



**CERVEJARIAS ARTESANAIS
CATARINENSES E NEOENDOGENISMO:
ANÁLISE A PARTIR DE UM SELO DE
DENOMINAÇÃO DE ORIGEM**

**SANTA CATARINA'S CRAFT BREWERIES AND NEOENDOGENISM:
ANALYSIS FROM AN APPELLATION OF ORIGIN SEAL**

CERVEJARIAS ARTESANAIS CATARINENSES E NEOENDOGENISMO: ANÁLISE A PARTIR DE UM SELO DE DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

SANTA CATARINA'S CRAFT BREWERIES AND NEOENDOGENISM: ANALYSIS FROM AN APPELLATION OF ORIGIN SEAL

Péricles Luiz Brustolin¹ | Simone Sehnem² | Tais Provensi³

Recebimento: 31/07/2023
Aceite: 03/09/2024

¹ Doutor em Administração (UNOESC).
Docente da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Chapecó - SC, Brasil.
E-mail: E-mail: plbrus@gmail.com

³ Doutoranda em Administração (UNOESC).
Chapecó - SC, Brasil.
E-mail: taisprovensi@gmail.com

² Doutora em Administração e Turismo (UNIVALE).
Docente da UNOESC e da UNISUL. Chapecó - SC, Brasil.
E-mail: simone.sehnem@unoesc.edu.br

RESUMO

Com forte influência da colonização germânica, o território catarinense concentra a maior quantidade de cervejarias artesanais per capita do Brasil. O presente estudo tem por objetivo analisar a implantação de um selo de denominação de origem para as cervejarias artesanais catarinenses como elemento da construção de um ambiente neoendógeno de desenvolvimento. Para tanto, utilizou-se a *Grounded Theory* para orientar o processo metodológico do estudo, cuja coleta de dados foi constituída pela aplicação de entrevistas semiestruturadas junto à 14 cervejarias artesanais de Santa Catarina. A partir da análise e categorização dos dados, foi possível verificar que o desenvolvimento neoendógeno a partir de um selo de denominação de origem é possível, desde que haja um processo de convencimento e engajamento das cervejarias. Alguns entrevistados resistentes à adoção do selo no início das entrevistas mostraram-se simpáticos à ideia ao compreendê-la melhor. As situações verificadas sugerem, portanto, que pressupostos neoendógenos estão presentes em diversas situações, principalmente no contexto do projeto “Toda Nossa”, e refletem que a proposta de implantação de um selo de denominação de origem para as cervejas artesanais catarinenses é promissora. Nesse sentido, o estudo contribui para o fortalecimento da cadeia produtiva cervejeira catarinense e propõe *insights* para o desenvolvimento neoendógeno da mesma.

Palavras-chaves: Taxas de homicídios. Taxas bayesianas. Estado de Minas Gerais.
Análise Exploratória de Dados Espaciais.

ABSTRACT

With a strong influence of Germanic colonization, the territory of Santa Catarina has the largest number of craft breweries per capita in Brazil. The present study aims to analyze the implementation of an appellation of origin seal for Santa Catarina's craft breweries as an element of the construction of a neo-endogenous development environment. To this end, Grounded Theory was used to guide the methodological process of the study, whose data collection consisted of semi-structured interviews with 14 craft breweries in Santa Catarina. From the data analysis and categorization, it was possible to verify that the neo-endogenous development from an appellation of origin seal is possible, as long as there is a process of convincing and engagement from the breweries. Some interviewees who were resistant to adopting the seal at the beginning of the interviews became sympathetic to the idea when they understood it better. The situations verified suggest, therefore, that neo-endogenous assumptions are present in several situations, especially in the context of the "Toda Nossa" project, and reflect that the proposal to implement a denomination of origin seal for Santa Catarina's craft beers is promising. In this sense, the study contributes to the strengthening of the Santa Catarina beer production chain and proposes insights for its neoendogenous development.

Keywords: Neoendogenism. Grounded theory. Craft Breweries.

INTRODUÇÃO

No início do século XXI, a partir de indícios da incapacidade do desenvolvimento endógeno de contemplar a complexidade do contexto de localidades rurais europeias, surge o conceito de neoendogenismo, que inova ao evidenciar e potencializar as forças dos atores locais, vinculando-os aos fatores extra-locais, com o objetivo de criar sinergias que resultem em desenvolvimento (Belliggiano *et al.*, 2020; Garcia *et al.*, 2017; Nordberg, 2021). É por meio da participação e integração dos atores locais internos e externos, que compreendem empreendedores, universidades, instituições públicas e privadas e governo, por exemplo, que se observa o desenvolvimento neoendógeno (Atterton *et al.*, 2011; Garcia *et al.*, 2017; Ray, 2002).

Para Bosworth *et al.* (2016), o modelo neoendógeno coloca o conhecimento, os recursos, as pessoas e empresas locais como base para o processo de construção do desenvolvimento local. O que ocorre, segundo a percepção do autor, é uma espécie de empoderamento local, em que atores de diverentes níveis e setores de atuação se mobilizam e interagem para potencializar aspectos locais.



Considerando as particularidades de um local, destaca-se, para esta pesquisa, as características do estado brasileiro de Santa Catarina. Com forte influência da colonização germânica, o território catarinense concentra a maior quantidade de cervejarias artesanais per capita do Brasil: em 2020 eram 175 estabelecimentos, ante 1.383 no Brasil. O crescimento médio de estabelecimentos do setor no estado foi de 31,3% de 2017 a 2020 (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2021).

Nesse contexto, é possível observar no cenário de Santa Catarina características de desenvolvimento neoendógeno no segmento cervejeiro, a exemplo do Vale da Cerveja (ESCM, 2022), da Rota da Cerveja (Turismo SC, 2021b), e da Escola Superior de Cerveja e Malte, que evidenciam a vocação catarinense para a indústria de cervejas artesanais. Também foi no estado catarinense que surgiu o primeiro estilo brasileiro de cerveja, reconhecido pelo Beer Judge Certification, denominada Catharina Sour (Beer Mind, 2020; INC, 2021). Ainda, se observa no estado incentivo à produção de lúpulo (Epagri, 2021a), e a existência da cerveja Toda Nossa, feita exclusivamente com ingredientes produzidos em Santa Catarina (Cult, 2021; Dutra, 2021).

O estado catarinense apresenta características específicas em relação aos demais estados brasileiros quando se observam as cervejarias artesanais (Barzenski, 2019), o que reflete na possibilidade de adoção de selos de indicação geográfica e denominação de origem para as cervejarias de Santa Catarina. De acordo com Rizo, Ghetu e Frigant (2018), a indicação geográfica comprova a existência de características específicas de um produto, que se relacionam com o local de sua origem e que indicam qualidade ou reputação. O selo de denominação de origem, por ser vez, considera, além da origem geográfica, fatores naturais, a exemplo da altitude, solo, pluviometria e incidência solar, e ou humanos, que correspondem, por exemplo, ao trato e preparo da matéria-prima (Instituto Nacional de Propriedade Industrial, 2018; Tonietto *et al.*, 2013).

Considerando as características da produção de cerveja artesanal de Santa Catarina, que se distingue pelo ambiente cervejeiro desenvolvido no estado (ESCM, 2014; Guia da Cerveja, 2022), o presente estudo tem por objetivo analisar a implantação de um selo de denominação de origem para as cervejas artesanais catarinenses como elemento de construção de um ambiente neoendógeno de desenvolvimento. Desse modo, o estudo torna-se relevante ao expandir a



possibilidade de compreensão do desenvolvimento neoendógeno para além do contexto rural em que fora inicialmente apresentado (Adamski; Gorlach, 2007; Atterton *et al.*, 2011; Georgios *et al.*, 2021; Ward *et al.*, 2005).

