbólica do bem cultural.

### 4.2.3 Identidade e Território: do Local para o Global

O território representa os limites físicos compreendidos por uma determinada identidade, cujas fronteiras foram construídas socialmente, por isso mesmo, a formação dos territórios é um processo de construção, identificada com os limites construídos pelas coletividades envolvidas, onde a identidade é uma manifestação relacional (FLORES, 2003). Assim, o espaço que compreende a Região Lagunar Mundaú-Manguaba foi formado pela busca de um grupo de artesãos que, por meio do bordado filé conferiu uma identidade a esse território.

Nessa direção, esses territórios significam a identidade cultural expressa com limites geográficos, que permitem a sua valorização e fortalecem o sentido de pertencimento (FLORES; MORENO; SAMPAIO, 2003). É por isso, que nos relatos abaixo, percebe-se a

ligação do território com o filé, expressão cultural do povo alagoano, mais precisamente da região lagunar já mencionada:

O filé, na verdade, ele é visto como um bordado tipicamente alagoano. Então assim há essa busca de levar uma renda tipicamente do nosso nordeste, de Alagoas, então nós temos esse diferencial, que oferecemos o filé com uma renda típica nossa. [E19]

[...] o bordado é natural daqui. [E16]

Quando da obtenção da IG, este certificado propicia que as particularidades desse território sejam ressaltadas e protegidas (MELLO, 2015b). Isto posto, a fala seguinte descreve o que o selo representa:

Isso aí é um seguro de que esse produto é nosso, só quem pode usar esse produto com esse selo somos nós que estamos nessa região, protegendo algo que nos pertence. [...] não têm em outros lugares. [E07]

Foi possível observar que os municípios englobados na extensão delimitada por meio da IG guardam a identidade do “ser filezeiro/a”, que por sua vez, os artesãos partícipes do lugar comungam que o bem cultural produzido, além de seu valor simbólico, promove desenvolvimento social e econômico.

Sou filezeira, sou do Pontal da Barra que faz parte de Maceió, sou filha natural de lá. Tenho 47 anos de idade. [...] Então nós somos filho natural de pescador e bordadeira. E hoje, ela não está mais conosco e foi um legado que ela deixou pra gente e eu me inseri no filé. Pra mim é um prazer estar representando ela aqui, fazendo essa arte. [...] A gente tem essa consciência, essa identidade ligada ao filé, a esse lugar que eu tanto amo. O filé também é a minha fonte de renda. [E04]

Além disso, o uso de expressões como “esse produto é nosso”, “somos nós”, “nós que estamos nessa região”, “nos pertence” reforça o que Fante e Dallabrida (2016) trazem quando argumentam que a IG propicia o fortalecimento dos laços coletivos entre os atores envolvidos. O selo é um símbolo coletivo de fortalecimento de uma marca, tipicamente alagoana, mais precisamente da Região das Lagoas Mundaú-Manguaba. A identidade é formada, justamente, na relação com pessoas, é tida por muitas vezes como uma construção social e econômica.

Eu acho que o reconhecimento oficial do governo brasileiro dessa região como produtora de um artesanato típico, caracterizado e chancelado oficialmente como original, singular, único produzido naquela área, isso tudo empodera do ponto de vista local esses grupos de produtores e gera mais união. [E01]

Nessa perspectiva, o território tende a ser uma micro-região com claros sinais de identidade coletiva, além de possuir uma ampla convergência em termos de expectativas de desenvolvimento, articulado com novos mercados, e que promove uma forte integração econômica e social, ao nível local (TEÓFILO et al., 2002). É por isso que um dos entrevistados aponta que a IG foi uma alternativa para que o filé pudesse alcançar novos espaços, não apenas a nível local, mas também global:

[...] na minha visão, o artesanato alagoano, a exemplo do filé, precisava sair e atingir ascensão pela Indicação Geográfica, porque ele é pouco, ele não tem escala e ele precisa de um selo que o respalde para poder ele ir para um mercado. Passar do local para atingir o global, porque ele se perde e se dilui nesse comércio local do industriário. [...] Se ele for para uma feirinha dessas qualquer, ele está perdido porque ele é caro, ele não vai ser vendido, vai ser confundido [...]. Então, ele tem que ir para um mercado especializado. Para ele ir para o mercado especializado, ele tem que ter um respaldo. Qual é? De um selo. [...] O selo é um grande ganho e o mercado precisa conhecer o filé. [E10]

Como Hall (2015) afirmou, é no lugar que existem raízes, embora com a globalização seja possível cruzar rapidamente de um lugar a outro. Segundo Santos (2002), para haver um processo de globalização, necessariamente tem que haver um de localização. Portanto, a globalização não seria nada mais que a globalização de um localismo, ou seja, algo que surge no local (FLORES, 2003).

Então o filé se tornou um pouco isso, ele teve essa sorte de estar presente, de acontecer num momento de grande crescimento do turismo, um movimento mais global de valorização de identidades locais. [E01]

Fica evidenciado que a comunidade da Região das Lagoas Mundaú-Manguaba reconhece que esse espaço proporciona a identidade social e por isso, lutaram pelo reconhecimento desse lugar como sendo símbolo da identidade dos participantes desse território.

Com isso, compreende-se o que Hall (2015) afirma quando aponta que os sujeitos, em meio ao mundo moderno, tendem a assumir identidades variadas de acordo com o momento, podendo ser estas contraditórias. O contraditório é que frente à liquidez das identidades, como diria Bauman (2005), há movimentos de reconhecimento identitário, como é o caso da comunidade em estudo. Com o selo percebe-se o interesse nas questões de consumo, e conseqüentemente, nas econômicas.

Na construção territorial busca-se fortalecer os saberes-fazer locais, que se relacionam, muitas vezes, com processos e sistemas tradicionais de produção, que conferem especificidades aos produtos e serviços locais (FLORES, 2003). Essas sociedades tradicionais veneram o passado e os símbolos são valorizados, perpetuando a experiência de gerações (HALL, 2015). O saber-fazer que a “mãe bordadeira” repassou para “o/a filezeiro/a” funciona como essa perenização, ainda que num mundo mais interconectado.

Mesmo com todo o processo de globalização, integrando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo e atravessando fronteiras nacionais, esse advento tem contribuído para a fragmentação da centralidade das identidades, a medida que desencadeia um movimento de reforço à afirmação da identidade local (HALL, 2015), o que se conseguiu com a obtenção do IG. A IG fortaleceu a condição de um território demarcado, criando o que Hall (2015) afirma sobre reforço de identidade local. Essa resistência não se dá apenas na manutenção da cultura e no fortalecimento da identidade, mas reflete no interesse que os artesãos possuem em continuar nesse espaço, ao oferecer fortes razões para a permanência:

Se você considerar que a Região das Lagoas é uma área neste momento em franca valorização pela duplicação da área ali, da Rodovia no Litoral Sul, pela localização em pleno trecho turístico, nessa costa que vai de Maceió a Barra de São Miguel, você há de convir que a especulação imobiliária, a valorização do solo ali, a globalização, tudo isso joga contra os pequenos proprietários, os pobres. As populações, elas podem sofrer um impacto, por exemplo, desse processo de valorização daquele território e a viabilidade econômica do filé pode ter um contra-peso jogando numa direção de resistência a isso, a esse movimento, digamos assim, de uma possibilidade de expulsão dessas populações [...]. A prática artesanal de geração de renda pode fixar essas famílias, pode ajudar essas comunidades, por exemplo, a permanecerem no seu *modus operandi* <sup>1</sup>desse espaço já que a pesca não está sendo esse fator resistente pela escassez do peixe, pela poluição, pelo assoreamento das lagoas, tudo mais. Então tem uma série de razões ligadas a essas populações tradicionais ali do entorno dessas duas lagoas que o filé é uma esperança, do ponto de vista econômico, de resistência, de manutenção daquele estilo de vida de comunidades lacustres e pesqueiras. [E01]

A obtenção do selo requalifica a região que passa a ser protegida, mesmo diante da globalização, do desenvolvimento, permite que haja uma maior motivação para que se permaneça no território demarcado, de modo que a coletividade passa por processos de luta, de resistência na ocupação desses espaços.

---

<sup>1</sup> Modo pelo qual um indivíduo ou uma organização desenvolve suas atividades ou opera.

Você faz com que as pessoas se fixem aqui, que não dependem mais da pesca, porque a pesca, ela tem um declínio com a poluição das lagoas, a questão ambiental. No entanto, o bordado, ele vem suprir essa sobrevivência. [E10]

Depois de tanta luta, de uma história, agora o lugar é reconhecido pelo filé e vamos continuar batalhando para manter o que é nosso. [E12]

Mas continuo aqui, justamente por causa do local e por causa do trabalho, porque eu amo fazer filé. [E03]

Destarte, o discurso construído em torno do bordado filé de “autenticidade” está atrelado também ao consumo de um artefato cultural que fosse economicamente viável para os artesãos da região, e conseqüentemente, a ele foi atribuída uma carga simbólica para a sua ressignificação identitária.

## 4.3A [Re]Significação do Bordado Filé

A seção trata de como ocorreu a ressignificação no artefato cultural, e os elementos responsáveis pelo reposicionamento identitário do artesanato estudado. A discussão teórica-empírica leva a entender os significados culturais inseridos no contexto das práticas da região demarcada, e portanto, na construção de novas identidades.

### 4.3.1 O [Re]Início: Identidade de Projeto ou um Projeto de Identidade para o Filé Alagoano?

Esta subseção trata do caso do Bordado Filé Alagoano, desvelando que a ressignificação do produto cultural partiu da articulação de atores sociais envolvidos, em um momento em que a política externa estava aberta ao aumento do número de IGs no Brasil.

As indicações geográficas brasileiras são construídas a partir de instituições e órgãos que apoiam essa certificação, alinhado com esse formato, o Bordado Filé contou com diversos parceiros para obtenção do selo pretendido, atribuindo assim ao artefato, a construção de uma identidade coletiva, definida por Castells (2010) como **identidade de projeto**, caracterizada pela formação de uma identidade que é constituída quando os atores sociais utilizam de aparatos culturais para construir uma nova identidade. Nas subseções a seguir apresenta-se a construção dessa identidade de projeto contextualizada na IG.

#### 4.3.1.1 A Criação de uma Narrativa Ortodoxa

O ponto de partida para sustentar a escolha do bordado filé em favor da obtenção de sua IG foi o de conferir notoriedade a este, demonstrar que era um produto alagoano, desta forma, a estratégia inicial foi transformar o bem em Patrimônio Imaterial de Alagoas. É comum observar que grande parte dos produtos que obtiveram alguma certificação de indicação geográfica, antes se tornou patrimônio imaterial, é como se fosse uma etapa convencionada pelos agentes envolvidos para subsidiar o alcance da IG (MELLO, 2015c; MAFRA, 2010).

Nesse sentido, no *continuum* que foi da certificação do bordado filé como patrimônio imaterial até a conquista de IG, fez-se necessário a realização de sua justificativa histórica, ou seja, a demonstração da relevância cultural e histórica do bordado filé. Houve a reflexão sobre a gênese e evolução do mesmo, de modo a esclarecer o quanto este representava a identidade e a memória dos partícipes da região da Lagoa Mundaú-Manguaba.

Para tanto, conduzido pelo SEBRAE/AL, sucedeu uma parceria de cooperação técnica com a Universidade Federal de Alagoas (UFAL), deveras relevante para a ressignificação identitária do bordado filé como produto cultural. O Laboratório da Cidade e do Contemporâneo<sup>2</sup> (LACC), pertencente ao Instituto das Ciências Sociais da referida universidade, assumiu o compromisso pela parte cabível a tal justificativa histórica.

Assim, o coletivo do LACC desenvolveu uma pesquisa junto aos artesãos e turistas para entender a origem do bordado filé, conforme descrito na subseção 4.1. Um de seus pesquisadores apresenta uma visão geral dos achados da investigação realizada pelo grupo:

[...] a gente fez uma pesquisa com filezeiras e alguns filezeiros, também com turistas, sobre os produtos de lá da região e foi onde a gente obteve essas informações, quem trouxe o filé pra Alagoas, não sei o que e tal. Então, tem histórias mirabolantes, foi uma francesa, foi uma negra-escrava, foi isso, foi aquilo outro. [E01]

Quando é discorrido que havia histórias mirabolantes, “foi uma francesa”, “foi uma negra-escrava”, configura que não existia uma homogeneidade na história contada para retratar as origens do filé em Alagoas, tanto por parte de quem confeccionava e

---

<sup>2</sup> Grupo vinculado ao Programa de Pós-graduação em Antropologia Social - PPGAS e ao Instituto de Ciências Sociais - ICS, reúne professores pesquisadores e estudantes interessados em diferentes fenômenos contemporâneos, mas tendo todos eles o propósito de aliar a reflexão em teoria social à intervenção sobre a realidade social e histórica da cultura.

comercializava o bordado quanto do turista que adquiria o bem e que na curiosidade de saber da procedência do mesmo encontrava divergências na narrativa dos/as filezeiros/as. Das discrepâncias que foram identificadas na contação das histórias:

Desse tipo de narrativa, não é que seja ruim existir mais de uma narrativa, mas o problema é que tudo que se estabelece dentro de um mercado tende a perenizar, ter uma forma mais ou menos estável de ser contada, faz parte de uma apropriação simbólica do próprio bem. [E01]

Dentro de todo esse contexto, é válido apontar que, desde sempre os seres humanos contaram histórias, dando vazão à sua intrínseca necessidade de comunicação, traduzindo, por meio de palavras, os acontecimentos cotidianos e as memórias transmitidas por seus ancestrais (CAPRINO; PERAZZO, 2011). A prática da contação de histórias durante muitos anos tornou-se o meio de preservar os valores de uma comunidade, bem como sua integração e coesão social (PISCITELLI, 1993). Compreende-se então que, a memória popular através da tradição oral de contar histórias é constituinte da identidade de um povo (VANSINA, 2010). Ainda nessa perspectiva, as histórias contadas têm expressiva importância na configuração do lugar e da cultura de um povo (CALDIN, 2012). Contar histórias aponta para um movimento de perpetuação da tradição cultural (SILVA, 2011).

