

THE IMPACTS OF COVID-19 ON THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF BRAZILIAN CHEESES WITH GEOGRAPHICAL INDICATIONS

OS IMPACTOS DA COVID-19 NA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS BRASILEIROS COM INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Geovanna Gomes da Silva¹; Mirna de Lima Medeiros²

¹ Mestranda na área de Ciências Sociais Aplicadas. Pós Graduação - Ciências Sociais Aplicadas - Universidade Estadual de Ponta Grossa-PR – Brasil – geotur2007@hotmail.com

² Professora Adjunta no curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e no Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais Aplicadas (PPGCSA/UEPG). Pós Graduação - Departamento de Ciências Sociais Aplicadas – UEPG – Brasil – mirnadelimamedeiros@gmail.com

Resumo

As medidas implementadas para conter a pandemia da COVID-19 (decretada no início de 2020 e com duração já superior a um ano) tais como distanciamento social, redução do horário de funcionamento de comércio, lockdowns, entre outros tiveram impactos em praticamente todos os setores. Com relação à alimentação, se tem diferentes comportamentos durante a pandemia, tais como priorização do essencial e durável, busca pelo saudável, consumo indulgente, retomada do ato de cozinhar e valorização de pequenos negócios locais. Tendo como pressuposto que deter uma indicação geográfica poderia influenciar na decisão de compra desse consumidor durante esse período que mescla restrições e ao mesmo tempo mais consciência e mais emoções, o presente artigo buscou verificar o impacto da pandemia da COVID-19 na produção e comercialização de queijos brasileiros com indicações geográficas. Trata-se de pesquisa qualitativa de cunho exploratório-descritivo. O estudo se concretizou por meio de análise documental de reportagens jornalísticas. Foram encontrados 30 artigos de jornais e revistas que atendiam aos critérios definidos. Desses documentos 25 tratavam de um cenário favorável aos queijos com IG durante a pandemia e 5 de fatores desfavoráveis.

Palavras-chave: Indicação Geográfica; Comercialização; Queijo; Pandemia; Covid-19.

Abstract

The measures implemented to contain the COVID-19 pandemic (enacted in early 2020 and lasting more than a year) such as social distance, reduced business hours, lockdowns, among others, had impacts in practically all sectors. Regarding food, there are different behaviors during the pandemic, such as prioritizing the essential and durable, searching for healthy, indulgent consumption, resuming the act of cooking and valuing small local businesses. Assuming that having a geographical indication could influence the purchase decision of this consumer during this period that mixes restrictions and at the same time more awareness and more emotions, this article sought to verify the impact of the COVID-19 pandemic on the production and commercialization of Brazilian cheeses with geographical indications. It is an exploratory-descriptive qualitative research. The study was carried out through documentary analysis of journalistic reports. Thirty

articles from newspapers and magazines were found that met the defined criteria. Of these documents 25 dealt with a favorable scenario for cheeses with GI during the pandemic and 5 with unfavorable factors.

Key-words: Geographical Indication; Commercialization; Cheese; Pandemia, Covid-19.

1 Introdução

Cada vez mais o consumidor tem se tornado exigente em relação ao consumo de alimentos que tragam não só o simples prazer de o apreciar, mas que agregue valores afetivos quando o alimento é partilhado em uma reunião familiar. A busca pela qualidade, origem e forma de produção são levados em consideração quando da sua aquisição. (CHALITA et al.,2010)

Dentro desse contexto, o consumo de diferentes tipos de queijos tem se ampliado em termos qualitativos e quantitativos. O consumidor tem sido cada vez mais criterioso na escolha por queijos menos industrializados e ou processados, com origem e qualidade confiáveis. E isso pode favorecer às produções locais que agreguem valor e tenham um diferencial, seja no processo de fabricação ou pelas características da região. (COLETTI, 2013).

Em meio a esse cenário de desenvolvimento dos produtores de queijos surge, em dezembro de 2019, um novo coronavírus (SARS-CoV-2) responsável por uma síndrome respiratória aguda grave, conhecida como COVID-19, que se espalhou rapidamente pelo mundo e se transformou em uma pandemia, reconhecida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no dia 11 de março de 2020 (DE CARVALHO, 2020). Tal declaração da OMS obrigava os países a tomarem medidas reativas para o combate a proliferação da COVID-19 (UNA-SUS, 2020).

Foi necessário implantar o distanciamento social, com a aplicação de medidas, tais como bloqueios (*lockdown*), fechamento de aeroportos e fronteiras, cancelamento de shows, eventos e qualquer tipo de situação que gerasse aglomerações de pessoas (LANA et al., 2020). Essas determinações afetaram, e continua afetando, vários setores. Indústria, comércio e serviços precisaram se adequar ao novo cenário. Na verdade, segundo Mazzucato (2020), estamos assistindo a uma crise de saúde induzida por uma pandemia que desencadeou rapidamente uma crise econômica com consequências ainda desconhecidas para a estabilidade financeira dos países.