O tema desta pesquisa está associado ao desenvolvimento regional. Esse alinhamento é explicado na perspectiva do neoendogenismo, especialmente pela valorização local, pois o neoendogenismo reconhece que o desenvolvimento que se origina é sustentado por recursos e capacidades locais. Logo, as cervejarias artesanais catarinenses evidenciam isso ao utilizarem ingredientes locais e técnicas tradicionais, promovendo a identidade cultural e econômica da região. Outrossim, o neoendogenismo busca promover o empoderamento das comunidades, ao propiciar a capacitação de comunidades locais, incentivo a participação ativa dos moradores no desenvolvimento econômico, geração de emprego e fomento ao empreendedorismo. Ao focarem em práticas sustentáveis e inovadoras, as cervejarias artesanais podem contribuir com as iniciativas de preservação do meio ambiente e promoção da biodiversidade, alinhando-se com os princípios de desenvolvimento sustentável (Ofori, 2020).

Já na perspectiva do selo de denominação de origem, as cervejarias artesanais podem contribuir com o desenvolvimento regional quando é conferido às cervejarias um reconhecimento oficial da qualidade e autenticidade dos seus produtos, diferenciando-os no mercado e aumentando a sua competitividade. Esse selo é um mecanismo de preservação cultural, pois ajuda a preservar métodos tradicionais de produção e ingredientes locais, que são parte do patrimônio cultural da região, fortalecendo a identidade regional. Outro impacto do selo no desenvolvimento regional é a atração turística, pois a certificação pode atrair turistas interessados em experiências autênticas, impulsionando o turismo regional e, conseqüentemente, a economia local. E ainda, o acesso a novos mercados, tanto nacional quanto internacionalmente, ampliando suas oportunidades de crescimento e desenvolvimento econômico. Portanto, as cervejarias artesanais catarinenses, através do neoendogenismo e do selo de denominação de origem, não só promovem o desenvolvimento econômico da região, mas também fortalecem a identidade cultural local e incentivam práticas sustentáveis (Gumiero *et al.*, 2022).



REFERENCIAL TEÓRICO

NEOENDOGENISMO

O neoendogenismo representa uma evolução do conceito do desenvolvimento endógeno e, em geral, está associado ao desenvolvimento rural (Bosworth *et al.*, 2016). O modelo explica o desenvolvimento a partir de fatores endógenos associados a fatores exógenos, também considerados essenciais para moldar seu futuro (Atterton *et al.*, 2011; Bosworth *et al.*, 2016). A inovação proposta pelo neoendogenismo foca em evidenciar e potencializar os pontos fortes dos atores locais, estabelecendo vínculos com fatores extra-locais. Nesse contexto, as interações internas e externas estabelecem vínculos capazes de criar sinergias, resultando em desenvolvimento neoendógeno (Belliggiano *et al.*, 2020; Garcia *et al.*, 2017; Nordberg, 2021).

A tentativa neoendógena de propor alternativas ao desenvolvimento baseando-se em recursos/agentes internos e externos, governos e instituições não-governamentais, combinando conhecimentos internos e externos, constitui-se em nova forma de governança de políticas e planejamento do desenvolvimento (Georgios *et al.*, 2021). Apesar de o neoendogenismo ter se desenvolvido inicialmente a partir da análise de regiões rurais pouco desenvolvidas da Europa (Furmankiewicz *et al.*, 2020), na atualidade o modelo é uma estrutura útil e flexível que permite ajustes de acordo com os meios e recursos disponíveis, com o diferencial de que o controle do processo de desenvolvimento reside internamente (Cejudo; Navarro, 2020).

Entre os fatores internos e externos que se relacionam com o desenvolvimento neoendógeno, pode-se citar o capital humano, as universidades, as instituições de pesquisa, o o governo e o empreendedorismo, seja ele individual ou em redes de cooperação (Belliggiano *et al.*, 2020; Galdeano-Gómez *et al.*, 2011). O empreendedorismo, especialmente, é um importante componente do arranjo institucional do modelo neoendógeno (Gulümser *et al.*, 2010), capaz de promover mudanças sociais e alavancar o desenvolvimento, sendo o empreendedor um importante agente local nesse processo (Alsos *et al.*, 2011).



SELO DE DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

A implantação de selos de denominação de origem em produtos é regulamentada, no Brasil, pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, que por meio da Portaria 04/2022, estabelece o regramento necessário para o processo (INPI, 2022). A denominação de origem corresponde ao nome geográfico, seja de um país, cidade, região ou localidade, que designe um produto ou serviço cujas características ou qualidade sejam únicas e provenientes do meio geográfico. Para a determinação da denominação de origem, são considerados fatores naturais (solo, relevo, clima, chuva, entre outros) e humanos (modo de fazer, técnicas de cultivo, etc.) (INPI, 2022).

A adoção de selos de denominação de origem pode contribuir para a preservação do patrimônio cultural e natural (Sigala; Robisnon, 2019), além de colaborar com a credibilidade dos produtos no mercado e, conseqüentemente, com a competitividade dos mesmos perante a concorrência (Castillo; Garcia, 2013). Para utilizar o selo de denominação de origem nos produtos, os produtores precisam seguir padrões estabelecidos por comitês, conselhos e outras formas de organização local, que fiscalizam o processo produtivo e o atendimento das condicionantes. Desse modo, o selo constitui-se também como uma ferramenta que garante máxima qualidade nos produtos e ou serviços (Marie-Vivien *et al.*, 2017).

Tonietto (1993) destaca que o objetivo da denominação de origem é proteger os produtos de uma determinada região geográfica. Em novembro de 2022 eram identificados oito selos de denominação de origem no estado de Santa Catarina, vinculados a produtos alimentícios – banana, queijo, mel, maçã e erva-mate (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2022).