Por sua vez, fenômenos como a globalização ameaçam essa prática oral por confundir o berço cultural e de registro histórico quando traz a mescla com diversos contextos socioculturais contemporâneos que ameaçam a construção de identidade cultural (CALDIN, 2012). O que é pertinente ao que advoga Hall (2015) quando argumenta acerca do hibridismo cultural.

Dessa forma, a história oral busca registrar a memória viva do indivíduo e da comunidade, construindo uma imagem dinâmica do vivido: sua identidade cultural (PEREIRA; ALMEIDA, 2012). É mister salvaguardar a prática da contação de histórias dos artesãos alagoanos como marca de perpetuação identitária e cultural do bordado filé, todavia o fato de não haver uma narrativa uníssona nos relatos dos artesãos impulsionou uma intervenção dos atores envolvidos nessa fase para que se criasse uma narrativa ortodoxa para tanto. Eis um dos pontos centrais da ressignificação identitária decorrentes da indicação geográfica.

É válido esclarecer que a narrativa ortodoxa é entendida como relatos que estão organizadas em uma sucessão cronológica sobre os fatos e acontecimentos descritos, paralelamente, mas não em contradição (MAIA-VASCONCELOS, 2014). Outro ponto importante nessa compreensão é o cenário, parte integrante da fachada, uma vez que traz o

*locus* em que é possível aos atuantes narrarem os fatos (GOFFMAN, 2002, p. 29). Nesse caso, o complexo estuarino lagunar Mundaú-Manguaba, alvo da IG é caracterizado como o cenário.

A esse elemento de autenticidade está se juntando, por influência minha e de outras pessoas que estão ali com elas num discurso mais técnico. Essa narrativa da tradição tenderá a ser uma história [...] um pouco engessada pra criar uma ortodoxia [...]. Porque sempre se perguntou, a gente perguntou isso no questionário, e viu que elas atiram pra tudo que é lado, mas a tendência é essa unificação discursiva sobre o próprio bem. Ao fazerem isso, elas vão estar criando identidade, na narrativa a identidade, que eu acho que tem a influência desse processo de IG. [E01]

A ação ocorreu no sentido de provocar um esvaziamento nas contradições encontradas nas narrativas orais dos sujeitos inquiridos por aquele grupo de pesquisa e unificar a história de origem do bordado filé. Seria bom para o processo de IG e, conseqüentemente para a região, pois as indicações geográficas supõem maior atratividade turística dentre outros benefícios (COSTA, 2014).

Porque entre os subprodutos que a gente gerou com a pesquisa que deu pra IG, a gente descobriu um monte de coisas. Por exemplo, coisas que são ruins para a administração dos negócios. Por exemplo, eles não conseguem ter um consenso narrativo sobre a origem do filé porque quem vive do turismo precisa dessas mentiras românticas que o turismo pede, todo turista quer uma historinha sobre qualquer coisa. [...] É assim que se faz, aqui e na China, são as mentiras românticas do turismo. O turismo precisa disso, o turista quer isso, ele quer consumir essas histórias locais, então o filé está num momento de consolidar um consenso, uma ortodoxia discursiva mínima, como existe para o frevo, como existe para o São João, como existe um monte de produtos que já foram trabalhados com seu *marketing* [E01]

Essa ortodoxia narrativa contemplada na justificativa histórica do filé alagoano, utilizada para a patrimonialização do bem, e conseqüentemente para a obtenção do selo, não gera apenas a valorização das raízes do artefato, mas atribui legitimidade comercial. Como argumenta Compagnon (2010, p.47), “a narrativa ortodoxa parece sempre escrita em função do desfecho ao qual ela quer chegar”, atinente a tendência de se privilegiar certas atitudes ou características em detrimento de outras nesse processo. Criou-se uma narrativa romantizada para favorecer a promoção do filé alagoano, não apenas com vistas a reconstruir a identidade cultural que estava se perdendo, como também para agregar valor na comercialização do bem. E, ainda que o filé seja vendido em mercados globais, sua procedência estará ligada ao local (HALL, 2015).

Eu acho que um dos efeitos da indicação geográfica é a criação de uma ortodoxia narrativa em torno do filé. O que é uma necessidade

pra um produto que quer agregar valor no mercado de uma maneira clara e objetiva, então se definido como tendo qualidades tais e tais características [...]. Eles vão aprender a falar sempre 100% algodão, vão aprender a descrever as origens do filé, de onde veio, vão aprender a valorizar a ideia de insistir em dizer ao turista que é algo que se aprende de geração em geração, que aprendeu com a própria avó, com a própria mãe. Esses elementos todos além de ser uma verdade na vida dessas comunidades passam a ser também um elemento de legitimidade comercial. Ele tem um valor a se agregar ao produto. [E01]

Quando levadas para a realidade dos artesãos, estes tiveram que incorporar a unificação discursiva em torno do filé, que foi introduzida por meio de um caderno de instruções para institucionalizar o discurso. Também sucederam oficinas para sensibilização dos envolvidos com a confecção do bordado.

Então aquela carteira de instruções<sup>3</sup>, por exemplo, apesar de ela ter sido feita para normatizar a produção, ou seja, pra dizer os centímetros e tudo mais, a gente introduziu ali noções de história, o percurso, com muito pouco texto, porque no caso elas não são leitoras exatamente, mas a ideia ali era sugerir que ocorra uma unificação, que qualquer bordadeira tenha minimamente a noção de que o filé é um ofício que veio da Europa, entendeu? Que se localizava em comunidades de pesca, que existe uma relação direta entre o ofício da pesca e as comunidades lacustres com o fazer desse bordado, pra elas unificarem isso, porque isso é interessante para o processo de venda, de negociação, de agregação de valor, de *marketing* territorial. [E01]

O quadro 12 abaixo traz algumas das respostas que os artesãos concederam quando questionados sobre a procedência do filé:

**Quadro 12 (4): De Onde Veio o Bordado Filé?**

ENTREVISTADO	RESPOSTA
E12	O filé é de Alagoas, nasceu aqui. Quer dizer, quando Dom João VI aportou aqui na nossa praia, que antigamente eles vinham naqueles botes salva-vidas de madeira, as mulheres que vieram e viram as mulheres dos pescadores aqui, elas ensinaram esse filé que Portugal faz que é tipo um filó <sup>4</sup> .
E03	Assim, basicamente [...] porque o filé, ele, como diz a história, aconteceu por conta da rede de pesca, que há muitos anos atrás quando chegavam os navios da... da França? Eu esqueci a história, mas eu... eu sei direitinho, mas agora eu não estou lembrada.
E02	Eu não estou lembrada sobre o filé, pergunte a minha filha, ela estudou para isso. Ela sabe a história direitinho. Só sei que ele veio de Portugal, da Europa. Eu não vou mentir o resto para você, eu não lembro mesmo.

Fonte: Coleta de dados (2016)

<sup>3</sup> Refere-se ao Caderno de Instruções do Filé: um guia de como fazer o tradicional filé alagoano.

<sup>4</sup> Filó é um tecido fino que tem o formato de tela, oriundo da França.

Sobre a história do filé contida no Caderno de Instruções do Filé (2014, p.19), disponível no sítio eletrônico do Inbordal:

O filé alagoano é uma técnica de bordado de origem europeia difundida de geração a geração na região do complexo lagunar Mundaú e Manguaba do estado de Alagoas. O bordado é construído a partir de uma rede denominada malha, com espaçamento pequeno, que serve de suporte para a execução do bordado.

Ao confrontar o conteúdo apresentado no Caderno de Instruções do Bordado Filé e o que disseram os entrevistados acerca do nascimento do artefato, percebe-se pontos em comum, tais como a origem europeia e o fato que o bordado remete a uma rede de pesca. Também em consonância com o que fora exposto sobre a criação da ortodoxia narrativa, foi a percepção de que os discursos ditos pelos artesãos foram memorizados, estudados, um dos inquiridos proferiu até que sabia, mas tinha esquecido naquele momento.

Isto posto, mais uma questão a ser frisada é o, então, paradoxo que esse tipo de narrativa gera para os comerciantes que tentam vender o chamado “filé *fake*” ou “filé falsificado”, como por exemplo, o filé cearense, que é feito com cordão, diferentemente do filé autêntico confeccionado com algodão. Esse filé *fake* não carregará o discurso legítimo da narrativa ortodoxa, da qualidade, da tradição, pois é um filé tido como barato e com menos valor.

Isso cria um paradoxo, [...] Onde é que está o problema? Nesse ato de comercialização o comerciante ele não vai explicar pra um comprador que se trata de um *fake*. Senão, ele não vende. Então, ele vai omitir esse elemento. Então ele vai fazer um contra-discurso do que a narrativa ortodoxa pretende trabalhar. O discurso altivo em torno da tradição, qualidade, técnica, arte. Todos esses elementos narrativos, eles jogam favoravelmente a uma defesa de identidade cultural. E o outro filé, a presença do outro produto, ele atua como um diluidor dessa narrativa. [E01]

O paradoxo consiste em rechaçar os elementos que não fazem parte da ortodoxia narrativa, desconsiderando a heterogeneidade encontrada. Por um lado pode tornar a história do filé alagoano reduzida, até simplista, por aparar arestas nos múltiplos discursos em busca de uma história única, contudo seu principal intuito foi o de firmar o filé alagoano, de outorgar – a comprovação – desse bem cultural, de criar uma espécie de “memória oficial”.

#### 4.3.1.2 *Imputação Técnica*

Esta subseção será dividida em duas partes: (I) diz respeito a um breve panorama do bordado filé antes da obtenção da indicação geográfica e a (II) que versa sobre a intervenção do profissional da área de design na confecção do produto cultural.

## Um Breve Panorama do Bordado Filé Antes da IG

Até meados da década de 1990, o bordado seguia os mesmos padrões que foram trazidos das terras portuguesas, todavia, com o passar do tempo, por conta de vários fatores, principalmente a questão da adaptação como produto midiático, surgiram novos conceitos, padrões e cores (GUSMÃO; SILVA; QUEIROZ, 2014). A produção artesanal do bordado filé da Região das Lagoas, sofre uma curva descendente entre os anos de 1970 e 1980, que levou ao produto um caráter depreciativo, segundo a entrevistada que foi uma das responsáveis pelo projeto da IG no SEBRAE:

O filé, ele estava numa curva descendente, ele esteve nos anos 70, 80, numa curva ascendente, depois ele cai. Ele cai de qualidade e ele cai muito por conta de uma concorrência, de um artesanato tipo filé, que é mais rápido, mais barato, feito com a mesma técnica, mas com uma linha inferior, com uma malha mais larga, e não era mais aquele filé fino, então o filé passa a ser meio que depreciado, você já não ouve mais falar do filé. [E10]

Nesse momento, o bordado filé perde mercado, e outros bordados considerados finos, ganharam espaço, como foi o caso do bordado Boa Noite, do Rendendê, das Rendas de Bilro. No final de 2008, o SEBRAE lança uma exposição chamada de Coleção Alagoas, resultado de um projeto desenvolvido pela instituição voltado para o desenvolvimento do artesanato (SEBRAE, 2017). Com isso, bordado filé fica de fora da evento, sendo motivo de um projeto a parte, conforme frisado por uma das entrevistas que participou do projeto de reestruturação do filé:

É nesse momento que o bordado filé não entra nessa coleção porque ele vai ser motivo exatamente de um projeto à parte, que seria a estruturação para uma indicação geográfica [...] antes o produto não poderia nem constar aqui. Em 2008, ele não daria para constar nessa coleção de tão depreciado que ele estava e a gente conseguia uma ou outra que fazia o filé de qualidade, a gente catava as boas filezeiras. [E10]

O artesanato, assim, perdeu componentes simbólicos, e passou a ser depreciado. Como forma de angariar renda, as artesãs inseriram insumos produtivos de baixa qualidade, com a intenção que o preço final repassado para os clientes, oferecesse vantagens financeiras, sem foco na qualidade do produto, como as próprias artesãs discorrem em suas falas:

Antes era como se fosse qualquer produto, qualquer mercadoria que fosse industrializada. [E02]

Ah, antes a gente fazia de qualquer jeito. A gente não trabalhava com metragem, só (contava as malhas), via o tamanho que achava legal, marcava, fazia, não tava nem aí. [E14]

Se perdeu minha filha porque as pessoas não valorizava né? O filé não era valorizado né? Não era valorizado de jeito nenhum. [E15]

Depois de um certo tempo aí passou a surgir o ponto que a gente chama “esteirinha” o ponto que a gente chama “aranhão” que é os pontos mais fáceis. E as malhas muito grande até de 1,8 cm. Aí a gente fazia, porque era o nosso... antes da gente ter o nosso ponto era o nosso meio de obter o ganho né? [E16]

Antes do projeto da IG, as artesãs estavam segundo elas fazendo “um filé de qualquer jeito”, com base nesse diagnóstico, o SEBRAE iniciou oficinas a fim de retornar o produto a um mercado exclusivo.