O contexto de distanciamento social também gerou alterações no cotidiano da população e em seus comportamentos de consumo. O anúncio da quarentena inicialmente gerou um comportamento de estocagem de bens duráveis (KIRK; RIFKIN, 2020). Segundo as informações apresentadas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, o efeito imediato da

pandemia para os consumidores, foi de pânico que levou à compra de produtos estocáveis, como o leite UHT e leite em pó. O ato acarretou uma elevação inicial de preços, que recuou com a normalização das compras. Mas a pandemia gerou radical mudança nos hábitos de alimentação, atingindo principalmente aos restaurantes, pizzarias, lanchonetes e *food trucks*. Os produtos que mais perderam com isso foram os queijos e outros lácteos refrigerados (EMBRAPA, 2020).

Com a pandemia, houve a diminuição do consumo de leite e derivados, já que restaurantes, indústrias e outros comércios alimentícios suspenderam suas atividades em diversos momentos. Outra questão que afetou diretamente os produtores de queijos foi a disponibilidade de insumos e alimentos para os rebanhos, o que, em conjunto com a seca em determinadas regiões, afetou diretamente os preços e a possibilidade de se manter os animais e a produção de leite, segundo dados levantados pela Nielsen (2020). Contudo, ainda segundo esse relatório, mesmo com a continuidade da pandemia da COVID-19 no Brasil, o consumo de queijo aumentou 29% no segundo trimestre de 2020.

Diante dessa conjuntura, o presente artigo tem como pergunta de partida: quais foram às consequências trazidas pela pandemia da COVID-19 ao setor queijeiro no Brasil? As indicações geográficas se configuraram como diferencial estratégico nesse contexto? A partir dessas indagações, o estudo objetivou verificar o impacto da pandemia da COVID-19 na produção e comercialização de queijos brasileiros com indicações geográficas. Para esse fim foi necessário, especificamente: discutir a conjuntura decorrente da pandemia da COVID-19 relativa aos efeitos na alimentação; identificar os principais impactos da pandemia no setor queijeiro; e descrever as principais estratégias e ações direcionadas para minimizar os impactos sociais e econômicos para os produtores de queijos com indicações geográficas.

Justifica-se a escolha das quatro regiões que possuem o reconhecimento de indicação geográfica (IG) tendo em vista que os estudos sobre IG são relacionados à proteção da tradição, cultura e como estratégia ao desenvolvimento territorial e de políticas públicas. As regiões queijeiras reconhecidas como indicações geográficas no Brasil até o momento da realização da pesquisa eram Canastra (MG), Serro (MG), Colônia Witmarsum (PR) e região de Campos de Cima da Serra (RS e SC) (INPI, 2020). O estudo pode contribuir para a divulgação da importância das indicações geográficas no atual contexto brasileiro, permitindo agregar valor, influenciar na qualidade e incentivar o desenvolvimento regional aliado a sustentabilidade.

A pesquisa, com abordagem qualitativa, teve como procedimentos metodológicos: análise documental de artigos jornalísticos publicados ao longo do primeiro ano pandêmico, de março de 2020 até março de 2021. Após a presente introdução, o artigo está segmentado em uma parte teórica qual se apresentam o cenário brasileiro: as indicações geográficas de queijos brasileiros atuais assim

como a pandemia no setor alimentar. Em seguida detalhamos a metodologia supracitada. Por fim, são apresentados e discutidos os dados obtidos e são listadas as referências utilizadas.

2 Referencial Teórico

2.1 Indicações Geográficas de Queijos Brasileiros

A divisão de produção de queijo no Brasil classifica a produção de queijos comuns, queijos finos e queijos artesanais (WILKINSON, 2008). Especificamente sobre a queijaria no Brasil, os queijos mais produzidos são a mussarela com 30% do mercado, o queijo prato com 20%, requeijão com 7,5% e o minas frescal com 6%, que representam mais da metade da produção de queijos no país (JOLY, 2018).

Reflexo da própria formação cultural, o Brasil fabrica uma variedade muito grande de queijos. Alguns tipicamente brasileiros e outros inspirados em reproduções de experiências e conhecimentos queijeiros estrangeiros. A variedade decorre de versões adaptadas às regiões, condições e à oferta de diferentes bacias leiteiras e foram se adequando as preferências do consumidor brasileiro de cada região. Muito por conta disso, que a produção de queijos artesanais possui relação direta com a qualidade do solo, matéria-prima, alimentação dos animais e até mesmo com práticas culturais tradicionais, não necessariamente tecnológicas (CHALITA et al., 2010).

Para De Melo Franco (2018) os produtores artesanais agem de forma correta, mas empírica, norteados por experiências familiares e culturais, com isso, a comercialização desses queijos deve ser assegurada por uma fiscalização que o identifique e que demonstre a qualidade da produção. Existem formas de regulamentação e organização sobre a procedência e a qualidade do queijo consumido no Brasil. Uma dessas formas é a própria legislação sobre o tema que em última análise dá ao consumidor a sensação de que o produto consumido é seguro. Exemplo mais recente disso é a lei 13.680 de 14 de Junho de 2018 que dispõe sobre fiscalização de produtos artesanais de origem animal (BRASIL, 2018) e trás o selo ARTE para a produção artesanal.