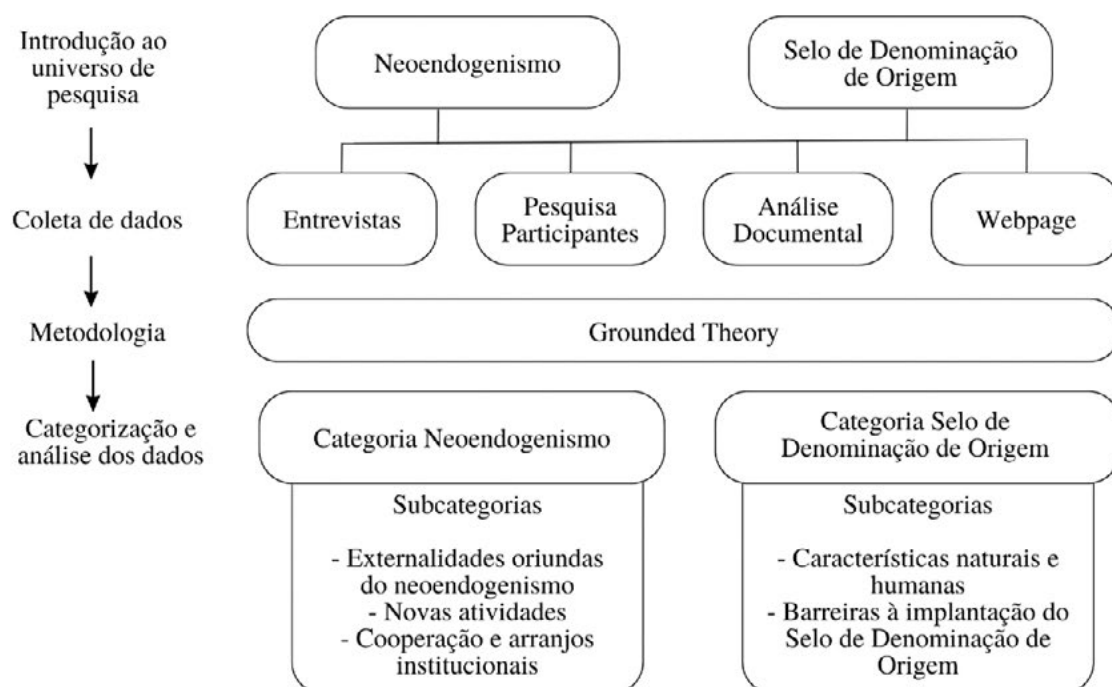
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa possui abordagem qualitativa, que se desenvolve a partir da interação entre pesquisador e objeto estudado. A compreensão do fenômeno enquanto processo, tendo a perspectiva dos participantes como norteadora dos rumos do pesquisador, situa a interpretação dos objetos estudados. Em outras palavras, o caráter construtivista adquire relevância na descrição dos fenômenos observados no ambiente pesquisado (Neves, 1996; Strauss; Corbin, 2008).



O processo metodológico foi orientado pela *Grounded Theory*, ou Teoria Fundamentada em Dados. A referida metodologia é desenvolvida a partir de dados sistematizados, oriundos da pesquisa social, de modo que a teoria é construída a partir de dados coletados, diferindo em essência da lógica indutiva (Roman *et al.*, 2017). Para desenvolvimento do estudo, fez-se uso do design de pesquisa apresentado na Figura 1.

Figura 1 | Design da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Nesse sentido, seguiu-se o seguinte roteiro norteador:

- a) Revisão de literatura, visando aprofundar o entendimento dos constructos teóricos, compreender o contexto das cervejarias artesanais catarinenses com vistas a permitir fidedigna descrição do contexto a ser pesquisado (Sehnm *et al.*, 2019);
- b) Diálogo prévio com cervejarias para compreender o universo a ser pesquisado e auxiliar na construção do roteiro de entrevistas (Guba; Lincoln, 1994);
- c) Aplicação do roteiro de entrevista por meio da visita a uma cervejaria. A visita *in loco*

teve por objetivo observar fenômenos que poderiam associar-se ao roteiro de entrevista, fornecendo possíveis *insights* ou outros registros úteis ao contexto da pesquisa (Glaser; Strauss, 2010; Wuetherick, 2010).

A realização da etapa de aplicação das entrevistas ocorreu entre os meses de novembro de 2021 e março de 2022. Inicialmente foi efetuada uma pesquisa online, focada na busca por cervejarias artesanais situadas em municípios da região Oeste de Santa Catarina. Sites como o “Brejas”, o portal da Associação Catarinense de Cervejas Artesanais e o projeto turístico Rota da Cerveja também foram utilizados para esse mapeamento. Desse modo, foram selecionadas cinco cervejarias da região Oeste, porém, uma delas não aceitou o convite para participar da pesquisa.

Por meio dos resultados da primeira rodada de entrevistas, surgiram questões que despertaram o interesse dos pesquisadores e evidenciaram a necessidade de ampliar o universo amostral. Uma dessas questões referiu-se ao fato de um dos entrevistados mencionar um projeto da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural (Epagri) de Santa Catarina, de incentivo ao desenvolvimento do cultivo do lúpulo em solo catarinense.

A partir de então, novas pesquisas online foram realizadas para aprofundar o assunto, quando se obteve conhecimento a respeito do projeto “Toda Nossa”, uma parceria entre o Governo de Santa Catarina, Epagri, Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc) e a Associação dos Produtores de Lúpulo (Abralúpulo), que visa fabricar cervejas artesanais com produtos 100% produzidos em Santa Catarina, além de um estilo de cerveja denominado Catharina Sour. Assim, ampliou-se a amostra de cervejarias artesanais para além da região Oeste e, ao final de uma segunda rodada de entrevistas, obteve-se a participação de 14 entrevistados entre mestres cervejeiros, empresários do ramo, estudiosos sobre cerveja artesanal e representantes de associação e entidades, descritos na Tabela 1. Cada entrevistado recebeu um código para garantir o anonimato das informações prestadas. Acerca dos aspectos éticos, esta pesquisa seguiu as orientações da resolução 510/2016, para as áreas de Ciências Humanas e Sociais. Para manter o anonimato dos gestores e proprietários das cervejarias artesanais pesquisadas, seus nomes foram suprimidos e codinomes foram atribuídos.



Tabela 1 | Perfil dos entrevistados

Cód.	Atividade principal	Atividade secundária	Atividade cervejeira	Região de residência	Tempo na atividade cervejeira
E1	Cervejeiro	-	Fabricante	Oeste Catarinense	10 anos
E2	Empresário	Cervejeiro	Fabricante	Oeste Catarinense	8 anos
E3	Empresário	Cervejeiro	Fabricante	Oeste Catarinense	1 ano
E4	Cervejeiro	-	Fabricante	Oeste Catarinense	14 anos
E5	Agente público	Empresário	-	Oeste Catarinense	6 anos
E6	Agente Público	Agricultor	-	Oeste Catarinense	6 anos
E7	Empresário	Cervejeiro	Mestre cervejeiro e juiz cervejeiro	Planalto Catarinense	15 anos
E8	Empresário	Cervejeiro	Sommelier de cervejas e juiz cervejeiro	Planalto Catarinense	15 anos
E9	Cervejeiro	Cervejeiro	Professor ESCM, sommelier e juiz cervejeiro	Grande Florianópolis	20 anos
E10	Cervejeiro	Cervejeiro	Fabricante	Grande Florianópolis	14 anos
E11	Empresário	Empresário Cervejeiro	Estudioso sobre cervejas	Alto Vale do Itajaí	18 anos
E12	Empresário	Fabricante cervejeiro (consumo)	Estudioso cervejeiro, juiz de concurso cervejeiro	Rio Grande do Sul	Mais de 20 anos
E13	Empresário	Fabricante de insumos cervejeiros	Mestre cervejeiro, juiz de concurso cervejeiro (nacional e internacional), professor de escola cervejeira	Planalto Catarinense	15 anos
E14	Cervejeiro	Cervejeiro	Estudioso sobre cervejas, juiz de concurso de cervejas	Planalto Catarinense	12 anos

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Destaca-se que para as entrevistas da segunda rodada, o roteiro inicialmente utilizado sofreu alterações, uma vez que as fontes de dados foram descortinando novos rumos, a partir das perspectivas individuais e da perspectiva construtivista da pesquisa (Strauss; Corbin, 2008). Para melhor compreensão, o roteiro de entrevistas da primeira fase estruturava-se sobre os aspectos de:

- a. Contextualização e discussão sobre os fatores necessários ao selo de denominação de origem;



- b. Contextualização e apresentação sobre o processo de desenvolvimento neoendógeno.
- c. Na segunda fase, por sua vez, o roteiro focou em aspectos apresentados na primeira fase, adicionados e direcionados a questões relevantes para o contexto da pesquisa, a saber:
- d. Contextualização e discussão sobre os fatores necessários ao selo de denominação de origem;
- e. Contextualização sobre o contexto do projeto Toda Nossa e Catharina Sour;
- f. Possíveis conexões entre o projeto Toda Nossa, Catharina Sour e implantação do selo de denominação de origem;
- g. Contextualização e apresentação sobre o processo de desenvolvimento neoendógeno;
- h. Possíveis conexões entre selo de denominação de origem, projeto Toda Nossa, Catharina Sour e desenvolvimento neoendógeno.