Ao analisar trabalhos acadêmicos sobre indicações geográficas, os mesmos compartilham da ideia que o SEBRAE, apesar de apoiar efetivamente os pequenos produtores, é visto como uma instituição controversa no artesanato (NIERDELE, 2010; NORONHA, 2011; BELAS, 2012). Seu principal objetivo são ações que desenvolvam o empreendedorismo e a abertura de mercados, e tendendo a priorizar aspectos econômicos, desconsiderando fatores sociais e culturais.

## **A Intervenção do Profissional de *Design***

O artesanato Bordado Filé da Região das Lagoas passou a ser concretamente ressignificado, diante do projeto de estrutura da IG, encabeçado pelo SEBRAE local e demais atores envolvidos no processo.

O recorte abaixo cita uma das *designers*, consultora do SEBRAE, que teve uma participação inicial importante no que tange a ressignificação do artesanato bordado filé:

Houve uma facilitadora, uma designer facilitadora, uma artista plástica, que é Maria Amélia, que foi a que comandou este processo que culminou na publicação do caderno de instruções, mas a Maria Amélia foi uma mera facilitadora. Ela não faz filé, ela não entende de filé, ela não sabe o que é o filé de qualidade. Então assim, elas já sabiam o que era um filé de qualidade. Mas como é que elas iriam competir com o filé que deixa uma rede com um quadrado imenso, borda duas florzinhas e vende lá por uma mixaria. [E11]

As consultoras daqui que nos ajudam desde o início. Entendeu? As designers. Tudo isso nos fortaleceu pra que a gente hoje chegasse a esse selo. Entendeu? Então todos eles são importantes pra nós. [E04]

A questão da intervenção dos designers na produção artesanal está sendo alvo de muitos debates por autores das ciências sociais (SILVA, 2006; LIMA, 2010; BELAS, 2012; VALENTE et al., 2013). Os autores apontam que as “modificações” sugeridas tem a finalidade de atender ao mercado e podem descaracterizar o produto, e criar dependência do artesão com os profissionais técnicos que estão auxiliando no processo.

A partir dos anos 2000, contatou-se um aumento no número de ações de design junto aos grupos de produtores artesanais, isso se relaciona com o advento da globalização que causou mudanças no cenário do segmento, nesse sentido, a atuação dos projetos de design e artesanato são voltadas para o resgate cultural de saberes manuais que abrangem um contexto social, ambiental e econômico. (SERAFIM, CAVALANTI E FERNANDES, 2015).

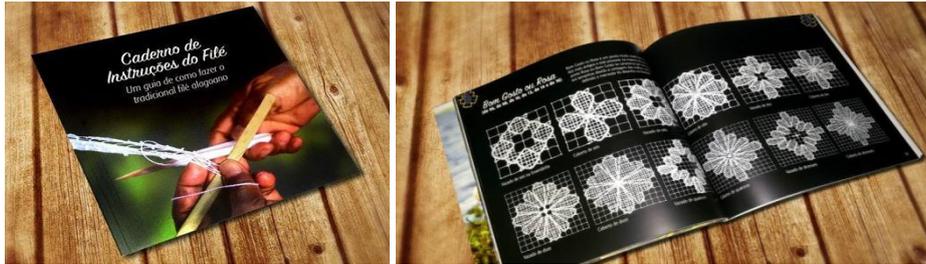
A produção artesanal do bordado filé, a partir dessa interação com os designers, os produtos passaram a adquirir uma carga simbólica característica. A equipe de consultores e parceiros técnicos do SEBRAE se mobilizaram para entender todas as nuances relativas à produção do Bordado Filé com o objetivo de conferir a ele o selo de IG. A priori, seria necessário entender o que era um filé qualidade, o resgate dos pontos antigos, como o processo produtivo se dava na prática, como fala os entrevistados participantes desse momento:

Foram oficinas pra levantamento dos nomes dos pontos pra gente resgatar, não somente os que estavam sendo usados atualmente, mas os antigos, os que ninguém usava mais que agora voltaram a ser produzidos. Então houve oficinas de resgatar, pra poder a gente definir, porque um chamava de espírito, outro chamava de... têm pontos que tem dois nomes, e aí pra elaboração daquele manual de instruções, aquele caderno de instruções, que é um verdadeiro catálogo de (pontos) também, né? E as oficinas pra que elas, as artesãs, dissessem o que seria um filé de qualidade, que filé é esse que pode receber esse selo. Então foi aí onde elas estabeleceram o limite máximo do tamanho do quadrado da rede, da trama da rede, o percentual de uso de linha. [...] Ela sabem o que é um filé de qualidade. [E11]

Nós fizemos um mapeamento já com outra consulta contratada de todos os pontos que essas meninas trabalhavam para que não se perdessem. Foi feito um resgate desses pontos e fizemos uma amostra de cada um desses pontos. Nós temos hoje eles pequenos, todos os pontos que foram catalogados, inclusive está no livro, e nós fizemos também composições de pontos. [E18]

Embasadas sobre o processo produtivo do Bordado Filé, os parceiros se uniram para atender uma exigência do INPI, que seria a criação de um regulamento, e assim foi feito. Com base no que foi dito nas oficinas pelas artesãs e, com a inserção do conhecimento técnico das consultorias recebidas, criou-se o Caderno de Instruções do Filé, conforme figura abaixo:

**Figura 8 (4): Caderno de Instruções do Filé**



Fonte: INBORDAL (2017)

O Caderno de Instruções foi um marco para Projeto de IG, e contempla mecanismos de organização e controle de produção do bordado, entre eles: o levantamento de pontos tradicionais, identificação dos processos, formação de fichas técnicas, harmonização de cores, entre outros.

[...] A gente construiu isso aí em quatro anos. Teve quatro anos pra conseguir construir esse caderno de instruções. Aí está tudo o que você imaginar do início do filé. [...] São infinidade de pontos, né? [...] Então é muito importante pra gente, né? [...] Porque depois de tanta luta, que eram reuniões mais reuniões mais... a gente levava almoço, levava tudo, passava o dia todinho. [E04]

[...] por isso que nós criamos esse guia de instrução que não está em nenhuma, digamos, resolução do INPI, mas na hora que ele diz que você tem que criar um regulamento e é condição (*sine qua non*) você criar um regulamento, uma forma de aferição se você está fazendo o bom filé, se você está fazendo tradicionalmente aquele artesanato como era antigamente, você tem que resgatar, por isso o trabalho da Universidade é muito importante, o que elas falam que o bom filé é. [E10]

O passado do Bordado filé apresentou-se como uma oportunidade e um diferencial para o desenvolvimento do seu artesanato, facilitado pelo conjunto de saberes e habilidades que os artesãos da região das lagoas já dominavam. Ao longo desse processo, a ressignificação do bordado filé tinha como base principal o resgate dos pontos antigos e do filé de qualidade, conforme trechos das próprias artesãs:

É a qualidade, resgatando esses pontos antigos, resgatando a tela e isso a gente não vê por aí. Entendeu? Eu acho que é isso aí a gente está mostrando aí o verdadeiro filé, ele diferencia muito, as cores, os pontos. [E06]

Assim, a gente quer resgatar um filé que foi, vamos dizer assim, dos nossos avós, né? Que existia muito ponto que estava esquecido e hoje em dia é um dos pontos que a gente trabalha muito, né? Que tem vários pontos que ninguém queria fazer mais. [...] O ponto espírito mesmo não era mais feito. [...] Olha, antes a gente poderia, vamos dizer, fazer um filé de qualquer jeito. [E08]

As identidades são construídas no interior dos discursos, e para entendê-las, é necessário compreender os lacais institucionais e históricos de sua construção (HALL, 2014). A partir de todo o processo que o Bordado Filé, o resgate de pontos antigos e reformulação para criação de novas matrizes de combinação de pontos, de famílias de pontos, e de harmonização de cores, que foram produzidos para representação identitária do Bordado Filé, visando abarcar uma justificativa histórica correspondente, que remetesse as origens, conforme descrito na subseção 4.1.

Então elas definem a malha pequena, define quantidade de pontos, dizem quais são os pontos e aí nós descobrimos que era família de pontos porque os pontos não são, na hora elas combinam também entre si. [...] Então na hora que você numa ficha coloca os pontos que você usou, as cores das linhas que você usou, você está criando a memória daquele produto. Isso não vai se perder. É uma forma tanto de salvaguardar como também de você precificar, como também de você informar o cliente o trabalho que está sendo feito. [E10]

Segundo Hall (1997), a construção dos significados culturais através das práticas do cotidiano, como falar, pensar, agir, a forma de representar, e a partir daí, a interpretação é dada gera os significados. Sendo assim, a produção do bordado filé foi ressignificada através de práticas que já utilizadas no passado, com o intuito de apresentá-los e/ou adaptá-los ao mercado, ao mesmo tempo, que se buscava a incorporação simbólica, uma unificação na história, que justificasse a produção e tornasse o produto mais competitivo no mercado, aliado ao forte apelo de afirmação identitária da região das lagoas como produtora do produto cultural. Ainda no processo para obtenção do selo, o mercado já respondia ao projeto desenvolvido, conforme entrevistados:

A partir dessa composição de pontos, começaram a aparecer clientes a nível nacional que trabalharam coleções, como a exemplo da Cantão, como a exemplo da Chili Beans, eles fizeram coleções baseadas nesse artesanato, nesse resgate de pontos, porque ficou um trabalho muito bacana. [E18]

Aquele trabalho com o Cantão, trabalho com a Chilli Beans. São duas fábricas importantes, nacionais assim, distribuídas pelo Brasil inteiro com produção no sudeste. As Chilli Beans fez capas de óculos com filé, já com esse grupo, e o instituto nem estava ainda constituído e formalizado. [...] E depois o Cantão que foi um sucesso estrondoso. A fábrica vendeu quatro vezes mais do que ela estava esperando. Quatro vezes, então foi assim, uma coisa espetacular o sucesso dessa coleção do Cantão com o filé. Enfim, eu acho que agora ainda é cedo pra que elas percebam esse retorno. Eu acho que ela já percebe que há um interesse diferenciado e que com o tempo elas vão realmente ter uma renda bem mais alta. [E11]

As marcas nacionais, Cantão e Chilli Beans abriram o mercado para o bordado filé, conferindo coleções que buscando atingir o mercado que compra cultura, que dar valor a exclusividade, nesse caso, o mercado de luxo, abaixo segue imagens dos produtos gerados pela marca Cantão:

**Figura 9 (4): Peças de Filé para a Grife Cantão**



Fonte: INBORDAL (2017)

Ao posicionar os produtos no mercado, conforme já citado anteriormente, o resgate do bordado filé veio a subsidiar uma das estratégias de ressignificação do produto, com isso, as artesãs descreveram quais elementos compõem um filé de qualidade e suas características, abaixo segue no quadro 13 as categorias mencionadas com as respectivas ocorrências nas entrevistas analisadas:

**Quadro 13 (4): Elementos do Filé de “Qualidade”**

<b>ELEMENTO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>OCORRÊNCIAS</b>
ACABAMENTO DA PEÇA	Refere-se à beleza da peça, a combinação de pontos, a harmonização das cores, a utilização de pontos mais difíceis.	E01, E03, E05, E06, E07, E10, E11, E14, E17, E18.
MATÉRIA-PRIMA	Refere-se à linha 100% algodão, utilizada na fabricação do bordado filé.	E01, E04, E07, E08, E13, E19.

Fonte: Elaborado pela autora (2017)

Os produtos gerados a partir do bordado filé, geram uma narrativa ortodoxa como pano de fundo, seja sobre sua origem, ou sobre as especificações do produto, essencialmente ligadas a questão de território, a um elemento de autenticidade, presentes nos discursos das artesãs.

Após o contato com o processo de IG, todos os produtos começaram a seguir um padrão definido no Caderno de Instruções, como garantia de qualidade e procedência, a intervenção dos consultores de designers, focou basicamente, na harmonização das cores e nas novas composições de pontos, se tornando um fator decisivo para imputação técnica sobre o produto estudado e na resignificação que aconteceu.

## **4.4As Tensões e os Efeitos da IG**

Esta seção aborda a arena de lutas envolvidas no contexto da IG, o entendimento das regulações criadas e os conflitos existentes a partir do projeto. Todavia, demarca também os efeitos já constatados com a obtenção do selo e sua relação com o processo de identificação do produto artesanal.

### **4.4.1 As Tensões Ocasionadas Pelo IG**

De acordo com a Instrução Normativa nº 25/2013, para adquirir a concessão do selo IG na modalidade de IP, fez-se necessário um regulamento do uso do nome geográfico, com a comprovação de uma estrutura de controle para produtores e prestadores de serviço que fosse responsável pelo controle das especificações solicitadas. O regulamento de uso de uma IG reúne uma gama de regras definidas e acordadas entre os produtores estabelecidos dentro da

área delimitada pela IG, as quais deverão ser seguidas para que eles possam ter direito a usar a IG em seus produtos (BRASIL, 2008).

De acordo com a análise documental, o Regulamento Técnico do Uso do Selo do Bordado Filé, passou por uma estruturação técnica, e assim, foi estabelecido o funcionamento interno adequado aos requisitos estabelecidos pelo selo. A garantia e a manutenção da qualidade que são conferidos aos produtos que possuem o selo IG é uma condição obrigatória nesse regulamento, e no caso do Inbordal, esse requisito é cumprido através da existência de um órgão interno chamado Conselho Regulador, este por sua vez, é formado por associadas do Inbordal e atores envolvidos no processo de obtenção.