Mas para além da definição mínima de qualidade que a legislação obriga o produtor a seguir, os consumidores podem se valer de outros expedientes que confirmariam uma qualidade e procedência diferenciada de determinado produto. Tal situação de diferenciação e demonstração de qualidade, quando se trata de produtos como o queijo, fica ainda mais evidente.

Ao longo dos anos, o conceito de indicação geográfica vem se consolidando como forma de proteção e valorização de produtos locais. Estudos apontam o papel da IG como instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, de proteção e promoção comercial de produtos

tradicionais, sendo consideradas como forma de vantagem para impulsionar o desenvolvimento das regiões (DUPIM, 2015). Segundo Gebrim (2011), a principal função das IGs é proteger o produtor da concorrência desleal, da utilização do nome do produto sem permissão, garantindo assim a procedência da qualidade. A busca pelo reconhecimento de uma indicação geográfica está justamente para que exista a valorização e proteção dos produtos que são criados dentro das características associadas ao meio geográfico específico, no tocante ao desenvolvimento socioeconômico do local.

Atualmente o Brasil conta com o reconhecimento de cinco regiões com indicação geográfica para a produção de queijo, segundo reconhecimento do INPI, conforme apresentado no quadro 01. É evidente que o setor queijeiro brasileiro vai muito além das quatro regiões com indicação geográfica. Mas o recorte espacial do presente trabalho é necessário, pois o impacto na produção queijeira tende a ser diferente do restante do setor, principalmente dos grandes laticínios. Tudo o que leva uma região a possuir a indicação geográfica afeta toda a produção e o produto final em si. Assim, os problemas trazidos com a pandemia podem gerar soluções e ajustes distintos para locais com indicação geográfica se comparados aos que não a possuem.

Quadro 1 – Queijos brasileiros com IG

Nome Geográfico	Categoria de IG	Data da concessão	Estado
Serro	Indicação de Procedência	13 de Dezembro de 2011	Minas Gerais
Canastra	Indicação de Procedência	13 de Março de 2012	Minas Gerais
Colônia Witmarsum	Indicação de Procedência	24 de Abril de 2018	Paraná
Campos de Cima da Serra	Denominação de Origem	03 de Março de 2020	Santa Catarina e Rio Grande do Sul
Marajó	Indicação de Procedência	23 de Março de 2021	Pará

Fonte: INPI, 2021.

Os queijos que possuem indicação geográfica, assim como outros produtos com IG, passaram por várias etapas até o seu reconhecimento. Precisaram passar pelas etapas de elaboração do regulamento de uso, articulação do conselho regulador, delimitação da área, comprovação da notoriedade ou da relação entre o produto e o meio geográfico, envio dos documentos, pagamento de taxas etc. Esse processo pode promover cooperação e articulações diferenciadas entre os produtores.

Com a pandemia, os produtores de queijos dessas regiões precisaram se reinventar em meio a toda a turbulência que se alastrava por todo o mundo e atingia em cheio setores essenciais para a comercialização e produção dos queijos dessas regiões, e mais que isso, preservar a cultura, a tradição, o reconhecimento que foi anteriormente conquistado.

2.2 A Pandemia e o Setor Alimentar

A disseminação do novo coronavírus no mundo alterou o estilo de vida da população e modificou o segmento de alimentos e bebidas, impactando diferentes setores que compõem esse mercado. Para a maioria das empresas, os principais desafios se concentram na manutenção de renda, do capital e na garantia dos empregos dos funcionários e, em contrapartida, há segmentos dentro do ramo de alimentos e bebidas que souberam aproveitar o potencial com o auxílio das ferramentas digitais e redes sociais para divulgar seus produtos e serviços (SEBRAE, 2020).

Com a decretação do fechamento de serviços não essenciais no início da pandemia, tais como o comércio em geral assim como bares e restaurantes, desencadeou em queda no faturamento, demissão de funcionários e acúmulo de dívidas. Um levantamento realizado com mais de 500 empresas com iniciativa da Associação Nacional de Restaurantes (ANR) em parceria com a consultoria Galunion, em novembro de 2020 constatou os seguintes dados: 27% das empresas tiveram queda acima de 50%, no faturamento enquanto para 29% a receita diminuiu entre 26% e 50% e outros 37% promoveram o fechamento dos estabelecimentos.

Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) entre os principais desafios enfrentados no ramo, foram que os donos dos estabelecimentos precisaram se adequar a pandemia e criar novos mecanismos de venda ao consumidor. Entre os principais, se destacam a venda para retirada no balcão; elaboração de aplicativos com cardápio que oferecessem ao consumidor fazer o pedido para entrega, com a implementação do *delivery*; utilização das redes sociais, tais como *instagram*, *facebook* e *whatsapp* para divulgação e canal direto para vendas.

Já o setor de indústria de alimentos, segundo a Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC), foi o menos afetado pela pandemia da COVID-19, que registrou uma retração de apenas 6,9% na produção e 5,4% na empregabilidade em comparação ao ano de 2019 no estado. As exportações de alimentos, ao contrário do apontado, cresceram 5,3% durante a pandemia.