As entrevistas foram realizadas pelas Google Meet ou WhatsApp, conforme preferência dos participantes, e gravadas mediante autorização dos mesmos. Ao final da coleta de dados, obteve-se um tempo total de 11 horas e 58 minutos de gravação; cada entrevista foi transcrita na íntegra para posteriormente ser analisada.

A codificação constituiu-se de importante elemento na fiel descrição do contexto da pesquisa a partir do roteiro de entrevistas. A primeira análise seguiu o proposto por Noble e Mitchell (2016), sendo codificada, inicialmente, de forma aberta axial, analisando-se linha a linha a transcrição das entrevistas, buscando-se conceitos e frases-chave para posterior classificação em categorias e subcategorias. Na sequência, a codificação seletiva buscou identificar o núcleo categórico e as inter-relações entre categorias e subcategorias, visando um refinamento. Nesse contexto, os fenômenos foram analisados linha a linha, atribuindo-se categorias segundo os objetivos da pesquisa (Roman, 2014; Santos *et al.*, 2018).

As categorias de análise partiram da fundamentação teórica proposta, seguida pelo roteiro de entrevistas. As subcategorias foram transcritas a partir de leitura linha a linha propostas a partir de, pelo menos, dois informantes (Sonenshein, 2013). Após identificadas as subcategorias a partir das transcrições, fez-se a análise dos dados, uma vez que o desenvolvimento de uma teoria se assenta em categorias identificadas e inter-relacionadas, que constituirão elemento conceitual da teoria, observados a partir das relações entre si e baseados nos dados coletados (Alonso-Díaz; Yuste-Tosina, 2015).



Por fim, ressalta-se que, no caso da presente pesquisa, considerou-se que a saturação teórica da amostragem ocorreu a partir da identificação de um padrão dominante, isto é, quando não foram vislumbrados mais fatos novos que justificassem nova pesquisa, conforme indicam Glaser, Strauss e Strutzel (1968).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção é destinada a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. Subdivide-se os resultados em tópicos para melhor compreensão. Inicia-se pelos dados relacionados ao selo de denominação de origem em função de ações a ele relacionadas serem entendidas como as que darão origem a uma situação neoendógena de desenvolvimento.

SELO DE DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

O contexto evidenciado no roteiro de entrevistas do selo de denominação de origem apresentou duas subcategorias, desdobradas em oito temas de destaque, apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 | Categoria e subcategorias selo de denominação de origem

Categoria	Subcategorias
Selo de Denominação de Origem	Fatores naturais e humanos capazes de sustentar o selo de DO
	Barreiras à Implantação do selo de DO <ul style="list-style-type: none"> - Falta de conhecimento, aprofundado, dos efeitos do selo de denominação de origem (E1, E5, E7, E10, E14). - Baixa adesão inicial à utilização do selo por parte das cervejarias (E1, E8, E11). - Cervejarias são novas. Setor em consolidação (E2, E6, E11, E12, E13). - Ascensão de novas escolas cervejeiras (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E11). - Questões histórico-culturais (E1, E4, E9, E14). - Inexistência na região de fator natural clássico característico evidente (E1, E2, E3, E4, E10, E11).
<ul style="list-style-type: none"> - Criação de uma receita específica da região para utilização do selo de denominação de origem. (E1, E2, E6, E8, E11, E14). - Projeto Toda Nossa (E4, E7, E8, E9, E11, E12, E14). 	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).



A Instrução Normativa 95/2018-INPI estabeleceu fatores naturais, humanos, de qualidade e características a serem observados, que são capazes de sustentar um selo de denominação de origem. Os fatores humanos são identificados em praticamente todas as cervejarias entrevistadas, pois tratam de aspectos culturais, da comunidade, modo de produção e afins. Quanto aos fatores naturais, as variáveis são menos evidentes, pois tratam de questões ligadas ao ambiente de produção como solo, revelo, clima, flora, fauna, entre outros capazes de tornar a cerveja única.

Quando indagados sobre o selo de denominação de origem, os entrevistados reconhecem a importância do mesmo em diversas situações. Para E1, E8 e E11, a preocupação com o processo de adoção do selo reside no fato de acreditarem que algumas cervejarias somente aceitariam participar após observarem os resultados do movimento. “Quando estiver andando e trazendo frutos, todos vão querer participar, com certeza”, pontuou E1.

A preservação de fatores culturais e ambientais pode se constituir em patrimônio de determinada região ou local, conferindo qualidade e identidade aos produtos locais (Sigala; Robinson, 2019). Nesse contexto, para E1 o selo de denominação de origem se apresenta como um diferencial, e seria válido enquanto proposta de fortalecimento e política de desenvolvimento neoadógeno, na percepção de E2 e E8, visto que traria melhoria na competitividade, conferiria credibilidade e rentabilidade aos produtos contemplados com o selo (Castillo; García, 2013).

A medida que se estabelecem padrões de conformidade, instituições, agentes locais e outras formas de organização locais, criam-se condições para agregação de valor e criação de excedentes econômicos, traduzindo-se em eficiência, sustentabilidade social, ambiental e econômica, capazes de subsidiar o processo neoadógeno de desenvolvimento (Berte; Hammes, 2018; Miglietta; Morrone, 2018; Vu; Dao, 2007).

Considerando a agregação de aspectos ambientais e humanos aos produtos, o selo de denominação de origem tende a promover o local, criando oportunidades e estímulos ao desenvolvimento de novas atividades como o turismo (Moschini; Menapace; Pick, 2008; Rodríguez Cohard; Sánchez Martínez; Gallego Simón, 2017). A ênfase ao produto local, destacada por uma identidade geográfica, confere a este quesito de sustentabilidade, qualidade, aspectos sociais e econômicos (Rocchi; Gabbai, 2013; Williams; Penker, 2009), podendo também despertar o interesse de turistas, como destaca E3:



O povo está querendo opções novas e aí eu posso te garantir que estamos preparados para isso, pois temos diversas opções que podem ser integradas a partir das cervejarias, paisagens naturais entre outras. (E3).

Na visão de E6, o selo torna-se uma importante ferramenta de marketing que pode impulsionar o crescimento econômico da região. De modo geral, ao mencionar o selo de denominação de origem, todos os entrevistados enfatizaram a questão do desenvolvimento da cadeia turística, associando-a com o selo.

Quando indagados acerca de fatores naturais e humanos capazes de sustentar um selo de denominação de origem, os entrevistados apresentaram algumas propostas e também curiosidades sobre o processo de fabricação das cervejas. O primeiro destaque é que a matéria-prima das cervejas e chopp tem, em geral, um único fornecedor, que nos casos de E1, E2, E3, E4 e E12 é a Cooperativa Agrária.