E depois que essas peças estão aqui no Inbordal é passado pelo Conselho Regulador e ali, eles veem, olham a peça, se está de boa qualidade mesmo. [E02]

E o conselho regulador, ele não é formado só por artesãs, tá? Têm pessoas como, por exemplo, a UFAL, tem uma cadeira no conselho. Como o SEBRAE tem uma cadeira no conselho. Então, a gente vê que o conselho, ele é imparcial. Você compra, você traz a peça, a peça passa pelo controle de qualidade, o conselho aplica o selo e esse selo não é retirado. Se retirar, danifica o selo. [E18]

O Conselho Regulador citado pelas artesãs tem como objetivo avaliar as peças e conferir as especificações exigidas de acordo com os critérios estabelecidos, visando constituir padrões de salvaguarda desse conhecimento e controle da sua confecção para garantir a sua Indicação de Procedência.

O Conselho Regulador torna-se uma estrutura importante dentro do contexto de IG, e se configura como parte do processo de ressignificação do bordado filé utilizando-se do elemento de “Regulação” do circuito da cultura de Stuart Hall, o documento do regulamento técnico do Bordado Filé, contém as informações requeridas para este processo de Indicação Geográfica junto ao INPI para atender aos requisitos estabelecidos pelo mesmo, conforme quadro 14 abaixo:

**Quadro 14 (4): Requisitos Estabelecidos para a IG**

<b>REQUISITOS ESTABELECIDOS PARA IG – BORDADO FILÉ</b>
1. Tradição: Técnica de bordado europeu difundida de geração a geração, particularmente, nessa região das lagoas Mundaú e Manguaba do estado de Alagoas conforme estudos realizados pelo departamento de Antropologia da Universidade Federal de Alagoas.
2. Localidade: Os produtores estão comprovadamente estabelecidos na área geográfica das Lagoas Mundaú e Manguaba, localizada na porção Centro–Leste do estado de Alagoas, área que compreende parte dos territórios dos Municípios de Marechal Deodoro, Pilar, Santa Luzia do Norte, Coqueiro Seco, Satuba e Maceió conforme delimitação dos estudos realizados pela Universidade Federal de Alagoas e ratificados pelo Programa de

Artesanato Brasileiro – PAB – seção AL.
---

3. Qualidade: As artesãs do bordado possuem uma estrutura de controle sobre os procedimentos operacionais que convergem com os critérios de qualidade estabelecidos nas fichas de avaliação dos produtos que compõem a rede e o bordado filé caracterizados pela Indicação de Procedência.
--

Fonte: Elaborado pela autora a partir da análise documental (2017)

Ao Conselho Regulador confere-se especificamente o requisito de atender aos critérios estabelecidos, garantindo o critério 3 – qualidade, conforme o quadro 14, bem como ao atendimento que solicita uma estrutura de controle que possa autorizar o uso do selo.

E também pra ter o selo não é qualquer um que vai ter o selo, você precisa, realmente, merecer, né? Vai ser passado pelo Conselho Regulador, você vai ver metragem, você vai ver acabamento, você vai ver a qualidade do impermeabilizador, não pode estar muito duro, não pode estar muito mole. Entendeu? Quer dizer, tem que estar um filé em perfeita qualidade pra poder então receber o selo. [E04]

Olha, antes a gente poderia, vamos dizer, fazer um filé de qualquer jeito. Hoje não. Para você obter o selo tem que estar na regra, ali, vamos dizer, existe uma regra e você tem que cumprir ao pé da letra, se você não cumprir ali vai passar pelo Conselho e após ali, você tem que cumprir tudo o que tem ali, porque se não cumprir, ele jamais vai receber o selo. [E08]

Nessa direção, a existência de normativas, regras e exigências no modo de fazer do trabalho manual configurou uma nova identidade para o produto cultural. As transformações sociais imputadas pelo processo de IG trouxe a tona a ressignificação indetitária (HALL, 2015) da comunidade na Região das Lagoas. A questão da definição do regulamento de uso é complexa, visto que, cada regra estabelecida implica riscos de exclusão, sejam eles, geográficos, ou por exigências técnicas (VALENTE et al., 2013), conforme também observado no caso do bordado filé, como aponta os trechos abaixo:

E esse IG agora eu não participo mais, porque começa a feira e ficaram me criticando e ficaram me enchendo meu saco [...] Quando a gente entregou as costuras, uma mulher olhou pra mim lá na sala depois das costuras tudo pronto, olhou pra mim e disse que as minhas sandálias não ia. [...] Aí eu disse que não ia desmanchar. [...] Aí por isso fui me abusando, fui me abusando, aí fui, fui, fui, pedi pra sair. [E09]

[...] Eu e outras pessoas levamos nossas peças e foi aprovada. Na hora de pagar devolveram boa parte das nossas peças dizendo que não tinha sido aprovado. Deslealdade, falta de ética. [E12]

Os produtores da região que já participaram do Inbordal e se desligaram, discorrem sobre conflitos internos que ocorreram na aplicação prática do Regulamento de Uso instalado

por meio da atuação do Conselho Regulador, atentando para as falas dos artesãos que apontam para o quesito “devolução de peças”, corroborando com VALENTE et al.(2013), que em seu estudo ressalta que, na metade dos casos de indicações geográficas consolidadas, os produtores foram excluídos porque não atendiam ao padrão de qualidade estabelecido, ou porque não eram associados da entidade regulamentadora.

Quer dizer, nós também que precisamos desse selo para o nosso filé, com IG ou sem IG. Pra mim esse selo era nacional, tinha que ser nacional. [...] Mas eles parecem que não querem fazer isso, parece que eles querem ficar só com o Instituto. O Instituto é dono, proprietário desse selo e não vai repartir pra ninguém, quem quiser que entre no Instituto, faça parte do Instituto pra poder ter o seu trabalho com esse selo. Mas aí não é interessante. Até porque o próprio Instituto não consegue abarcar todos, né? O próprio IG não consegue abarcar esse grupo de filezeiras, né? [E09]

O Inbordal está andando só com um grupo de pessoas. [...] O selo pra emitir é quem está participando do Inbordal, eu soube que quem tiver participando de lá, da Indicação Geográfica. [...] Eu acho que selo deve ser emitido por qualquer artesão, se for procurar os direitos, né? Não precisa estar só no Inbordal não. [E13]

A questão da emissão do selo por parte dos produtos da região que não associados ao IG é uma ponto polêmico. No caso, o Inbordal é uma entidade que representa legalmente a coletividade, e que não se caracteriza como “dono” do selo, segundo a Instrução Normativa nº 25/2013 e autores da área, a IG é um direito um direito extensivo a todos os produtores ou prestadores de serviço que estejam na área demarcada e que explorem o produto, objeto da indicação (BRUCH et al., 2010; VALENTE et al., 2013). Sendo assim, desde que ele atenda a todas as especificidades estabelecidas, e more na área delimitada, o produtor tem direito de se beneficiar da IG.

Além das questões supracitadas, os artesãos que fazem parte da delimitação, mas não se encontram mais no Instituto, falam sobre a ausência de imparcialidade nas relações interpessoais, se configurando como outro elemento de conflito dentro das práticas adotadas:

[...] Quando chegava uma encomendava, quando a gente vinha saber já tinha terminado a encomenda. Aí lá mesmo aquela patotinha se juntava e fazia caladinha. [E09]

De uma forma de se unir, porque as encomendas quando vem não dá nem conta do vencimento, então não precisa ninguém ficar com olho grande em ninguém. Que tem muito isso também. Eu sou realista. Não estou ofendendo, estou dizendo a realidade do mundo. Aí eu saí por causa disso também. [E13]

Mas a gente sente uma tristeza enorme em ver que todo o contexto e objetivo do instituto se tornou de grupinhos, de amiguinhas, não uma coisa profissional, se tornou coisa mesquinha. É assim que eu vejo. [E12]

Dentro desse cenário de conflitos sociais é fundamental a identificação e análise dos atores sociais, pois a visão dos mesmos tenta explicar os interesses particulares que pautam os conflitos (HAUER, 2009). Os atores envolvidos no processo de obtenção do selo da IG adicionam que os conflitos existentes são ocasionados pelas dificuldades ligadas a questões de interesses particulares e por dificuldades de adequação as especificações técnicas da IG, este último corrobora com as falas das artesãs que não possuem vínculo com o Inbordal.

[...] Agora a cultura associativa ligada a grupos de interesses, ao político, a uma família, a todas essas pequenas características que fazem a nossa vida cotidiana, e não é diferente com essas pessoas, elas certamente colocam dificuldades pra esse processo. [E01]

[...] Todas querem trabalhar e receber demandas via o Instituto e querem o seu produto certificado. Agora, nem todas conseguem fazer o produto dentro desse padrão da qualidade, por isso as oficinas. E por isso também algumas queixas e alguns ciúmes. Mas é porque só tem essa besteirinha, mas essa besteirinha aqui. Porque é o seguinte, quando você termina e corta, não tem mais como você ajustar. Entendeu? Tirou daquela rede, da grade, arrematou e cortou, você não vai fazer mais. Aí fica aquela história, não entra no padrão de qualidade do Inbordal e vai para onde aquilo ali? Porque ali você já fez. [...] Então esse é um grande problema. Entende? Quer porque quer passar. Mulher, mas eu já fiz. Aí não tem jeitinho e é isso que cria também os problemas de relacionamento entre elas e que agora a gente vai se deter nesse comitê regulador para poder criar algumas formas de blindar quem está no comitê, entendeu, e também verificar onde é que elas vão escoar essa produção porque também a gente sabe que boutiques tem ponta de estoque para produtos que não tem, que não passaram. [E10]

A disputa pelo espaço social causa uma arena de lutas dentro do território delimitado, o fato é que segundo Belas (2012), os diferentes estudos sobre as indicações geográficas revelam deficiências nessa representação coletiva, indicando benéficos para um grupo específico. Com isso, os produtos das áreas protegidas geram conflitos em diversos âmbitos devido ao fator de regulação presente nos discursos analisados.

#### 4.4.2 Efeitos do Processo de Obtenção da IG

Esta seção discorrerá acerca das consequências experimentadas a partir do processo de obtenção da indicação geográfica. É válido apontar que, a busca pela certificação trouxe

consigo a criação do Inbordal, que por vezes é confundido com o próprio selo ou o órgão responsável por conceder o registro, isto é, o INPI.

Por se tratar de um advento recente, de 2016, os efeitos estão sendo provados gradativamente, todavia o quadro 15 apresenta alguns aspectos resultantes da IG, cujos elementos percebidos nas entrevistas com os artesãos estão respaldados no referencial teórico acerca de IG e identidade.

**Quadro 15 (4): Efeitos do Processo de Obtenção da IG**

EFEITO	AUTORES	TRECHO DA ENTREVISTA
<b>Valorização Profissional</b>	Caldas (2014); Lima et al. (2015); Mello (2015b); Albino e Carls (2015).	<p>Lá fora eu já trabalhava e sempre gostei de fazer as peças bem feita, bem trabalhada, mas tinha o problema de não ter a valorização [...] Eu acho que é a valorização do nosso trabalho. [E16]</p> <p>[...] A gente vai ter nas peças que a gente já trabalha com um bom acabamento e uma boa rede, eu acho, no meu ponto de vista, ele vai ser mais valorizado, o nosso trabalho. [E02]</p> <p>[...] Eu fico muito feliz em saber que a gente está sendo valorizada pelo nosso trabalho, um trabalho que foi resgatado. E que a gente está fazendo o possível e até o impossível pra que ele melhore. [...] Quando eu vi que o valor que o filé tinha dentro do Inbordal era maior que o de lá de fora, porque a gente trabalhava para as donas de loja, então a gente praticamente era explorada. Eu trabalhava, o meu trabalho não tinha valor nenhum porque eu trabalhava pra lojista, então, elas ganhavam em cima do meu trabalho. Aí eu pensei, digo, “não, espera aí, eu vou trabalhar num grupo que eu vou ser associada, eu própria vou ser dona do meu negócio e vou inserir valor no meu trabalho”. [E04]</p> <p>[...] Me ajuda a superar muita coisa. E a gente é muito valorizada, agora, nós somos valorizadas. [E15]</p> <p>Na verdade, antes de eu entrar pro Inbordal, eu não via, como se diz? Uma qualidade em ser filezeira. Eu achava que era uma coisa desvalorizada. A partir do momento que eu entrei pro grupo, que eu entrei pra o Inbordal eu vi de forma diferente, o filé é visto diferente. Mas antes eu não tinha, não é orgulho, mas eu não tinha assim, expectativa no filé, de crescer com o filé. [E17]</p>
<b>Sentimento de Pertença</b>	Pimentel (2014); Caldas (2014); Coelho-Costa (2014); Calliari et al. (2007); Vieira e Buainain (2012); Gollo (2006); Flores (2006); Lacour (1986); Mello (2015b); Cerdan et al. (2010); Arantes (2004); Moity-Maizi et al. (2001); Lima et al. (2015); Hall (2015).	<p>Isso aí é um seguro de que esse produto é nosso, só quem pode usar esse produto com esse selo somos nós que estamos nessa região, protegendo algo que nos pertence. Então, eu vejo dessa forma. [...] É você pensar que vem uma pessoa de fora aqui, compra um produto nosso e ela vai poder chegar no país de origem ou no estado de origem dela, ela vai poder entrar na Internet e saber qual foi a artesã que fez, que linha ela usou, quanto tempo ela levou para fazer aquele produto. Que é aquela questão da rastreabilidade. [E07]</p>