Assim como os empresários precisaram se adequar ao novo cenário, os produtores de queijos também sentiram a necessidade de adaptar sua produção e, principalmente, sua comercialização. Por conta do fechamento dos bares e restaurantes que eram os clientes imediatos dos produtores e com as incertezas que o momento apresentava, sem saber quando tudo voltaria ao normal, houve a necessidade de se adequar ao momento para conseguir continuar produzindo e comercializando queijos. (SILVA, 2020)

Segundo Czar (2020), a pandemia da COVID-19 trouxe uma ameaça direta aos produtores de queijos, principalmente nas regiões que possuem reconhecimento de indicação geográfica, porque coloca em risco toda uma cultura local e histórica e também todo o processo de

reconhecimento das IGs. O fator econômico foi crítico, já que trata-se de um dos setores que sofreu grande impacto durante a pandemia, houve a diminuição da renda familiar ou até mesmo o seu corte.

Assim como os distribuidores e produtores de queijos perceberam os grandes desafios que a pandemia transformaria, há também o consenso de que a retração geral da demanda por alimentos, decorrente da perda do poder de compra dos consumidores, do desemprego crescente no país e da suspensão e fechamento de mercados tradicionalmente acessados. Esse grupo de produtores dependem das cadeias curtas e dos mercados locais de abastecimento para comercialização de sua produção (FAVARETO; CAVALCANTI FILHO, 2020).

No setor lácteo/queijeiro estudos apontam que os prejuízos decorrentes da pandemia serão responsáveis por gerar uma reorganização da cadeia de produção e uma redução do número de produtores. Os grandes produtores de laticínios tendem a absorver os menores de forma intensificada. Entretanto, o mercado também está atento para o fato de que as pessoas estão mudando o estilo de vida e estão consumindo alimento mais saudáveis e com maiores referências, caso daqueles com indicação geográfica (CARVALHO, 2020).

3 Metodologia

Este trabalho é exploratório-descritivo com abordagem qualitativa (SAKAMOTO; SILVEIRA, 2019). Utilizou-se da análise documental reportagens de revistas, de jornais e entrevistas obtidos por meio de buscas no portal de buscas “*google.com*”, publicados no primeiro ano de pandemia. A pesquisa por meio de dados secundários se apresenta como viável diante das restrições a viagens e manutenção da necessidade de distanciamento social. O tema é atual e ainda não se encontram estudos sobre os impactos da pandemia na comercialização e produção dos queijos que possuem IG. Foram realizadas buscas nos repositórios de pesquisa *Scopus*, *Web of Science* e Portal de Periódicos CAPES, de janeiro de 2020 à janeiro de 2021, e dos resultados não encontrou nenhum trabalho escrito sobre o tema a fim a viabilizar a coleta de informações.

Por conta de não terem sido encontrados resultados através dos repositórios acima elencados, foi necessária a utilização do site de buscas Google®. A estratégia de busca para realização da coleta de dados ocorreu por meio do uso de palavras-chaves pertinentes ao tema explorado e determinação de critérios de triagem. Os descritores definidos foram os seguintes: num primeiro momento escolhidas as palavras de forma genérica: “indicação geográfica”, “queijo”, “pandemia” e “COVID-19”, e num segundo momento com uma busca mais específica combinando

com as IGs reconhecidas¹: “Queijo AND “Pandemia” AND “Serro”, Queijo AND “Pandemia” AND “Canastra”, Queijo AND “Pandemia” AND “Witmarsum” e Queijo AND “Pandemia” AND “Campos de Cima da Serra”. Os descritores foram utilizados conectados por meio do uso do operador booleano “AND”. Contudo, mesmo com essa conexão, na busca com a utilização dos referidos unitermos, foram encontrados: 53.300 (cinquenta e três mil e trezentos) resultados.

Ato contínuo, outros dois filtros foram impostos para a localização se tornar mais precisa com relação ao objetivo da pesquisa: ano de publicação (2020 e 2021, período da pandemia); e também os trabalhos produzidos apenas no Brasil. Houve o refinamento com o total de 4.490 (quatro mil, quatrocentos e noventa) resultados. Ainda assim, nem todos se referiam de fato ao objeto da pesquisa. Tendo em vista que o *Google*® apresenta inicialmente os sites com resultados que melhor correspondem à busca e depois o complementa com correspondências parciais, delimitou-se em 10 o número de páginas de resultados para obter o refinamento adequado. Chegou-se então a um total de 96 links, sendo que houve um último refinamento, excluindo os resultados que não possuíam correlação com o tema e momento pandêmico.

Depois dessa leitura exploratória foi possível extrair 30 resultados, dentre ele 27 (vinte e sete) no ano de 2020 e 3 (três) em 2021 e que possuem ligação direta com o tema proposto. Com a coleta de dados realizada, passou-se para análise do seu conteúdo em profundidade.