A fim de apresentar ao mercado um produto único, com características específicas plenas, E2 sugeriu a criação de uma receita exclusiva para lançamento do selo de denominação de origem. No mesmo sentido, E7 sugeriu que um possível nicho de mercado poderia viabilizar-se com o selo, dado que as cervejarias artesanais enfrentam certo dilema em termos de público consumidor.

A percepção de E7 alinha-se ao proposto por E2, ao propor uma receita específica para a cerveja com o selo de denominação de origem. Ambos apresentaram e destacaram se tratar de uma ideia, uma percepção, e que aprofundar as análises seria imperioso.

O crescimento do mercado denominado *premium* é explicado, em partes, pela sofisticação do gosto dos consumidores a adequação do consumo a cada ocasião. Mesmo no contexto pandêmico, a procura cresceu devido a mudanças nos hábitos dos consumidores. No período 2015 a 2020, o segmento *premium* cresceu 85%, e a projeção crescimento é de mais de 50% de faturamento até 2025 (ABRAS, 2021; Freitas, 2021).

Por outro lado, E11 entende que o selo de denominação de origem poderia ser trabalhado para todo o estado, uma vez que diversas nuances diferenciam Santa Catarina do restante do país:

[...] a gente vem influenciado pelo movimento de colonização, a história cervejeira catarinense começa lá em 1850. [...] Então nós somos consequência da nossa história cervejeira. O resto do país está construindo sua história cervejeira a partir de agora. Estamos a frente de todos os estados, SC sempre foi um ícone. Santa Catarina sempre foi o estado mais cervejeiro do Brasil. (E11).

Os fatores já descritos acrescidos de iniciativas como o Vale da Cerveja, a Rota da Cerveja, e as festas típicas realizadas nas cidades catarinenses (Turismo SC, 2021a), aliados à iniciativas como a Escola



Superior de Cerveja e a Catharina Sour, citadas por E11, criam uma espécie de *cluster* que caracterizam Santa Catarina como um estado cervejeiro capaz de sustentar um selo de denominação. E9 corrobora com a percepção de E11 ao comentar que percebe as maltarias, os laboratórios de leveduras e os lúpulos cultivados no estado como diferenciais catarinenses. Nesse contexto, E10 também comenta que a tradição catarinense na produção de cerveja é fruto de um conjunto das ações ligadas à colonização e a cultura, e do conjunto das cervejarias artesanais em seu macro contexto, que confere ao estado o rótulo de tradicional produtor de cervejas artesanais (Coutinho, 2018; Escm, 2014; Pellin, 2017).

Algumas questões observadas pelo universo da pesquisa chamam atenção quanto a possíveis gargalos na implantação do selo de denominação de origem. E11 comenta que as cervejarias são negócios relativamente novos, que iniciaram basicamente após os anos 2000. A percepção de E11 sugere a necessidade de consolidação da indústria cervejeira artesanal catarinense. Na visão de E2, os espaços no mercado de cerveja artesanal ainda são bastante disputados, e é preciso a maturação do mercado e do espaço de cada um, com o passar do tempo, para que as discussões acerca da implantação de um selo de denominação de origem avancem.

O efeito globalizante, onde parte do público consumidor está disposto a experimentar novos estilos de cerveja é apontado por E1 como uma barreira. No mesmo contexto, a questão histórica associada à Alemanha na produção de cerveja pode ser uma barreira em determinados, porém raros momentos, na visão de E4.

E7 e E8 também levantaram a necessidade das especificidades exigidas quanto a fatores naturais para obtenção do selo de denominação de origem. Ambos destacaram a demanda por análises aprofundadas, que indiquem a real viabilidade da produção em escala com matérias-primas específicas, assim como sua viabilidade econômica.

Se destaca, por fim, uma barreira a ser superada no contexto cultural das cervejarias, sobretudo, dos gestores e empreendedores, que se relaciona a sensibilização a respeito do selo de denominação de origem. E12, em suas palavras, indica não ver um diferencial entre as cervejarias artesanais catarinenses que justifique a adoção de um selo. Essa percepção corrobora com o apontamento de E7 e E8, que indicam a importância de análises aprofundadas a respeito, que contribuirão, por consequência, para o processo de engajamento das cervejarias para a obtenção e manutenção de um selo de denominação de origem.

DESENVOLVIMENTO NEOENDÓGENO

Considerando o fundamento teórico da compreensão neoendógena, ou seja, a combinação de fatores *internos*, oriundos da localidade, de conhecimentos baseados na experiência e tradição, com fatores *externos* representados pelo Estado, instituições públicas e privadas, universidades, ONG's afins (Adamski; Gorlach, 2007; Belliggiano *et al.*, 2020), os entrevistados veem como promissora a proposta apresentada pela pesquisa. Na Tabela 3 a seguir, são apresentadas as externalidades oriundas do neoendogenismo, na percepção dos entrevistados, bem como os projetos em andamento capazes de contribuir com o processo de desenvolvimento neoendógeno.

Tabela 3 | Categoria e subcategorias neoendogenismo

Categoria	Subcategorias	
	Externalidades oriundas do neoendogenismo	Projetos em andamento
Desenvolvimento neo-endógeno	- Criação de bases para o desenvolvimento de novas atividades (E1, E2, E4, E5, E6, E11, E14).	- Toda Nossa (E7, E8, E11, E12, E14).
	- Diálogo entre instituições internas – questões locais (E2, E5, E6, E7, E8, E14).	- Cathatina Sour – potencial de novo projeto e ramificações (E8, E9, E11, E12, E14).
	- Diálogo entre instituições internas e externas (E1, E2, E5, E6, E7, E8, E11, E14).	

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Diferentemente do contexto verificado a partir do selo de denominação de origem, a extração das subcategorias, no caso do desenvolvimento neoendógeno, ocorreu a partir da percepção dos entrevistados. No geral, o tema apresentou-se menos familiar, em termos específicos ou mensuráveis, que os anteriores.

Quando indagados sobre a possibilidade de ações conjuntas entre as cervejarias e as instituições (internas e externas), E1, E8, E11 e E14 acreditam na possibilidade de tal processo resultar em situações características de desenvolvimento neoendógeno. Ações locais tendem a fortalecer relações internas e vincular investimentos externos a necessidades genuínas da localidade (Biczkowski, 2020), situação visualizada por E1:

Eu vejo um grande potencial turístico na nossa região e as cervejarias poderiam contribuir muito para isso. Falta infraestrutura e as pessoas têm dificuldade de chegar na nossa região. A criação de pontos turísticos, tem muitas belezas naturais, mas não tem incentivo. Então as cervejarias poderiam se ajudar nisso aí. (E1).



A ideia de implantação do selo de denominação de origem e alternativas semelhantes, que impliquem em ações conjuntas visando o fortalecimento das relações e potencialização dos esforços internos (Biczkowski, 2020; Ray, 2002), parecem ser bem aceitas pelos entrevistados. E2 considera que essas ações conjuntas poderiam caracterizar-se como experiências integradas ao turismo, as festas típicas germânicas, as belezas naturais, que criaram um conjunto de atrativos com potencial de promover o desenvolvimento neoendógeno. Santa Catarina possui uma forte vocação turística, com segmentos turísticos variados, e E2 acredita que para desenvolver a integração entre as cervejarias e a atividade turística é preciso justamente juntar pessoas e instituições que acreditem no processo.