<b>Diferencial Competitivo</b>	Vieira e Buainain (2012); Gollo (2006); Moity-Maizi et al. (2001); Lima et al. (2015); Valente et al. (2012); Vieira e Buainain (2012); Albino e Carls (2015).	<p>Aí assim, eu acho que depois do selo de qualidade para as peças aqui do Inbordal ficou melhor pra gente em relação ao diferencial, porque às vezes as pessoas falava, “não, é a mesma coisa”. [...] Aí depois do IG pra mim ficou melhor porque eu posso dizer que eu tenho diferencial. [E16]</p> <p>[...] Creio eu que a gente vai se sobressair na frente de todo mundo, porque agora nós temos um diferencial. [E03]</p>
<b>Entrada em Novos Mercados/ Participação em Eventos/ Visão de Mundo</b>	Gollo (2006); Lima et al. (2015); Valente et al. (2012); Mello (2015b); Vieira e Buainain (2012); Albino e Carls (2015); Hall (2015).	<p>Tem um vai ser na Barra de São Miguel que é um evento das ostras.[...] o mês que vem, em outubro vai ter em São Paulo. Eu acho que a gente participou há umas duas semanas atrás no Centro de Convenções. Eu não sei se antes desse da Barra vai ter outro no Centro de Convenções, ainda está para ser confirmado. [E02]</p> <p>Porque depois assim do selo, que a gente ganhou o selo, teve algumas viagens. [E16]</p> <p>Porque assim, a gente conhece outros lugares, outras pessoas. Não fica naquela vidinha que você tinha, de conhecer só pessoas, assim, limitado. Você conhece outros lugares, aprende mais coisas. Então, para mim mudou. [...] Assim, para mim abriu as portas do mercado. [E05]</p> <p>Eu acho que melhorou muito. Depois que eu estou no Inbordal já tive oportunidade de viajar, porque teve BH<sup>5</sup>, teve as outras viagens. [...] Foi a minha primeira viagem, nunca tinha viajado de avião, até então, eu gostei. Depois eu fui pra essa que foi a CRAFT<sup>6</sup> [...] E agora a gente foi, teve a oportunidade de conhecer a Círculo<sup>7</sup>. [...] Aí agora a gente teve a oportunidade de ir lá conversar com eles, falar do nosso produto, fazer a demonstração [...]. E a gente foi muito bem recebido lá. Então, a gente plantou uma sementinha lá. [E04]</p>
<b>Aumento das Vendas</b>	Mello (2015b); Vieira e Buainain (2012); França et al. (2015); Albino e Carls (2015).	<p>[...] As vendas aumentaram. É muita procura, é muita encomenda pra gente. [E02]</p> <p>Assim, eu achava que depois disso a gente ia cair um pouco as vendas, porque querendo ou não quando uma coisa tem qualidade, ela acaba sendo um pouco mais cara. Mas, não. Graças a Deus aqui não falta uma encomenda. A gente está sempre trabalhando, sempre trabalhando, chega sempre encomenda, não falta. Apesar do preço ser um pouquinho mais caro, mas graças a Deus, estamos cheios de encomenda. [E03]</p> <p>Olhe, acho que pelo menos pra gente a demanda está sendo muito grande [...]. Cada um tem o seu gosto. Mas eu acho que o filé está em alta. E, principalmente agora, depois que a gente recebeu o Certificado do INPI que dá direito ao selo, isso repercutiu muito pra gente e a gente agora não está tendo tempo mais nem de produzir, porque encomenda está vindo de janeiro a janeiro. [E04]</p> <p>[...] Assim, quer dizer, as vendas estão mais, assim, bombando. Vendendo muito mais. [E05]</p> <p>Porque sem o IG a gente não tem encomenda, a gente pega uma encomenda de vez em quando, de ano em ano e no IG agora não, a</p>

<sup>5</sup> Belo Horizonte.

<sup>6</sup> A CRAFT DESIGN é uma feira de negócios que apresenta tendências na área de decoração, design e arte.

<sup>7</sup> Empresa criada em 1938, que produz fios e linhas para trabalhos manuais a partir do algodão.

		gente pega direto, todo mês tem um evento, a gente tá sempre tem um dinheirinho extra lá no caixa pra gente. [E14]
<b>Notoriedade, Reputação e Prestígio</b>	Maiorki e Dallabrida (2015); Dupin (2011); Caldas (2014); Lima et al. (2015); Mello (2015b); Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2010); Albino e Carls (2015).	<p>[...] Eu acho que agora as nossas peças vão ficar bem mais famosas. [...] Que a gente realmente é as top das top”. Mas, é. Mas, só que no caso a gente aqui se sente as top porque a gente conseguiu muita coisa, batalhando. Foi o top cem, foi o selo. A gente ganhou também um outro evento aí. [E03]</p> <p>Mudou totalmente. Totalmente. O filé é mais visto [...] Olhe, hoje, ele vamos dizer assim, que o filé ganhou mais espaço. Que você não via mais. [E08]</p> <p>A gente fez a coleção da Cantão, duas coleções, foi 2013 pra 2014 e 2014 pra 2015. Então, a gente viu que, realmente, o Inbordal ia trazer mais benefício pra gente com reconhecimento para o nosso trabalho. [...] Mas, já teve esse reconhecimento. E também pra ter o selo não é qualquer um que vai ter o selo, você precisa, realmente, merecer. [E04]</p> <p>Assim, porque é um tipo assim de um registro, de um nascimento. [...] Eu acho que é um reconhecimento [...] Assim, a gente está sendo mais procurada [...] porque ficou assim na mídia, aí as pessoas procuram mais a gente. [E05]</p> <p>[...] Só o fato do filé está sendo reconhecido, uma coisa que eu gosto de fazer, que já foi minha vó que ensinou e estou vendo aí, ele crescendo e tendo reconhecimento, para mim isso é maravilhoso. [E06]</p> <p>[...] Esse selo de qualidade para nós é como um Oscar para um ator de Hollywood. [E12]</p>
<b>Representação Institucional</b>	Mello (2015b).	Olha, nós estamos bem representadas pelo Instituto, fico muito feliz por que o Instituto veio para resgatar essa coisa que já estava perdida do filé de qualidade. [E06]
<b>Garantia de Qualidade/ Originalidade</b>	Pimentel (2014); Caldas (2014); Coelho-Costa (2014); Calliari et al. (2007); Vieira e Buainain (2012); Mello (2015b); Cerdan et al. (2010); Valente et al. (2012); Almeida, Paiva Júnior e Guerra (2010); Hall (2015).	<p>Acho que o selo está mostrando um padrão de qualidade, para mim é um padrão de qualidade, ali já diz tudo. [...] O cliente vai numa feira, se ele vê que tem uma peça de filé com selo, a outra não tem o selo, ele vai, claro, com certeza, ele vai analisar a diferença e ver por que ele está pagando até um pouco mais caro, mas ele está vendo a qualidade, o selo já está indicando tudo. Para mim o selo é isso. [E06]</p> <p>[...] Antes não tinha um bom acabamento, após você usar e lavar, ele se soltava. E hoje não, a gente dá uma garantia que aquele filé você vai levar, lavar e ele jamais vai desmanchar. [...] É assim, que nem você receber, vamos dizer assim, o filé recebeu que nem o selo do Inmetro, vamos dizer assim, você sabe ali vai ser uma coisa de qualidade, aquele selo significa que aquele filé é um filé 100% original. [E08]</p>
<b>Preço Praticado Compatível/ Justo</b>	Coelho-Costa (2014); Lima et al. (2015); Mello (2015b).	<p>Melhorou no preço. As pessoas entendem que aquele produto, ele não é mais caro só por que é caro. Ele está naquele preço, porque, realmente, foi um produto trabalhado para isso. [E07]</p> <p>[...] o filé tem um preço justo, porque antes você trabalhava para artesã, lojista e eles não pagavam um preço justo por aquele seu trabalho. E hoje não, o Inbordal trabalha e recebe por um preço justo. Eu não me sinto mais explorada. [E08]</p> <p>É um filé mais bem feito. Assim, porque pra gente conseguir esse selo a gente foi bem feita as peças. Eu acho que vem ser isso. [E14]</p>

Dos principais achados da IG, é possível listar: (I) valorização profissional; (II) sentimento de pertença; (III) diferencial competitivo; (IV) entrada em novos mercados, participação em eventos, visão de mundo; (V) aumento das vendas; (VI) notoriedade, reputação e prestígio; (VII) representação institucional; (VIII) garantia de qualidade e originalidade; e (IX) preço praticado compatível, justo.

Sobre a valorização profissional, quando apresentado nos relatos “o meu trabalho não tinha valor nenhum”, “não tinha uma qualidade em ser filezeira”, “antes não tinha expectativa no filé” denota que os envolvidos não possuíam uma percepção de que o ofício de filezeiro/a e, conseqüentemente, do artefato produzido tinha seu valor reconhecido. A obtenção do selo e o interesse que despontou sobre o filé foi um divisor de águas para a realidade dos artesãos. Nesse sentido, indicações geográficas são ferramentas que visam à valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios (ALMEIDA et al., 2014), agregam também valor ao produto, a região produtora, aos artesãos e protegem sua herança histórico-cultural (GIESBRECHT et al., 2011).

Quanto ao sentimento de pertença, como aponta Hall (2015), a construção da identidade é mediada pelo lugar. Quando um dos entrevistados profere “só quem pode usar esse produto com esse selo somos nós que estamos nessa região” reforça a questão identitária de pertencimento ao complexo lagunar Mundaú-Manguaba e, por conseguinte, o vínculo do filé com seu território de origem.

Acerca do diferencial competitivo, no atual cenário, mercadologicamente disputado, a Indicação Geográfica torna-se um diferencial para comercialização (NUNES, MELLO, 2013). Ainda, a adoção do selo de IG representa uma forma de inovação e de diferenciação de produtos (ALMEIDA et al., 2014). As falas “depois do IG pra mim ficou melhor porque eu posso dizer que eu tenho diferencial” e “creio que a gente vai se sobressair na frente de todo mundo” está em convergência com a argumentação dos autores mencionados.

Da entrada em novos mercados, participação em eventos, visão de mundo, os artesãos estão conseguindo fazer com que o bordado filé atinja novos patamares, tenha maior penetração no mercado local e, especialmente, global. Isso repercute também numa ampliação da visão de mundo dos envolvidos com a confecção e comercialização do bem cultural, que como é citado na entrevista “a gente conhece outros lugares, outras pessoas”, o que se dá pelas viagens, participação em feiras e eventos nacionais e até internacionais. O selo do IG representa a ampliação das perspectivas dos artesãos, que por meio da globalização, como argumenta Hall (2015), as barreiras da distância são dissolvidas e as fronteiras desconstruídas.

A globalização constitui ainda um processo de intensificação das relações sociais em nível global (GIDDENS, 2002), isto se dá pela dinâmica que esses indivíduos possuem com novas culturas e, assim, outros indivíduos. Essa inserção em ambientes sociais possibilita a interação com novas culturas, saberes e abre mercados.

Em relação ao item aumento das vendas, a indicação geográfica promove a comercialização dos produtos protegidos, permitindo crescimento nas vendas e a conquista do consumidor com mais facilidade (BARROS, 2014). Quando um dos artesãos aponta que “sem o IG a gente não tem encomenda” e outro afirma que “chega sempre encomenda, não falta” representa que a demanda foi ampliada consideravelmente, após a conquista do selo.

No que tange a notoriedade, reputação e prestígio, algumas falas podem ser destacadas: “eu acho que agora as nossas peças vão ficar bem mais famosas”, “o filé é mais visto”, “as pessoas procuram mais a gente”, “é como um Oscar para um ator de Hollywood”. Tais trechos apontam o que Moro (2003) argumenta que o selo de IG confere notoriedade, que é o conhecimento que um determinado número de consumidores possui em relação bordado filé, e ainda, reputação, isto é, além do conhecimento público abarca a noção de valores, atribuindo fama, renome, prestígio ao produto com o selo.

Sobre a representação institucional, uma parcela considerável das IGs brasileiras tem como titular entidades fundadas num momento anterior ao depósito no INPI, de modo a oferecer apoio na viabilização e solicitação da IG (BELAS, 2012). No caso do bordado filé, como já exposto foi criado o Inbordal para dar suporte ao processo de indicação geográfica e, que atualmente, continua em funcionamento congregando os participantes envolvidos com tal produto, funciona como uma amálgama para conectar os artesãos e atribuir maior força na causa dos envolvidos com o artefato cultural.

Em relação à garantia de qualidade e originalidade, Valente et al. (2012) e Mello (2015b) afirmam que fatores como a globalização, incertezas com relação à origem dos produtos promovem o desejo dos consumidores em adquirir bens diferenciados, cuja qualidade e procedência possam ser asseguradas. A IG representa maior confiabilidade e segurança na origem e tipicidade dos produtos adquiridos (MARINS; CABRAL, 2015), o que corrobora com tais expressões: “ele está vendo a qualidade, o selo já está indicando tudo”, “vai ser uma coisa de qualidade”, “aquele selo significa que aquele filé é um filé 100% original”.

No aspecto de preço praticado como sendo compatível e justo, isto é resultante da valorização (GIESBRECHT et al., 2011) do filé, o que reflete na sua comercialização. O consumidor não apenas pagará por um produto indiscriminadamente, mas levará em

consideração a carga cultural, histórica e identitária do bordado quando embolsar a quantia monetária designada para que se adquira o mesmo (MEDEIROS; PASSADOR, 2015), estando mais sensível a esse apelo legitimado pela IG. Isto representa até mesmo a emancipação daquele artesão que ficava à mercê dos lojistas e se via induzido a entregar o filé a um preço qualquer, banalizando o valor comercial do bem, numa das falas, uma artesã chega a afirmar: “eu não me sinto mais explorada”. Tal conquista se dá pelo alcance do selo e também pelo papel do Inbordal como mediador de parte das vendas de seus associados, o Instituto realiza um trabalho mais estruturado com o apoio de consultores vinculados ao SEBRAE/AL que instruíram na precificação do bem.