4 Resultados e Discussões

Conforme supramencionado, foram encontrados 30 documentos que correspondiam aos descritores definidos. Desses documentos, 12 eram de jornais e 18 de revistas. As publicações encontradas sobre queijos com indicação geográfica no Brasil, no período pós declaração de pandemia são reportagens vinculadas em jornais de grande circulação como G1 e Globo Rural e de entidades como SetrãoBras, Embrapa, Agência Sebrae e Ministério da Agricultura. O compilado de reportagens jornalísticas abrangem as 4 regiões apresentadas com reconhecimento de indicações geográficas. A maior parte das reportagens se referem às regiões de Minas Gerais (17), no estado do Paraná foram encontradas 4, no estado de Santa Catarina e Rio Grande do Sul apenas 1 e o restante (8) são reportagens a nível nacional.

As indicações geográficas vem ao longo do tempo sendo demonstradas como uma ferramenta de valorização de produtos locais. Muitos estudos apontam pela importância econômica das IGs para o desenvolvimento territorial, capazes de agregar valor e credibilidade a um produto

¹ Atualmente tem-se também a IP Marajó (PA), a qual não foi incluída nas pesquisas já que seu reconhecimento deu-se após o primeiro ano pandêmico e à presente pesquisa, ao final de março de 2021.

ou serviço, ofertando ainda vantagens competitivas (MAPA, 2014). Por outro lado, a tradição de produzir queijos passa de geração para geração no âmbito familiar, sendo fundamental na economia das pequenas regiões e dos produtores locais.

Neste cenário, é possível perceber nos jornais e revistas catalogadas para este estudo que as IGs são vistas como importantes na proteção do saber-fazer do queijo e na valorização destes produtos. Contudo, as legislações sanitárias-indústriais que dispõe sobre a produção e origem animal no Brasil, impõe uma grande dificuldade por parte dos produtores.

Neste sentido, Niederle (2013) aponta que o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e o movimento *Slow Food* têm alertado para:

[...] os riscos das normatizações referentes ao reconhecimento das indicações geográficas (se essas caminham ao encontro da legislação vigente) contribuem para descaracterizar o produto, alterando não só seus atributos organolépticos (a eliminação de determinadas bactérias benéficas em função da pasteurização), mas essencialmente os modos de produção e saberes a ele associados (NIEDERLE, 2013.).

Somando-se essas dificuldades enfrentadas pelos produtores de queijos com o período pandêmico foi possível perceber ao longo das coletas de informações contidas nos jornais e revistas um grande desafio de produzir e comercializar queijos no Brasil, principalmente em conseguir realizar entregas em outros estados brasileiros.

Dentre as 30 reportagens encontradas, 25 abordavam o cenário pandêmico de forma positiva e otimista e 5 de forma negativa. O quadro 02 trás os aspectos relacionados à produção e o Quadro 03, os relacionados à comercialização, elencando os aspectos e impactos abordados nos documentos analisados.

Conforme pode-se observar no quadro 02 não houve tantas menções relativas à produção que nas reportagens analisadas. Essas questões foram veiculadas no início da pandemia e podem haver outros aspectos que ainda não foram publicizados ou ainda não foram conectados com essa produção queijeira. Por exemplo, poder-se-ia imaginar que o aumento das contaminações em 2021 traga novos impactos negativos em termos de pessoal e capacidade produtiva.

Quadro 2 – Aspectos relacionados à produção mencionados nas reportagens

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS COM IG DURANTE A PANDEMIA			
Aspecto	Impactos Negativos	Reportagens/Data	Total
- Fornecedores	Houve um aumento no preço os insumos, principalmente do milho e da soja.	BeefPoint, 23 abr. 2020 Czar, 30 mai. 2020	2
- Mão de Obra	Corte de funcionários	BeefPoint, 23 abr. 2020 Gloro Rural, 10 mai. 2020	2

- Desperdícios	Prejuízo econômico, necessidade de doar os queijos e leites para entidades filantrópicas	Emater-MG, 8 abr. 2020	1
- Queda nas vendas	Queda nos pedidos feitos pelas lojas e diminuição do preço do produto	Agência Sebrae, 08 jun. 2020	1
- Reduziu a jornada de trabalho dos funcionários	Passou a produzir menos	Portal Grnews, 27 dez. 2020	1
- Queda no consumo de queijos	Aumento no preço final nas prateleiras	Revista Pecuária, mar. 2020	1
- Canais de Distribuição	Diminuição das vendas para o food-service (bares, restaurantes, hotéis, etc.)	Agência Sebrae, 08 jun. 2020	1

Fonte: Dados da pesquisa, 2021

O que se verificou foi que o início da pandemia entre os meses de março a maio de 2020 foram os que tiveram grande impacto negativo. Durante esse período, conforme Embrapa (2021), conforme 3º aspecto do quadro acima, trouxe uma série de sugestões entre as principais foram cortar os gastos com alimentação do rebanho, diminuir a ordenha das vacas, e maturar o estoque de queijos para não ocorrer o perdimento da produção. Por outro lado, conforme Agência Sebrae (2020), houve uma reaceleração nas vendas após o mês de maio com a adaptação dos produtores para realizar as vendas online, através de aplicativos, redes sociais, whatsapp e site. Isso permitiu mais visibilidade as indicações geográficas a nível nacional, reconhecimento das qualidades e diferenciação do produto e consequentemente novos negócios. Além disso, todas as regiões aqui estudadas utilizam o turismo como fonte de negócios, e com todas as questões de fechamentos temporários, assim como restrição das pessoas de ir e vir, fez com que os produtores percebessem que era necessário se readequar ao mercado de vendas.