No mesmo sentido, E8 indica que a Rota da Cerveja, que é um projeto existente do Governo de Santa Catarina, pode estimular, além do consumo das cervejarias locais, o turismo. Outras percepções e sugestões semelhantes são relatadas por E1 e E6:

Por exemplo, poderia ser o Festival de Cervejas do Oeste Catarinense que acabaria sendo uma propaganda que todas as marcas poderiam participar. Ano que vem iremos participar do Festival Brasileiro de Cervejas em Blumenau, berço da cultura e da cerveja germânica, mas fica totalmente fora da nossa região. Poderia estar participando aqui, desenvolvendo a região. (E1).

Considerando que estamos em um município com potencial turístico, nós temos águas termais aqui em São João do Oeste, isso faria parte de uma rota, tanto das águas, quanto da cerveja. O selo poderia integrar as cervejarias com outros atrativos da região. Isso para mim é uma coisa fantástica (E6).

Ainda, E6 destaca que o *cluster* cervejeiro catarinense, mesmo que ainda em formação, tem estimulado o turismo e poderá, no longo prazo, contribuir de forma significativa para essa atividade. Nesse sentido, o entrevistado sugere que cada ator do arranjo produtivo cervejeiro desenvolva ações capazes de estimular novas atividades econômicas que fortaleçam o segmento cervejeiro. Dentre possíveis atividades complementares, nas falas de E10 e E11 são identificados exemplos já existentes, como é o caso da Escola Superior de Cerveja e Malte, que forma *sommeliers* e mestres cervejeiros capacitados para atuação em bares e restaurantes, proporcionando a harmonização de cervejas com comidas.

PROJETOS EM ANDAMENTO

A pesquisa identificou a existência de dois importantes projetos em andamento no contexto das cervejarias artesanais catarinenses. E7 e E8 destacaram o projeto “Toda Nossa”, uma iniciativa conduzida direta e inderetamente por diversas instituições envolvidas na cadeia produtiva das cervejarias artesanais. Segundo a Epagri (2021b), uma das entidades envolvidas, o objetivo do projeto é produzir cerveja somente com matéria-prima produzida no estado de Santa Catarina. E7 enfatiza que o “Toda Nossa” busca adaptar cultivares destinados ao fornecimento de matéria-prima à indústria cervejeira do estado; cultivares esses descritos como cultivo de cereais de inverno.

O surgimento do projeto “Toda Nossa”, constitui-se, *a priori*, de um arranjo institucional. A partir de objetivos comuns, os atores locais disponibilizaram conhecimento, tempo, investimento, confiança interinstitucional, entre uma série de outras características destacadas por E7 e E8.

Nesse contexto, pressupostos neoendógenos de desenvolvimento parecem estar presentes, uma vez que recursos e conhecimentos internos e externos à localidade ou região foram utilizados. Cada instituição participa do projeto “Toda Nossa” contribuindo com recursos de diferentes formas – as universidades fornecem suporte técnico, a Ambev colabora com a doação de mudas, visitas técnicas nas fazendas experimentais são organizadas e há compartilhamento de conhecimento e artigos científicos, conforme relato de E7. Conhecimento local, contribuído por membros da comunidade local com base na experiência e na tradição (Adamski; Gorlach, 2007), resultaram na produção da cerveja “Toda Nossa”, a primeira cerveja produzida com ingredientes 100% catarinenses.

Ainda a respeito do projeto “Toda Nossa”, E8 revela que a intenção do mesmo era conferir uma identidade à cerveja produzida em Santa Catarina, o que vem acontecendo com o lúpulo e a levedura brasileiros, que são o ponto de partida para a criação de um Escola Cervejeira Brasileira, a exemplo do que ocorreu nos Estados Unidos, em que a produção de lúpulo deu origem à Escola Americana. Pressupostos neoendógenos sugerem que o reconhecimento das iniciativas locais, a partir de uma governança multi-institucional, tendem a fornecer sustentabilidade ao desenvolvimento. Além disso, os princípios neoendógenos, quando aplicados de forma ampla, podem conferir maior valor às atividades conduzidas pela comunidade (Marango; Bosworth; Curry, 2021).



Com relação a Catharina Sour, trata-se de um estilo de cerveja que surgiu em um workshop realizado pela Associação Catarinense das Cervejarias Artesanais em 2016 (Beer Mind, 2020). E8 relata que a Catharina Sour é fruto da derivação de um estilo germânico de cerveja, adaptada para o contexto catarinense.

Observa-se, portanto, que as cervejarias catarinenses têm trabalhado na produção de cervejas com características próprias. O uso das frutas produzidas em Santa Catarina no estilo Catharina Sour e os ingredientes cultivados em solo catarinense utilizados na cerveja “Toda Nossa”, são exemplos de características capazes de diferenciação de produto para alcance de um selo de denominação de origem. Ainda, em ambos projetos se observa a interação e cooperação entre atores internos e externos, características presentes no processo de desenvolvimento neoendógeno.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo evidenciou significativo potencial, no contexto das cervejarias artesanais catarinenses, tanto para a implantação de um selo de denominação de origem quanto para a configuração de situações neoendógenas de desenvolvimento. Para o selo de denominação de origem, o projeto “Toda Nossa” apresenta-se o mais próximo de uma cerveja com características específicas únicas, seja pelo contexto ambiental, social, característico ou técnico. O estilo Catharina Sour, a rigor, resulta do contexto cervejeiro do estado catarinense, constituindo-se como resultado da ação de diversos cervejeiros. Nesse caso, embora o produto final não seja único, o contexto da produção apresenta características neoendógenas de desenvolvimento, dada a vocação do estado para a produção de cervejas artesanais e o envolvimento de atores em sua concepção.

A pesquisa evidenciou o potencial de diversas ações em desenvolvimento no estado que apresentam grande impacto tanto para ampliação da cadeia produtiva da cerveja artesanal, quanto em externalidades capazes de transformar diversas regiões – e até mesmo o estado, em uma referência na produção artesanal de cervejas. As situações verificadas sugerem que pressupostos neoendógenos estão presentes em diversas situações, principalmente no contexto do projeto “Toda Nossa”, e refletem que a proposta de implantação de um selo de denominação de origem para as cervejas artesanais catarinenses é promissora.



Contudo, para alcançar o patamar de referência e implantar o selo, existem barreiras a serem superadas. A sensibilização dos empreendedores e a identificação aprofundada dos fatores que, de fato, conferem um diferencial para a cerveja artesanal catarinense, são pontos importantes a serem considerados nesse processo.

As contribuições do trabalho para a discussão da relação entre o tema do trabalho e a área de conhecimento pertinente ao desenvolvimento regional, estão associadas ao fortalecimento da identidade regional. Há valorização dos recursos locais, tanto materiais como imateriais. Há a promoção do turismo e o desenvolvimento local com valorização das experiências autênticas o que impulsiona a economia local, o empoderamento e cooperação entre atores locais, a conservação do patrimônio cultural e natural, o fornecimento de insights valiosos para a formulação de políticas públicas que possam apoiar o desenvolvimento regional através da valorização dos produtos locais e da promoção de práticas de desenvolvimento sustentável. Sendo assim, o trabalho contribui para o entendimento de como iniciativas locais, quando bem geridas e apoiadas por políticas públicas adequadas, podem promover o desenvolvimento regional sustentável, ao mesmo tempo em que reforçam a identidade e o patrimônio cultural da região

As limitações da pesquisa relacionam-se ao universo amostral, uma vez que outras cervejarias podem estar desenvolvendo receitas e estilos capazes de se transformarem em estilos reconhecidamente brasileiros. Como estudos futuros, sugere-se a inclusão do constructo de empreendedorismo étnico enquanto perspectiva de desenvolvimento e diferenciação no estado de Santa Catarina. Verificar a viabilidade da construção de uma marca coletiva de cerveja artesanal catarinense é outra possibilidade para ampliação da discussão realizada por esta pesquisa.



REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS – ABRAS. **Mercado de cervejas premium deve girar R\$ 80 bi até 2025.** 2021. Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/bebidas/106783/mercado-de-cervejas-premium-deve-girar-r-80-bi-ate-2025>. Acesso em: 25 fev. 2022.
- ADAMSKI, T.; GORLACH, K. Neo-Endogenous Development and the Revalidation of Local Knowledge. **Polish Sociological Review**, v. 160, p. 481-497, 2007. <http://www.jstor.org/stable/41275036>
- ALONSO-DÍAZ, L.; YUSTE-TOSINA, R. Constructing a Grounded Theory of E-Learning Assessment. **Journal of Educational Computing Research**, v. 53, n. 3, p. 315-344, 2015. <https://doi.org/10.1177/0735633115597868>.
- ALSOS, CARTER, S., & LJUNGGREN, E. **The Handbook of Research on Entrepreneurship in Agriculture and Rural Development.** Edward Elgar Publishing. 2011.
- ATTERTON, Jane *et al.* 15 Rural enterprise and neo-endogenous development. **The handbook of research on entrepreneurship in agriculture and rural development**, p. 256-280, 2011.
- BARZENSKI, F. **A cultura cervejeira no estado de Santa Catarina.** 2019. Disponível em: <https://www.clubedomalte.com.br/blog/cervejarias/a-cultura-cervejeira-no-estado-de-santa-catarina/>. Acesso em: 13 mar. 2022.
- BEER MIND. **Tudo sobre a Catharina Sour, o estilo de cerveja Brasileiro.** 2020. Disponível em: <https://www.beermind.com.br/tudo-sobre-a-catharina-sour-o-estilo-de-cerveja-brasileiro/>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- BELLIGIANO, Angelo *et al.* Neo-endogenous rural development in favor of organic farming: Two case studies from Italian fragile areas. **European Countryside**, v. 12, n. 1, p. 1-29, 2020. <https://doi.org/10.2478/euco-2020-0001>.
- BERTE, R.; Hammes, E. D. **Indicação Geográfica: Sinônimo de Desenvolvimento e Valorização Regional.** Anais do Salão de Ensino e de Extensão, 0(0), 171. 2018.
- BICZKOWSKI, Mirosław. Leader as a mechanism of neo-endogenous development of rural areas: the case of Poland. **Miscellanea Geographica**, v. 24, n. 4, p. 232-244, 2020. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2020-0041>
- BOSWORTH, Gary *et al.* Empowering Local Action through Neo-Endogenous Development; The Case of Leader in England. **Sociologia ruralis**, v. 56, n. 3, p. 427-449, 2016. <https://doi.org/10.1111/soru.12089>.
- CASTILLO, J.S.; GARCÍA, M. Análisis del posicionamiento internacional competitivo de los vinos de calidad de España. **Ciencia e investigación agraria**, v. 40, n. 3, p. 491-501, 2013. <https://doi.org/10.4067/S0718-16202013000300003>.
- CEJUDO, E.; NAVARRO, F. (Orgs.). **Neoendogenous Development in European Rural Areas: Results and Lessons.** Springer International Publishing. 2020. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-33463-5>
- COUTINHO, R. **A Herança Alemã de Santa Catarina.** 2018. Disponível em: <https://www.eusoubud.com.br/biblioteca/a-heranca-alema-de-santa-catarina/>. Acesso em: 18 set. 2022.
- CULT, R. **TodaNossa: Ambev e Lohn Bier produzem cerveja com 100% de ingredientes de Santa Catarina.** 2021. Disponível em: <https://rotacult.com.br/2021/07/todanossa-ambev-e-lohn-bier-produzem-cerveja-com-100-de-ingredientes-de-santa-catarina/>. Acesso em: 18 mar. 2022.
- DUTRA, M. **Toda Nossa: Cerveja com ingredientes de Santa Catarina é lançada pela Ambev.** Notícias de Santa Catarina. 2021. Disponível em: <https://mixturebas.com.br/2021/08/20/toda-nossa-cerveja-com-ingredientes-de-santa-catarina-e-lancada-pela-ambev/>. Acesso em: 18 mar. 2022.
- EPAGRI. **Capacitação sobre a cultura do lúpulo visa produção de cervejas com produtos 100% catarinenses.** 2021a.



Disponível em: <https://www.epagri.sc.gov.br/index.php/2021/08/26/capacitacao-sobre-a-cultura-do-lupulo-visa-producao-de-cervejas-com-produtos-100-catarinenses/>. Acesso em: 12 jul. 2022.

EPAGRI. **Santa Catarina tem cerveja com 100% dos ingredientes produzidos no Estado**. 2021b. Disponível em: <https://www.epagri.sc.gov.br/index.php/2021/08/19/primeiracerveja-100-catarinense-chega-ao-mercado/>. Acesso em: 19 ago. 2022.

ESCM. **A cultura cervejeira em Santa Catarina**. Escola Superior de Cerveja e Malte. 2014. Disponível em: <https://cervejaemalte.com.br/a-cultura-cervejeira-em-santa-catarina/>. Acesso em: 18 mar. 2022.

ESCM. **O que há pra ver, fazer e degustar no Vale da Cerveja em Santa Catarina**. Escola Superior de Cerveja e Malte. 2022. Disponível em: <https://cervejaemalte.com.br/vale-da-cerveja-em-santa-catarina/>. Acesso em: 18 mar. 2022.

FREITAS, C. F. **Faturamento de cervejas premium cresceu 85% nos últimos anos no Brasil**. Catalisi. 2021. Disponível em: <https://catalisi.com.br/faturamento-de-cervejas-premium-cresceu-85-nos-ultimos-anos-no-brasil/>. Acesso em: 23 out. 2022.

FURMANKIEWICZ, M.; KRÓLIKOWSKA, K.; PRZYBYŁA, K. **Goals of Elites and Local Communities in the European Union Neo-endogenous Development: Differences as the Constraints on Europeanisation?** (P. Maresova, P. Jedlicka, K. Firlej, & I. Soukal, Orgs.; p. 176–187, 2020. <https://doi.org/10.36689/uhk/hed/2020-01-020>

GALDEANO-GÓMEZ, E.; AZNAR-SÁNCHEZ, J. A.; PÉREZ-MESA, J. C. (2011). The Complexity of Theories on Rural Development in Europe: An Analysis of the Paradigmatic Case of Almería (South-east Spain): Rural development in the EU: a paradigmatic case study. **Sociologia Ruralis**, v. 51, n. 1, p. 54–78, 2011. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2010.00524.x>

GARCIA, E. C. *et al.* Neo-Endogenous rural development: Some significant experiences from inner areas of Southern Italy and Spain. In: COLORURAL, 2018, Granada. **Anais eletrônicos...** Granada: University of Cartuja, 2018.