Além das falas dos artesãos, que compuseram o quadro 15, outros entrevistados (atores da UFAL, do SEBRAE e da Prefeitura, respectivamente) trazem uma síntese dos efeitos da IG, o que está de acordo com os nove itens encontrados e já detalhados.

Você consegue convir que essas mulheres artesãs na sua maioria são donas de casa, são mães. Elas têm uma carga de responsabilidades domésticas, familiares, a qual elas estão agregando agora uma carga de responsabilidades profissionais também. Estão agindo no mercado, estão botando a cara de fora, estão se assumindo como pessoas que pode vir a ter um reconhecimento público do que fazem. Participam de feiras, de congressos. Toda essa movimentação que pode decorrer de uma valorização do produto, isso pode mexer na vida das pessoas. Dá novos sentidos, valorizar essas pessoas como um ser humano. Então, tem vários aspectos que eu acho que são positivos disso que ocorreu [...] uma organização melhor do comércio e da qualidade do produto gerado pra esse comércio. A normatização do processo produtivo, uma maior racionalidade da relação comercial, elas assumem uma nova postura e elas próprias reconhecem o valor que o produto tem. [E01]

Eu acho que nesse processo todo o filé, ele deu um salto de qualidade, de excelência de produção, foi imenso, imenso. Se você olha um filé de sete anos atrás e vê o que é feito hoje por essas bordadeiras, e nada foi ensinado por nenhum de nós. Eu digo, nenhum de nós que não somos produtores de filé. [E11]

Olhe, uma coisa que para mim ficou muito evidente, que valeu muito a pena foi o compromisso das artesãs. [...] Então hoje, o produto é valorizado. O produto tem um valor agregado e elas têm plena consciência disso. Quando chega alguém que quer muito desconto, elas preferem não vender, sabe, mas o preço está justo para o que elas hoje oferecem e elas têm noção do produto de qualidade que elas estão vendendo. [E18]

Quando são extraídos os elementos decorrentes do processo de obtenção do selo, percebe-se o que Almeida (2012) e Hall (2011) atribuem como construção de significado do artefato cultural que são produzidos e [re]produzidos por meio dos processos e práticas sociais. Isto posto, propicia o “fazer sentido” do ofício de ser filezeiro/a (DU GAY, 1997) o

que gera a compreensão da identidade (CASTELLS, 2010). O selo IG reposicionou o bordado filé, situou o bem num sistema classificatório, foi capaz de atribuir novos significados ao artefato e reproduzir seus processos e práticas, ressignificando sua identidade cultural.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

O objetivo proposto por essa dissertação nos faz retornar a questão norteadora desse estudo: **como a obtenção do selo de indicação geográfica [re]significou a afirmação identitária do bordado “Filé” em Alagoas?**

As escolhas teóricas e metodológicas levaram a identificação de marcos importantes dentro do processo de obtenção do selo de IG que resultaram nos resultados expostos ao decorrer do trabalho, estes, pautados sob o modelo de Identidade Cultural proposto por Stuart Hall, considerando que o mesmo encontra-se em uma perspectiva não essencialista, e trata a identidade de forma relacional e construída socialmente (WOODWARD, 2014; SILVA, 2014).

Atribuir significados de um produto cultural como temporários é uma maneira de entender que os significados dominantes atribuídos ao bordado filé não são naturais, mas culturais, construídos socialmente e podem ser transformados. O esvaziamento desses significados abriu caminhos para que os artesãos da Região das Lagoas pudessem desconstruir a representação depreciativa que foi atribuída ao bordado. Esse processo de ressignificação do bordado filé está sendo induzido pelos atores sociais desde início, e continua na fase de consolidação do selo.

A criação de uma ortodoxia narrativa e a imputação técnica ajudaram os artesãos ligados a IG, a ressignificação do produto, visto as melhorias implementadas não só na dimensão física, uma vez que as mudanças nos quesitos materiais repercutem na dimensão simbólica do bem. O processo de ressignificação vai além do aspecto produtivo, está imerso nas práticas sociais daquela comunidade, reposicionando o filé em um produto exclusivo e único.

Com a narrativa ortodoxa ocorre o que Silva (2014) defende como a não negação do passado, mas a transformação desse constructo por uma reivindicação do presente, o Bordado Filé resgatou o bordado e inseriu novos significados ao mesmo, assim o passado foi reconstruído por meio do processo de obtenção da IG, pois foi alterado ao longo do tempo (SILVA, 2014, ESCOSTEGUY, 2010).

No que se refere à imputação técnica, a mesma está alinhada com a cultura da produção das filezeiras, que por sua vez, passou por um processo de transformação, a partir do processo de IG. Com o advento dos elementos que foram imputados no bordado filé, a demanda pelo produto é uma crescente, até porque a percepção do consumidor desse

mercado exige qualidade e a origem do produto, a necessidade de conquistar esse mercado foi dos pontos levados e consideração por esses articuladores. A questão aqui é que os artesãos, medida a esse contexto, obtiveram mudanças de ordem subjetiva, na organização do trabalho, na infraestrutura técnica, nas relações sociais, passando a adotar uma nova cultura associada ao Inbordal.

Nessa fase de imputação técnica, um elemento importante foi a inserção de profissionais de design que participam dessa reconstrução identitária do artefato cultural, eles foram responsáveis por meio de oficinas e capacitações a resgatar o bordado que havia se perdido pelas gerações, além de inserir aspectos incrementais que trabalhassem na construção de signos e referenciais que direcionassem o bordado filé para um mercado exclusivo. A participação desses profissionais apresentou novos significados culturais ao produto certificado. O quadro 16 abaixo representa as identidades associadas ao produto a partir do marco episódico da IG, distribuídos nas dimensões utilizadas para analisar os resultados:

**Quadro 16 (5): Identidades Associadas ao Bordado Filé**

DIMENSÃO ABSTRATA	DIMENSÃO CONCRETA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regional</li> <li>• Artesanal</li> <li>• Credibilidade</li> <li>• Qualidade</li> <li>• Padronizado</li> <li>• Típico</li> <li>• Autêntico</li> <li>• Certificado/Controlado</li> <li>• Regulamentado</li> <li>• Responsável pela permanência da comunidade no local</li> <li>• De interesse turístico</li> <li>• Patrimônio Cultural</li> <li>• Participação no desenvolvimento local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidade marcada pelos requisitos da IG (Regaste histórico e demarcação da área geográfica)</li> <li>• Identidade turística e patrimonial marcada pela chancela de Patrimônio Imaterial de Alagoas</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela própria autora (2017)

A partir da revisão de literatura, constatou-se que estudos realizados nos últimos anos sobre indicações geográficas trazem os aspectos que convergem no que tange a forma como o processo de obtenção do selo é formatado nos produtos certificados brasileiros, a criação de uma organização coletiva que congregue os artesãos da área delimitada, a participação efetiva do SEBRAE nas indicações consolidadas, as parcerias com as universidades em etapas específicas do projeto, a patrimonialização do bem como respaldo para angariar a IG, a criação de regulamentos de usos, a imputação técnica a partir de profissionais de design, entre outros (VITROLLES ,2011; BELAS, 2012,;VALENTE et al., 2013). No caso do Bordado

Filé, todas essas ações citadas ocorreram dentro de seu processo de IG, e foram discutidas nos resultados dessa dissertação.

Esses estudos colocam a tona uma das críticas conferidas a IG, a priorização de grupos e conseqüentemente, a exclusão de produtores que fazem parte do mesmo território delimitado, devido à inserção de regras, normas e regulamentos. A arena de lutas e tensões vinculadas ao discurso dos produtores associados ao Inbordal, e os que não pertencem ao grupo, baseia-se na discussão de quem pertence o direito a usar o selo, já que todos estão na área delimitada, e estão dentro do mesmo território, e possui sua história ligada ao bordado filé. O fato é que para o INPI, estar associada ao Inbordal não é um pré-requisito para obter o selo, e aqui há um campo de conflitos contínuos. Correlacionado com a questão identitária, onde existe identidade, a mesma se entrelaça com a questão da diferença, explicando as relações discrepantes entre o incluir/excluir (SILVA, 2014), com isso, a inclusão e exclusão de grupos pertencem a essa arena de lutas.

Outra questão levantada nesses estudos refere-se a forte influência dos atores sociais, principalmente, o SEBRAE, que possui uma relação contraditória, visto que seu foco é a cultura de negócios baseada na racionalidade e no engessamento de processos e técnicas, sem levar em consideração as questões culturais e sociais.

Um fato peculiar no contexto da indicação geográfica do bordado filé refere-se ao maior ponto comercial do produto na Região das Lagoas, este possui hoje dois tipos de Filé para comercialização, o de Alagoas e do Ceará, a principal diferença entre eles é a qualidade da matéria prima, o primeiro, feito com algodão e foco do estudo em questão, e o segundo, fabricado com o cordão. A presença do Filé cearense cria um paradoxo com narrativa ortodoxa construída na lógica da IG, culminando assim, uma crise identitária. Segundo os resultados encontrados nessa pesquisa, o Filé do Ceará é sustentado pelos artesãos alagoanos por ser mais barato e, por conseguinte, um produto mais fácil de venda, ou seja, o sustento, nesse caso, prevalece sobre as questões de ligação com seu território e os demais elementos de autenticidade. Esse ponto é um conflito que o SEBRAE tenta minimizar diante da realidade posta pelo IG.

O processo de IG também revelou uma dificuldade encontrada nos diversos âmbitos de formação de grupos, a cultura do individualismo, pois a certificação condiciona um formato organizacional de gestão coletiva. A participação de atores sociais no processo permitiu aos artesãos atuarem de forma mais cooperada, e aos poucos, estão realizando ações de sensibilização para estimulá-los. Viagens, participações em feiras, eventos,

fornece novas referências de sentido, já vistos nos efeitos da IG, provocando mudanças culturais significativas.

O bordado filé passou por usos adicionais estéticos que compõem um novo painel simbólico, que está inserido na ideia de símbolo de Alagoas. O aconteceu nesse processo de IG foi à busca por elementos demarcadores de territórios de identidades, os efeitos advindos com a obtenção do selo, ainda são gradativos, com destaque para: (I) valorização profissional; (II) sentimento de pertença; (III) diferencial competitivo; (IV) entrada em novos mercados, participação em eventos, visão de mundo; (V) aumento das vendas; (VI) notoriedade, reputação e prestígio; (VII) representação institucional; (VIII) garantia de qualidade e originalidade; e (IX) preço praticado compatível, justo. Estes elementos encontrados estão ligados diretamente ao processo de imputação técnica advindo da construção do selo da IG, ou seja, aos significados culturais que foram atribuídos, através de processos e práticas, reposicionando o bordado filé e sua identidade cultural.

Com apoio da identidade cultural foi possível compreender como essas identidades foram construídas e reconstruídas, pautadas pela lógica da IG, os efeitos que a globalização provocou e as identidades fragmentadas constituídas dentro dessas práticas sociais. A ligação da produção, com as diversas estruturas subjetivas que estão embutidas nesse processo de significação para afirmação identitária, ainda que existam discursos controversos.

Destarte, a reflexão acerca dos significados como propulsores para transformar uma organização coletiva, a forma como se comportam, como produzem, como agem, além de proporcionar a marcação de identidades. O processo de obtenção do selo da IG para o bordado filé foi apenas um instrumento para sua ressignificação identitária, alinhado com seu forte vínculo como demarcador de território, e ambiente externo favorável a um movimento global de valorização dessas identidades locais, bem como por trás de todo esse processo, a articulação do circuito cultural de Stuart Hall, que por sua vez, destacou-se com seu elemento de regulação que interferiu nas identidades construídas interagindo com os demais elementos do circuito: a representação, a produção e o consumo.

O presente trabalho visa contribuir através de seus achados com o Bordado Filé, com a inserção de políticas públicas que visem alavancar o setor do artesanato no Brasil e com as instâncias estaduais e municipais. Estudos futuros podem investigar outras realidades sociais que passaram por processos semelhantes no intuito de identificar aspectos convergentes com essa narrativa a fim de se construir um corpo de conhecimento neste campo no contexto brasileiro.

## REFERÊNCIAS

---

- ABRAMO, P. **Pesquisa em Ciências Sociais**. In: HIRANO, S. (org.) “Pesquisa Social: Projeto e Planejamento”. São Paulo, T.A. Queiroz, pp. 28 - 44, 1979.
- ALBINO, J.; CARLS, S. Indicações Geográficas de Serviços: Polêmicas do Porto Digital. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, n. 3, p. 587, 2015.
- ALMEIDA, A. F. R. **A autonomia jurídica da denominação de origem**. Wolter Kluwer Portugal sob a marca Coimbra editora. Coimbra: Almedina, 2010.
- ALMEIDA, D. P.; MONDE, I. G. D.; PINHEIRO, P. P. (coord.). **Manual de propriedade intelectual**. São Paulo: Unesp, 2012-2013.
- ALMEIDA, S. C. I. et al. Enfoque à Legislação Brasileira e Europeia sobre a Indicação Geográfica. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental (Fechada para submissões por tempo indeterminado)**, v. 18, p. 47-56, 2014.
- ALMEIDA, S. L. ; PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F. **Representação da Produção e Consumo do Queijo Coalho Artesanal\***. Revista Interdisciplinar de gestão social, v. 2, p. 37-58, 2013.
- ALMEIDA, S. L. ; PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. F. **Produção Simbólica e Indicação Geográfica: o caso da [re]significação da produção artesanal do queijo coalho**. In: XXVII Encontro do ANPAD, 2013, Rio de Janeiro. **Anais...** do XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Rio de Janeiro: EnANPAD, 2013. p. 16-1.
- ALMEIDA, S. L. **Inovação e [Re]articulação de significados culturais: disputas e alianças pela atribuição de sentidos ao queijo de coalho artesanal no contexto da indicação geográfica “Agreste de Pernambuco”** / Simone de Lira Almeida. Tese (Curso de Doutorado em Administração). Recife: O Autor, 2012.
- ALMEIDA, S. L.; PAIVA JÚNIOR, F. G.; GUERRA, J. R. A estratégia de internacionalização de negócios na perspectiva da tradução cultural: o caso da indicação geográfica no agronegócio. **Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE**, v. 9, n. 2, p. 75-98, 2010.
- ALVES, D.; FIGUEIREDO FILHO, D. B.; SILVA, A. H. O poderoso NVivo: Uma introdução a partir da análise de conteúdo. **Revista Política Hoje**, v. 24, n. 2, p. 119-134, 2015.
- ARANTES, A. A. Cultura e territorialidade em políticas sociais. In: LAGES, V., BRAGA, C., MORELLI, G. (orgs). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Sebrae, 2004.