Percebeu-se que o período mais crítico foram os meses de março à maio de 2020, com queijos que precisaram ser maturados ou doados para evitar o perecimento, doação de leites para entidade filantrópicas que já haviam sido retirados, conforme Embrapa (2021), verificou-se essas ocorrências no Estado de Minas Gerais que possuem as IGs de Canastra e Serro. Além disso, o órgão da Embrapa (2021), publicou um artigo para orientação aos produtores de queijo na diminuição da produção de leite e distribuição de ração para os rebanhos. Já com relação à comercialização constatou-se problemas, mas destacam-se principalmente as soluções dadas aos desafios enfrentados pelos produtores dentro desse contexto. O quadro 03 apresenta as principais questões relacionadas à comercialização que constaram nos documentos analisados. Os principais desafios foram principalmente em relação a comercialização dos queijos já produzidos no início da pandemia, muitos pedidos estavam sendo cancelados devido aos *lockdowns*.

O que se verifica das publicações é uma preocupação econômica muito atrelada aos impactos decorrentes da pandemia. Essa preocupação aparece com termos fortes como: crise,

prejuízo, afetação e paralisação da produção. De outro lado, termos positivos surgem e podem ser representados da seguinte forma: ressurgimento, retomada, adaptação e novas formas de venda.

Quadro 3 – Aspectos relacionados à comercialização mencionados nas reportagens

PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS COM IG DURANTE A PANDEMIA			
Aspecto	Impactos Positivos	Reportagens/Data	Total
Canais de Distribuição	Venda diretamente ao consumidor final.	Tribuna do Vale, 10 jun. 2020 Jota Info, 15 fev. 2021 Agencia Sebae, 08 jun. 2020	3
Canais de comunicação	Os produtores utilizam as redes sociais, whatsapp, sites e aplicativos para vendas online.	G1, caminhos do campo, 03 mai. 2020 Valverde, 16 mai. 2020 Jornal EM, 16 fev. 2021	3
Preços e promoções	Eventos online e promoções em datas comemorativas	Mariano, 16 mai. 2020 Agencia Sebrae, 08 out. 2020 Portal do Queijo, 27 out. 2020 Euclides, dez. 2020	4
Capacitação e fortalecimento	Cursos e boas práticas	Mariano, 16 mai. 2020 Página Rural, 20 ago. 2020 Informe Paraná Cooperativo, 02 mar 2021 Senar, 19 ago. 2020 Agricultura MG, 26 ago. 2020	5
Medidas de segurança	Atenção maior com o manuseio para evitar contaminação	Tribuna do Vale, 10 jun. 2020	1
Investimentos iniciativa privada	Dar suporte aos produtores locais em tempos de pandemia	Portal da Mineração, 18 dez. 2020 Diário do Comércio, 20 dez. 2020	2
Queijo é o alimento mais consumido em 2020	Aumento no consumo de queijo	Canal rural, 12 dez. 2020	1

Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Fato é que se observa uma nítida preocupação inicial com a chegada da pandemia declarada pela OMS em 11 de março de 2020 que se intensificou com o fechamento de comércios e o aumento das medidas de distanciamento de um modo geral. Observa-se ainda, em contrapartida, que com o passar do tempo em pandemia, o setor queijeiro passou a adaptar-se a nova condição e ao novo mercado e a explorar alternativas que são inerentes inclusive à condição de produto com indicação de geográfica.

Quando analisadas as informações divididas por região, pudemos verificar que a região do Paraná onde se encontra o Queijo Colônia Witmarsum conforme G1, caminhos do campo (2020) e Informe Paraná Cooperativo (2021), os produtores passaram a utilizar as plataformas digitais e expandiram as vendas para outros estados como Mato Grosso do Sul, Goiás e Rondônia. Witmarsum, é uma colônia que fica localizada na cidade de Palmeira-PR, parte da renda dos moradores dependem do turismo, por conta do isolamento, os produtores de queijos estão fazendo entregas diretamente aos consumidores. Outra região na qual a busca por novos canais de distribuição apareceu foi a região da Canastra, na qual encontraram novas alternativas entre as quais

o *e-commerce* e as redes sociais. No início da pandemia, afirma João Carlos Leite, presidente da Associação dos Produtores de Queijo Canastra (APROCAN), que:

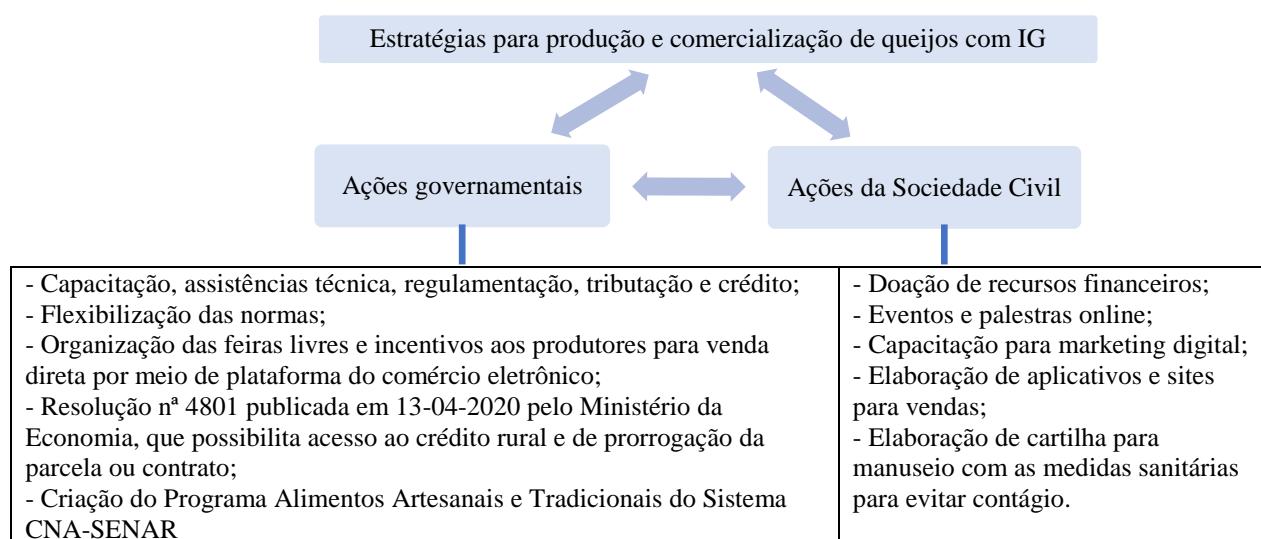
(...)apesar da diminuição das encomendas pelas lojas de queijos e da queda nos preços nesse período, os negócios estão sendo retomados. Tivemos que modificar a logística e uma das alternativas foi o *e-commerce*, a venda pelo WhatsApp e outros canais digitais”, explica o produtor, ressaltando que até mesmo os valores antes cobrados estão sendo retomados. “Hoje já está faltando queijo. (LEITE, 2021)

Já a região do Serro em Minas Gerais, recebeu da mineradora Anglo American recursos de R\$ 1 milhão para apoio aos produtores de queijos na pandemia. O objetivo é auxiliar com alimentação animal, salários e transportes, marketing e melhorias na produção. (DIÁRIO DO COMÉRCIO, 2020)

E por fim, a região Campos de Cima da Serra recentemente adquiriu a IG para o queijo artesanal serrano, no início da pandemia e não foi possível encontrar informações relacionada a discussão do artigo.

A ilustração (Figura 01) abaixo apresenta as questões apresentadas assim como algumas estratégias de enfrentamento das consequências da Pandemia, classificadas em duas categorias: a) ações governamentais emergenciais; b) ações da sociedade civil (produtores de queijo, cooperativas ou entidades coletivas representativa de produtores e demais atores da sociedade). Algumas estratégias de enfrentamento são pontuais e com ações específicas, enquanto outras são gerais e reúnem uma diversidade de ações. Ressalta-se que o objetivo não foi esgotar a diversidade de estratégias, mas apresentar as ações de cada um.

Figura 01 – Estratégias para produção e comercialização de queijos com IG



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Para a elaboração da figura 1, utilizou das informações e dados analisados entre os jornais e reportagens e classificou-se em duas categorias: de um lado verificou-se o apoio financeiro da mineradora Anglo American para recuperação dos negócios dos produtores de queijos em MG, conforme Diário do Comércio (2020) e criação da Resolução nº 4801/2020 para facilitar o crédito rural, prorrogação de parcela de empréstimo ou contrato através do Ministério da Economia. E de outro (produtores de queijo, cooperativas ou entidades coletivas representativa de produtores e demais atores da sociedade), conforme fontes trazidas no quadro 3.

Verificou-se que as duas categorias em conjunto conseguiram apresentar formas dos produtores se unirem em prol do fortalecimento e reorganização com o uso das ferramentas e conhecimentos apresentados.

5 Considerações Finais

A pandemia de COVID-19 trouxe uma alteração significativa para a vida humana como um todo. Algumas pessoas foram mais afetadas, outras menos, mas o fato é que os impactos chegaram a todos, direta ou indiretamente. A intenção no presente trabalho era a análise desse período histórico sobre o ponto de vista da produção queijeira brasileira, em especial àquela com indicação geográfica.

Com a pandemia, verificou-se uma alteração das relações sociais que obviamente afetariam a forma de consumo de produtos e até mesmo os produtos ofertados. Não seria diferente com a produção queijeira brasileira, e isso inclui as quatro regiões com indicação geográfica no Brasil. Os trabalhos encontrados apontam para a confirmação negativa de que em termos econômicos o setor queijeiro sofreu com a chegada da pandemia. Verifica-se outrossim, que os trabalhos apontam para o fato de que o setor conseguiu reinventar-se. Como a indicação geográfica é atrelada ao ideal de produto a ser consumido com segurança e qualidade, o setor queijeiro aproveita-se de tal propaganda para gerar estabilidade e superar a pandemia.