GEORGIOS, C.; NIKOLAOS, N.; MICHALIS, P. Neo-endogenous rural development: a path toward reviving rural Europe. **Rural Sociology**, v. 86, n. 4, p. 911-937, 2021. <https://doi.org/10.1111/ruso.12380>

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research**. Aldine Transaction, 2010.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L.; Strutzel, E. The discovery of grounded theory; strategies for qualitative research. **Nursing research**, v. 17, n. 4, p. 364, 1968. <https://doi.org/10.1097/00006199-196807000-00014>

GUBA, E. G. *et al.* Competing paradigms in qualitative research. **Handbook of qualitative research**, v. 2, n. 163-194, p. 105, 1994.

GUIA DA CERVEJA. **Tradição e acesso a conhecimento fazem a diferença em Santa Catarina**. 2022. Disponível em: <https://guiadacervejabr.com/entrevista-tradicao-conhecimento-santa-catarina-anuario/>. Recuperado em: 03 mai. 2022.

GÜLÜMSER, A.; BAYCAN-LEVENT, T.; NIJKAMP, P. Measuring Regional Creative Capacity: A Literature Review for Rural-Specific Approaches. **European Planning Studies**, v. 18, n.4, p. 545–563, 2010. <https://doi.org/10.1080/09654311003593614>

GUMIERO, R. G.; DAL FORNO, M. A. R.; RUIZ PULPON, Á. R.; FUINI, L. L.; THESING, N. J. Abordagem territorial do desenvolvimento: um olhar a partir da dimensão institucional do patrimônio territorial. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**. Taubaté, SP. v.18, n. 1 (jan./abr. 2022), p. 168-185.

INC - Instituto da Cerveja. **Destaque-se entre os amigos: Conheça a história da cerveja no Brasil | Blog | Instituto da Cerveja Brasil**. 2017. <https://www.institutodacerveja.com.br/blog/n142/novidades/destaque-se-entre-os-amigos-conheca-a-historia-da-cerveja-no-brasil>



INPI. **Instrução Normativa 095/2018**. Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI. Brasil.

INPI. **02 Indicação Geográfica e espécies de registro—Manual de Indicações Geográficas**. 2021. Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI. Brasil.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Anuário brasileiro da cerveja 2020**. 2021. Governo Federal. Brasília, DF.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA PECUÁRIA E ABASTECIMENTO – MAPA. **Lista de IGs Registradas. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/ptbr/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/listaigs/lista-de-igs-registradas>. Acesso em: 20 ago. 2022.

MARANGO, S.; BOSWORTH, G.; CURRY, N. Applying Neo-Endogenous Development Theory to Delivering Sustainable Local Nature Conservation. **Sociologia Ruralis**, v. 61, n. 1, p. 116–140, 2021. <https://doi.org/10.1111/soru.12315>

MARIE-VIVIEN, D.; BÉRARD, L.; BOUTONNET, J.-P.; CASABIANCA, F. Are French Geographical Indications Losing Their Soul? Analyzing Recent Developments in the Governance of the Link to the Origin in France. **World Development**, v. 98, p. 25–34, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.01.001>

MIGLIETTA, P. P.; MORRONE, D. Quality, prices and production efficiency: An exploratory study of Italian wines with Appellation of Origin. **New Medit**, p. 73–89, 2018. <https://doi.org/10.30682/nm1801g>

MOSCHINI, G.; MENAPACE, L.; PICK, D. Geographical Indications and the Competitive Provision of Quality in Agricultural Markets. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 90, n. 3, p. 794–812, 2008. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01142.x>

NEVES, J. L. **Pesquisa Qualitativa – Características, Usos E Possibilidades**. São Paulo, 6. 1996.

NOBLE, H.; MITCHELL, G. What is grounded theory? **Evidence Based Nursing**, v. 19, n. 2, p. 34-35, 2016. <https://doi.org/10.1136/eb-2016-102306>

NORDBERG, K. Distributed Rural Proofing – An Essential Tool for the Future of Rural Development? **Sociologia Ruralis**, v. 61, n. 1, p. 141–162, 2021. <https://doi.org/10.1111/soru.12316>

OFORI, S. **Endogenous Regional Policy and Development Planning in Ghana**. Routledge. 2020.

RAY, C. Transnational Co-operation Between Rural Areas: Elements of a Political Economy of EU Rural Development. **Sociologia Ruralis**, v. 41, p. 279–295. 2022. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00183>

RIZO, M. P.; GHETU, V.; FRIGANT, N. **Geographical Indications – An Introduction**. Design and Geographical Indication Law Section of the World Intellectual Property Organization (WIPO). 2018.

ROCCHI, B.; GABBAI, M. Territorial identity as a competitive advantage in wine marketing: a case study. **Journal of Wine Research**, v. 24, n. 4, p. 291-310, 2013. <https://doi.org/10.1080/09571264.2013.837382>

RODRÍGUEZ COHARD, J. C.; SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. D.; GALLEGO SIMÓN, V. J. The upgrading strategy of olive oil producers in Southern Spain: origin, development and constraints. **Rural Society**, v. 26, n. 1, p. 30-47, 2017. <https://doi.org/10.1080/10371656.2017.1285470>

ROMAN, D. J. **Uma fase de mudança e aprendizado: Uma teoria substantiva sobre implementação de sistemas de melhoria de desempenho em organizações**. 2014. 378f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

ROMAN, D.J.; OSINSKI, M.; ERDMANN, R. H. El proceso de construcción de la grounded theory en administración. **Contaduría y administración**, v. 62, n. 3, p. 985-1000, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.06.012>



SANTOS, J. L. G. *et al.* Análise de dados: comparação entre as diferentes perspectivas metodológicas da Teoria Fundamentada nos Dados. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 52, p. e03303, 2018. <https://doi.org/10.1590/s1980-220x2017021803303>

SEHNEM, S.; PANDOLFI, A.; GOMES, C. Is sustainability a driver of the circular economy? **Social Responsibility Journal**, v. 16, n. 3, p. 329-347, 2019. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2018-0146>

SIGALA, M.; ROBINSON, R. (Ed.). **Wine tourism destination management and marketing**. Cham, Switzerland: Springer International Publishing, 2019. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-00437-8>

SONENSHEIN, Scott. How organizations foster the creative use of resources. **Academy of Management Journal**, v. 57, n. 3, p. 814-848, 2013. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.0048>

STRAUSS, A. L.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Artmed, 2008.

TONIETTO, J., ZANUS, M. C., FALCADE, I., GUERRA, C. C. **O regulamento de uso da denominação de origem Vale dos Vinhedos: vinhos finos tranquilos e espumantes**. 2013. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/971632/o-regulamento-de-uso-da-denominacao-de-origem-vale-dos-vinhedos-vinhos-finos-tranquilos-e-espumantes>. Acessado em: 10 mar. 2024.

TURISMO SC. **Festas Típicas**. 2021a. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/atividade/festas-tipicas/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

TURISMO SC. **Rota das Cervejas**. 2021b. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/atividade/rota-das-cervejas/#>. Acesso em: 29 mai. 2022.

VU, T. B.; DAO, D. H. **Geographical indication and appellation of origin in Vietnam: Reality, policy, and perspective**. Agricultural Publishing House, 2007.

WARD, N. *et al.* Universities, the knowledge economy and' neo-endogenous rural development'. **CRE Discussion Paper**, 2005.

WILLIAMS, R.; PENKER, M. Do geographical indications promote sustainable rural development? **Journal of the Austrian Society of Agricultural Economics**, 18, 2009.

WUETHERICK, Brad. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory. **Canadian Journal of University Continuing Education**, v. 36, n. 2, 2010. <https://doi.org/10.21225/D5G01T>