AUGUSTO, C. A. et al. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 51, n. 4, p. 745-764, 2013.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: Editora Porto, 1994.

BARHAM, E.; SYLVANDER, B. **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011.

BARROS, L. M. G. **Estudo da implementação das Denominações de Origem Protegidas e Indicação Geográfica Protegida nos queijos tradicionais portugueses**. 2014. Tese de Doutorado.

BARROSO NETO, E. **O que é artesanato**. Primeiro módulo. Disponível em: <[http://www.fbes.org.br/biblioteca22/artesanato\\_mod1.pdf](http://www.fbes.org.br/biblioteca22/artesanato_mod1.pdf)>. Acesso em: 13 jul. 2016.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BELAS, C. A. **Indicações Geográficas e a salvaguarda do Patrimônio Cultural: artesanato de Capim Dourado Jalapão–Brasil**. 2012. Tese de Doutorado. Tese de Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Rio de Janeiro: UFRRJ.

BERTONCELLO, A. G.; SILVA, K. F. R.; GODINHO, A. M. M. Indicação Geográfica Protegida: Agrega Valor ao Produto e Induz ao Desenvolvimento Regional? O Caso da Cachaça de Paraty. **Desafio Online**, v. 1, n. 1, p. 1-27, 2016.

BERTOZZI, L. **Designations of origin: Quality and specification**. Food Quality and Preferences, n. 6, 1995, p. 143-147.

BRANCO, N. P. N. C. S. et al. Indicações Geográficas (IGs) Como Ferramenta para Desenvolvimento Regional: Uma Prospecção Tecnológica Sobre IGs Relacionadas à Farinha e Mandioca. **GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 3, n. 5, p. 205-220, 2013.

BRANDÃO, P. M.; SILVA, F. R. M.; FISCHER, T. **Potencialidades do artesanato no desenvolvimento de destinos turísticos criativos e sustentáveis**. Tourism and Management Studies International Conference. ESGHT – University of the Algarve, Portugal, v. 1, p. 195-202, 2012.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários. Brasília, 2008.

BRITISH COUNCIL. **Mapping the creative industries: the UK context**. London. 2005.

BRUCH, K. L. et al. Indicações geográficas e outros sinais distintivos: aspectos legais. In: CERDAN, C. M. et al. (Org). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II, indicação geográfica. 2.ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/UFSC/ FAPEU, 2010. Cap.2, p.56-91.

BRUCH, K. L. **Tradição e cultura preservadas**: indicações geográficas são meio para assegurar reconhecimento aos diferenciais de uma região produtora. *Jornal Bon Vivant*, Flores da Cunha: Século Novo, p. 12, jan./fev. 2009.

BRUCH, K. L. **Indicações geográficas para o Brasil**. *Jornal A Vindima - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira*, Flores da Cunha: Século Novo, p. 16-17, jun/jul. 2008.

BRUCH, K. L.; DEWES, H. **A relação entre os signos e o vinho na história**. *Revista Jurídica do CESUCA - ISSN 2317-9594 - v. 1, n. 1, jul/2013*. pp. 151 - 173. Disponível em: <<http://ojs.cesuca.edu.br/index.php/revistajuridica>> Acesso em: 13 jul. 2016.

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação**. Porto: Editora Porto, 1994.

BORGES, A. **Design + artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.

BURGEN-HELMCHEN, T. **Economics of Creativity: 0**. Oxon, New York: Routledge, 2013.

CAIADO, A. S. C. **Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. FUNDAP: São Paulo. 2011. 160p.

CALDAS, A. S. Indicações Geográficas: territórios seletivos do capital. In: XII Seminário Internacional da Rede Globalização e Território, 2014, Salvador. **Anais do XIII Seminário Internacional da RII**. Salvador, 2014.

CALDIN, C. F. Voz, presença e imaginação: a narração de histórias e as crianças pequenas. *Encontros Bibli. Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, n. 13, UFSC, Florianópolis, 2012.

CALLIARI, M. A. C. et al. Proteção às indicações geográficas: a experiência brasileira. In: SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTION TECNOLÓGICA-ALTEC, 12, 2007, Buenos Aires, Argentina. **Anais...** Buenos Aires: ALTEC, 2007.

CAPES. Banco de teses e dissertações. Disponível em:<<http://bancodeteses.capes.gov.br/>>. Acesso em: 08 ago. 2016.

CAPRINO, M. P.; PERAZZO, P. F. História oral e estudos de comunicação e cultura. **Revista FAMECOS**, v. 18, n. 13, p. 801-815, Porto Alegre, dez 2011.

CANCLINI, N. G. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CARVALHAL, F.; MUZZIO, H. **Economia Criativa e Liderança Criativa: Uma Associação (Im)possível?**. REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre. Online), v. 3, p. 659-688, 2015.

CARVALHO, D. P. L. et al. **Rendeiras de Marechal Deodoro: Um Olhar a Partir da Análise Institucional**. Cadernos de Graduação – Ciências Humanas e Sociais. v.2, n.3,p. 83-96, 2015.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 6 ed. São Paulo: Paz e terra, 2010.

CERDAN, C. Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In: NIEDERLE, Paulo André. **Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2013. p.125 -150.

CERDAN, C. M. et al. **Propriedade Intelectual e Inovação**. Florianópolis: UFSC, 2010.

COELHO-COSTA; E. R. As Indicações Geográficas (IGs) como elementos fortalecedores para a atividade turística. **Revista Turismo: estudos e práticas**, v. 3, n. 1, 2014.

COMPAGNON, A. Os cinco paradoxos da modernidade. 2ª. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

CONCEIÇÃO, S. M. N. et al. Estudo do Potencial de Indicação Geográfica do Doce de Leite Branco de Afrânio-PE-Brasil. **Cadernos de Prospecção**, v. 7, n. 1, p. 67, 2014.

COSTA, A. D.; SANTOS, E. R. S. **Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual**. Economia & Tecnologia. V. 25. Abril/Jun de 2011.

COSTA, E. R. C. As Indicações Geográficas (IGs) como elementos fortalecedores para a atividade turística. **Revista Turismo: estudos e práticas**, v. 3, n. 1, 2014.

COSTA, J. H. Os estudos culturais em debate: um convite às obras de Richard Hoggart, Raymond Williams & E. P. Thompson. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, Maringá, v. 34, n. 2, p. 159-168, July-Dec., 2012.

COSTA, M. L.; CASTRO, R. V. **Patrimônio Imaterial Nacional: preservando memórias ou construindo histórias?**. Estudos de psicologia, v. 13, n. 2, p. 125-131, 2008.

CORAZZA, R. I. **Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas**. Revista Brasileira de Inovação, v. 12, n. 1, p. 207-231, 2013.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3 ed. Porto alegre: Artmed, 2010.

CHUEKE, G. V.; LIMA, M. C. Pesquisa Qualitativa: evolução e critérios. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 11, n. 128, p. 63-69, 2011.

DCMS (Department for Culture, Media and Sport). **Creative industries mapping document**. Disponível em: [http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_1998/Creative\\_Industries\\_Mapping\\_Document\\_1998.Htm](http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.Htm). Acesso em: 15 jun. 2016.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

DIAS, M. E. B. As areias coloridas do litoral cearense modeladas por sábias mãos. **O público e o privado**, n. 2, 2003.

DU GAY, P. et al. **Doing cultural studies: the story of the Sony walkman**. London Publications, Ltd, 1997.

DUPIN, L. C. O. **Diretoria de contratos e indicações geográficas: coordenadoria geral de indicações geográficas e registros: coordenação de fomento de indicação geográfica**. Rio de Janeiro: INPI, 2011.

ESCOSTEGUY, A. C. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org. e tra.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 4. ed. – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010<sup>a</sup>, p.133-166.

FARIA, V. L. P. **A proteção jurídica de expressões culturais de povos indígenas na indústria cultural**. São Paulo: Itaú Cultural; Iluminuras, 2012.

FARIA, L. E.; OLIVEIRA, R. S.; SANTOS, N. Propriedade Industrial: Indicações Geográficas - a origem do produto como diferencial de qualidade e diversidade para inovação no agronegócio brasileiro. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 289–310.

FARJADO, E; CALAGE, E. & JOPPERT, G. Fios e fibras. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2002.

FIRJAN- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. SISTEMA FIRJAN, 2014.

FLICK, W. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução Joice Elias Costa. 3. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLORES, M. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento—uma visão do estado da arte. **Santiago-Chile: RIMISP**, 2006.

FLORIDA, R. **A Ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do cotidiano**. Porto Alegre: LPM, 2011.

FRANÇA, E. et al. Proteção intelectual através da indicação geográfica “Chã de Jardim” do artesanato em folha da bananeira (*musa sp.*) no Estado da Paraíba. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, v. 3, n. 1, p. 083-102, 2015.

GIBSON, C.; LUCKMAN, S.; W., J. Creativity without borders? Rethinking remoteness and proximity. **Australian Geographer**, v. 41, n. 1, p. 25-38, 2010.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GIESBRECHT, H. O. et al. **Indicações geográficas brasileiras**: brazilian geographic indications/ indicaciones geográficas brasileñas. Brasília: Sebrae, INPI, 2011. 164 p.

GODOY, A. S. Estudo de caso qualitativo. In: GODOI, C.K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. (org). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GODOY, A. S. Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 3, n. 2, p. 81-89, mai./ago. 2005.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**, 35(4), 65-71. 1995.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. 236p.

GOLLO, S. S. **Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da indicação de procedência Vale dos Vinhedos, Serra Gaúcha/RS**. 2006. 359 f. Tese (Doutorado em Administração)–Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

GLASS, R. F.; CASTRO, A.M. **As Indicações Geográficas como Estratégia Mercadológica para Vinhos**. Embrapa, Brasília, DF, 2009.

GRAY, D. E. **Pesquisa no Mundo Real**. Porto Alegre: Penso, 2012.

GRODACH, C. **Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice**. International Journal of Urban and Regional Research, 37(5), 1747-1765, 2013.

GUEDES, V. M. **A Contribuição de Stuart Hall e Néstor García Canclini para os Estudos da Identidade Cultural Contemporânea**. Revista Temática. Ano IX, n. 02, fev, 2013.

GUSMÃO, C. A. C; SILVA, D. G. L. B; QUEIROZ, I. R. G. **Filé Alagoano: Marca Indumentária do Estado de Alagoas ou um Produto Midiático?**. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. João Pessoa-PB. Maio de 2014.

HAGE, F. Múltiplos Artesanatos. **IARA-Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.2 n. 1, set. /dez, 2009.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HALL, S. **Da Diáspora: Identidade e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2011.

HALL, S. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

HAUER, M. **CONFLITOS E TENSÕES NO USO DA TERRA: AGRICULTURA FAMILIAR E LEGISLAÇÃO AMBIENTAL NO ESTADO DO PARANÁ**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Paraná.

HOWKINS, J. **Creative economy: how people make money from ideas**. Penguin Global, 2002.

HOWKINS, J. The Mayor's Commission on the creative industries. In: HARTLEY, J. (Ed.). **Creative Industries**. Oxford: Black well Publishing. p. 117–125, 2005.

IBICT. **Banco de teses e dissertações**. Disponível em: < <http://bdtd.ibict.br/vufind/>>. Acesso em: 08 ago. 2016.

INSTITUTO DO BORDADO FILÉ ALAGOAS - **INBORDAL**. Disponível em: < <http://www.inbordal.org.br/en>> Acesso em: 11 Jul. 2016.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI (Brasil). **Indicação Geográfica - IG**. Disponível em:< <http://www.inpi.gov.br/>>. Acesso em: 12 Jul. 2016.

JARDIM, N.R. et al. **Projeto Gotas: uma Experiência Interdisciplinar em Design no Artesanato**. In: 5º Simpósio de Design Sustentável. Rio de Janeiro-RJ. Novembro de 2015.

JOHNSON, R. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, T. T. da. (org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 3ª Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

KIPPER, L. M.; GRUNEVALD, I.; NEU, D. F. P. **Manual de Propriedade Intelectual**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

KRÜCKEN-PEREIRA, L. **O processo de valorização de produtos alimentícios através das denominações de origem e qualidade: uma abordagem de gestão do conhecimento**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, SC. 2001.

LACOUR, C. **Espace et développement: des enjeux théoriques nouveaux face aux contradictions des sociétés contemporaines**. Revue d'Economie Régionale et Urbaine. Bordeaux, ASRDLF, n° 5, 1985, pp. 837-847, 1031 p.

LEGENDRE, G. **Las apelaciones de origen en Francia y el Instituto Nacional de Apelaciones de Origen (INAO)**. In: Seminario Internacional de Denominaciones de Origen, 1. Buenos Aires, 1995.

LINCONL, Y. S.; GUBA, E .G. **Naturalistic inquiry**. Londres: Sage Publications, Inc., 1985.

LIMA, F. D.; TAPAJÓS, S. I. L. **Manual de Propriedade Intelectual da FUCAPI. Manaus: FUCAPI, 2010.**

LIMA, R. G. Estética e gosto não são critérios para o artesanato. In: Central ArteSol. (Org.). **Artesanato, produção e mercado: uma via de mão dupla.** São Paulo: Programa Artesanato Solidário, p. 23-37, 2002.

LIMA, T. L. M. et al. A Indicação Geográfica como Alternativa para o Desenvolvimento Regional: O Caso Das Panelas De Barro De Goiabeiras. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, n. 1, p. 169, 2015.

LIMA, T. L. M.; SOUZA DANTAS, T. K.; GUIMARÃES, P. B. V. A Indicação Geográfica como Alternativa para o Desenvolvimento Regional: O Caso do Melão do RN. In: **5th International Symposium on Technological Innovation (V Simpósio Internacional de Inovação Tecnológica)-2014.** 2014.

LUDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** São Paulo: EPU, 1986.

MACHADO, R. M.. **Da indústria cultural à economia criativa.** ALCEU. V. 9, n.18. p. 83-95. Jan./jun. 2009.

MAIA-VASCONCELOS, S. Orthodoxie et hétérodoxie en récits de formation: une expérience brésilienne auprès de personnes âgées ayant repris l'école. **Chemins de formation**, 2014.

MAFRA, L. A. S. Gestão do Patrimônio Imaterial: reflexões sobre os direitos de propriedades nas indicações geográficas. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 7, n. 13, 2010.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações-Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, v. 16, n. 1, 2015.

MARINS, M. F.; CABRAL, D. H. Q. O Papel da Indicação Geográfica como Propulsor da Inovação e do Desenvolvimento Local: Caso Vale Dos Vinhedos. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, n. 2, p. 406, 2015.

MATTOS, P. L. C. L. **Análise de entrevistas não estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem.** In: SILVA, A. B.; GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R. (orgs). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos. 2. ed. São Paulo, 2010, p. 347-374.

MEDEIROS, L. M.; PASSADOR, J. L. Indicações Geográficas e Turismo: Possibilidades no Contexto Brasileiro. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 10, n. 3, p. 56-79, 2015.

MELLO, J. C. Na Trilha do INPI: Registro de Indicação Geográfica (IG) e Inovação no Artesanato Brasileiro. **Ideias e Inovação-Lato Sensu**, v. 2, n. 3, p. 11, 2015a.

MELLO, J. C. Artesanato em Capim Dourado na Região do Jalapão-Tocantins: trabalho & indicação de procedência (IP) em tempos de globalização. **Política & Trabalho**, n. 43, 2015b.

MELLO, J. C. Propriedade intelectual, comunidades tradicionais e patrimônio imaterial em museus de ciência e tecnologia. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 10, n. 2, 2015c.

MELLO, J. C. A cultura Xerente e seu artesanato dourado. Patrimônio, memória e registro na região do Jalapão–Tocantins/The Xerente culture and its golden handicrafts. Heritage, memory and registry in the region of Jalapão-Tocantins. **Patrimônio e Memória**, v. 10, n. 2, p. 75-90, 2014.

MENDES, P. P. M.; ANTONIAZZI, L. O uso das indicações geográficas como instrumento de proteção e desenvolvimento da agricultura brasileira. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 343–366.

MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. 2007. p 95-114. In: **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Organização NUSSBAUMER, G. M.EDUFBA, Salvador, p.257, 2007.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 12 ed. São Paulo. Hucitec: 2010.

MOITY-MAIZI, P. et al. **Systèmes agroalimentaires localizes. Terroir, savoir-faire, innovation**. Collection Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, n 32. Paris: INRA, 2001.

MOLINA, M. C. G. A construção de identidade do sujeito mediante as transformações da globalização. **Científica do ITPAC**, Araguaína, v.7, n.2, Pub.6, 2014.

MONTEIRO, Z. M. H. **Processo de Identificação Coletiva sob a perspectiva do Circuito da Cultura: a interação entre atores construindo o Projeto OjE**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA. Recife, 2015.

MORO, M. C. F. **Direito de marcas: abordagem das marcas notórias na Lei n. 9.279/1996 e nos acordos internacionais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. p. 77.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. DA G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista Geintec**, v. 2, n. 4, p. 378–386, 2012.

NEGUS, K. The production of culture. In: DU GAY, Paul (edited). **Production of culture/ cultures of production**. London: The Open University, Sage Publications Ltd., 1997.

NUNES, K. S.; MELLO, R. C. Um estudo de caso sobre a indicação geográfica como estratégia para comercialização do queijo minas artesanal do Serro. **Revista Eletrônica de Administração e Ciências Contábeis**, v. 2, n. 1, p. 1-20, 2013.

O'CONNOR, J.; GU, X. **Developing a Creative Cluster in a Postindustrial City: CIDS and Manchester**. The Information Society, v.26, n.2, p.124–136, 2010.

OLIVEIRA, V. M. ; MARTINS, M. F.; VASCONCELOS, A. C. F. Entrevistas “Em Profundidade” na pesquisa qualitativa em administração: Pistas teóricas e metodológicas. **Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais–SIMPOI**, v. 15, p. 1-12, 2012.

ORIGIN. Organization for an International Geographical Indications Network. **Geographical Indication: an Ideal Tool to Bring the Local Savoir Faire into the Market**. 2015. Disponível em: <<http://www.origin-gi.com>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

PAIVA JR, F. G.; LEÃO, A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em Administração. **Revista de Ciências da Administração**. v.13, n.31, p.190-209, set/dez, 2011.

PEREIRA, M. A. C. S.; ALMEIDA, C. B.. Contação de histórias: sabedoria e identidade cultural do campo. **Revista Multitexto**, v. 1, n. 1, 2012.

PIMENTEL, L. O. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Modulo II, indicação geográfica**. Florianópolis: Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)/ FUNJAB, 2014.

PISCITELLI, A. **Tradição oral, memória e gênero: um comentário**. Seminário Internacional Del Uso de Histórias de Vida em Ciencias Sociales: Práticas, Teorías y Metodologías. Villa de Leyva: Colombia, março, 1993.

PORTO, P. C. R. As marcas coletivas na agropecuária. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 255–288.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO (PAB). **Base conceitual do artesanato brasileiro** (2012). Disponível em: <[http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl\\_1347644592.pdf](http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1347644592.pdf)> Acesso em: 13 Jul. 2016.

PRATT, A. C.; & HUTTON, T. A. **Reconceptualising the Relationship between the Creative Economy and the City: Learning from the Financial Crises**. Cities, v. 33, p.86-95, 2013.

RAMOS, Silvana Pirillo. Políticas e processos produtivos do artesanato brasileiro como atrativo de um turismo cultural. **ROSA DOS VENTOS - Turismo e Hospitalidade**, v. 5, n. 1, 2013.

RODRIGUES, E. A. G.; DURSO, E. D.; ROCHA, W. F. O potencial para Indicação Geográfica do Mel na Costa Oeste do Paraná: Estudo de Caso da Cooperativa COOFAMEL. **Anais-Seminário Internacional sobre Desenvolvimento Regional**, 2015.

SANTOS, J. S. Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil: um estudo a partir do Queijo do Serro. **Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul. Tese de doutorado. Universidade Federal de Pelotas–RS–Brasil**, 2014.

SANTOS, T. S. et al. O Artesanato como elemento impulsionador no desenvolvimento local. In: **VII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**. 2010.

SEBRAE/AL. **COLEÇÃO ALAGOAS EXPOE O MELHOR ARTESANATO ESTADUAL**. Disponível em: <<http://www.al.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/AL/colecao-alagoas-expoe-o-melhor-do-artesanato-estadual,6f995b7a29e26410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 20 jan. 2017.

SEBRAE/AL. **RELATÓRIO DE GESTÃO DO EXERCÍCIO 2014**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/al?codUf=2>> Acesso em: 12 jul. 2016.

SERAFIM, E. F; CAVALCANTI, V; FERNANDES, D. M. P. DESIGN E ARTESANATO NO BRASIL: reflexões sobre modelos de atuação do design junto a grupos de produção artesanal. **MIX Sustentável**, v. 1, n. 2, 2015.

SERAFIM, M. C. et al. Economia Criativa ou Indústria Criativa: Delimitação de um Conceito em Construção. In: **Encontro de Economia Catarinense**. 7. 2013. Florianópolis-SC. UFSC, maio de 2013.

SILVA, A. D. F. **O processo regulador na [Re] conversão de um Arranjo Produtivo Local**: o caso do Portomídia – Centro de Empreendedorismo e Tecnologia da Economia Criativa. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA. Recife, 2014.

SILVA, A. L. **Memória, tradição oral e a afirmação da identidade étnica**. Disponível em: <<http://www.lppuerj.net/olped/documentos/0760.pdf>>. Acesso em: 20 jan 2017.

SILVA, A. L. et al. Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. In: CERDAN, C. M. et al. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Módulo II, indicação geográfica. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/UFSC/ FAPEU, 2010. Cap. 4, p. 129-158.

SILVA, C. R.; GOBBI, B. C.; SIMÃO, A. A. O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 7, n. 1, 2011.

SILVA, T.T. A produção social da identidade e da diferença In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SOARES, P. B. D. **As indicações geográficas e o desenvolvimento territorial no Mercosul: os casos da carne caprina procedente da região patagônica e a bovina do Pampa gaúcho da Campanha Meridional do Rio Grande do Sul**. 2014. Tese (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

TIZON, P. **Le territoire au quotidien**. In: DI MEO, G. Les territoires du quotidien. Paris: L'harmattan, 1995. p. 17-34.

TREGGAR, A.; GIRAUD, G. Geographical Indications, Consumers and Citizens. In: BARHAM, E.; SYLVANDER, B. (Eds.). **Labels of origin for food: local development, global recognition**. Oxfordshire: CABI, 2011. p. 63–74.

UNESCO. **International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification**. Manila, 1997.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas para o Comércio o Desenvolvimento & PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. **Economia Criativa: Uma Opção de Desenvolvimento Viável**. Nações Unidas, 2010.

VALENTE, M. E. R. et al. O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto. **Ciência Rural**, v. 43, n. 7, p. 1330-1336, 2013.

VALENTE, M. E. R. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 42, n. 3, p. 551 558, 2012.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Aplicação da Propriedade Intelectual no Agronegócio. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 21–50.

VIEIRA, G. S. O. **Artesanato: identidade e trabalho**. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Goiânia, 2014.

VINODRAI, T. **Design in a downturn?** Creative work, labour market dynamics and institutions in comparative perspective. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6, 159–176, 2013.

WOODWARD, K. Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.); HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

# APÊNDICES

---

**APÊNDICE A – PROTOCOLO DE COLETA DE DADOS PARA OS ARTESÃOS**  
**APÊNDICE B – PROTOCOLO DE COLETA DE DADOS PARA ATORES SOCIAIS**

## APÊNDICE A – Protocolo de Coleta de Dados para os Artesãos

<b>COBERTURA TEMÁTICA</b>	<b>CATEGORIAS ANALÍTICAS</b>	<b>QUESTÕES</b>
Dimensão subjetiva (abstrata) da identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto individual</li> <li>• Aspecto coletivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O que significa ser “filezeira/o” para você?</li> <li>• O que o bordado filé representa para o Complexo Mundaú-Manguaba?</li> <li>• Você acredita que houve alguma mudança expressiva em sua vida a partir do seu envolvimento com trabalho do bordado filé?</li> <li>• O que distingue a produção do bordado filé, em relação aos demais tipos de bordados em outras localidades?</li> <li>• Como você descreve a imagem do bordado filé no mercado atuante?</li> </ul>
Dimensão objetiva (concreta) da identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização do trabalho</li> <li>• Atores/ Relações Sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como surgiu a ideia para obtenção do selo IG?</li> <li>• O que mais você valoriza no selo IG do bordado filé?</li> <li>• Quem são os atores sociais responsáveis pela obtenção do selo de IG? E como você descreve as ações de cada um destes atores ao longo do processo?</li> <li>• Como você descreveria o produto bordado filé antes e após a obtenção da IG?</li> <li>• O que a obtenção do selo IG trouxe de diferencial na comercialização do produto cultural bordado filé?</li> <li>• Como se dá atuação do Inbordal (divulgação, organização de trabalho, estrutura)?</li> </ul>

## APÊNDICE B – Protocolo de Coleta de Dados para Atores Sociais

<b>COBERTURA TEMÁTICA</b>	<b>CATEGORIAS ANALÍTICAS</b>	<b>QUESTÕES</b>
Dimensão objetiva (concreta) da identidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização do trabalho</li> <li>• Atores/ Relações Sociais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como você descreve a sua participação ao longo do processo de obtenção do selo? (Destaca algum marco importante/Quais os desafios encontrados ao longo do percurso)?</li> <li>• Como surgiu a ideia para obtenção do selo IG?</li> <li>• O que mais você valoriza no selo IG do bordado filé?</li> <li>• O que mudou no contexto socioeconômico da região?</li> <li>• Como você descreveria o produto bordado filé antes e após a obtenção da IG?</li> <li>• O que a obtenção do selo IG trouxe de diferencial na comercialização do produto cultural bordado filé (relação artesão com o mercado)?</li> <li>• Como se dá a atuação do Inbordal (divulgação, organização de trabalho, estrutura)?</li> </ul>