Ainda que exploratória, a pesquisa realizada pode contribuir aos que detêm indicações geográficas já que fica explícito que podem se valer desse signo distintivo para mitigar os efeitos negativos e potencializar os positivos do contexto. Enquanto não há a possibilidade de abertura efetiva dos estabelecimentos de restauração comercial, escolas e outros empreendimentos que outrora eram clientes, a aproximação do consumidor final permite ações de engajamento e comunicação com relação ao produto e às indicações geográficas. Por outro lado, é importante também reconhecer os desafios e limitações impostos ao setor para regiões que estão em fase inicial de diagnóstico e articulação para obtenção do registro de IG já que esses podem demandar auxílios

direta e indiretamente relacionados com o processo. Esse é o caso de um queijo paranaense, que já foi diagnosticado como potencial IP pelo SEBRAE, do qual participamos do grupo de trabalho e que é objeto de estudo na dissertação de uma das autoras.

Apresenta-se como contribuição o fato da pandemia e isolamento social serem problemas que ainda estão em foco, com uma nova alta de contaminação e colapso em vários estados brasileiro, tornando o país o epicentro da Pandemia, quando da finalização deste artigo. As informações colhidas e apresentadas não são conclusivas e a todo momento estão sendo lançadas novas estratégias e ações que visem diminuir os impactos. Há ainda limitação de disponibilidade de dados oficiais e científicos. Por outro lado, aponta-se como possibilidade para futuras pesquisas a identificação de uma estrutura mais ampla de estratégias e ações, com inclusão de pesquisa empírica, aplicação de questionários aos produtores de queijos, associações e cooperativas de cada região. Além disso, como a pandemia está em evidência no país, com incerteza do futuro para a economia, será necessário retomar os estudos para avaliar quais estratégias de fato foram efetivas e ponderar criticamente as mesmas.

Referências

BLASCO, L. **Coronavírus: estratégia do ‘queijo suíço’ para combater a covid-19**. Revista Observa BR Caminhos da reconstrução e transformação do Brasil, 20 nov 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-54977391>>. Acesso em: 15 mar. De 2021.

BRASIL. **Lei 13.680 de 14 de Junho de 2018**. Disponível em: >http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/Lei/L13680.htm<. Acesso em: 13 mar. 2021.

BRASIL. **Resolução nº 4.801 de 9 de abril de 2020**. Disponível em: ><https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-n-4.801-de-9-de-abril-de-2020-252079914>>. Acesso em: 15 mar. 2021.

CAMINHOS DOS CAMPO. **Queijo paranaense é o primeiro do país a ganhar selo de indicação geográfica**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/caminhos-do-campo/noticia/2018/09/30/queijo-paranaense-e-o-primeiro-do-pais-a-ganhar-selo-de-indicacao-geografica.ghtml>. Acesso em: 04 mar. 2021.

CAVALCANTE, João Roberto et al. **COVID-19 no Brasil: evolução da epidemia até a semana epidemiológica 20 de 2020**. Epidemiol. Serv. Saúde, Brasília, v. 29, n. 4, e2020376, 2020. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2237-96222020000400306&lng=pt&nrm=iso>. acesso em 02 abr. 2021. Epub 10-Ago-2020. <https://doi.org/10.5123/s1679-49742020000400010>.

CARRAPATO, Pedro; CORREIA, Pedro; GARCIA, Bruno. **Determinante da saúde no Brasil: a procura da equidade na saúde**. Saude soc., São Paulo, v. 26, n. 3, p. 676-689, set. 2017. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902017000300676&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em :2 abr. 2021. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12902017170304>.

CARVALHO, G.. **Efeitos da COVID-19 na cadeia do leite.** EMBRAPA Gado de Leite. Entrevista Coletiva Online 14 de abril de 2020. Disponível em: Entrevista Coletiva - Efeitos do Covid-19 na cadeia do leite ><https://youtu.be/52WHNLZ3zkI><. Acesso em: 11 mar. 2021.

CHALITA, M. A. N. **A construção social e econômica do gosto e da preferência, o valor simbólico da mercadoria e o desempenho das exportações de cachaça.** Informações Econômicas, v. 38, n 5, 2008.

COLETTI, V. D.. **Os agricultores familiares e a construção dos mercados do leite e queijo: a pequena produção e qualidade frente à legislação Brasileira e Europeia,** 2013. Disponível em: > https://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/701/1/PB_PPGDR_M_Coletti%2C%20Vinicius%20Deotan_2013.pdf<. Acesso em: 15 mar. 2021.

CZAR, A.S. **A ameaça da pandemia para os queijos de leite cru.** Revista Sertãoabras. Minas Gerais. Disponível em: <<https://www.sertaobras.org.br/2020/05/30/a-ameaca-da-pandemia-para-os-queijos-de-leite-cru/>>. Acesso em: 05 mar. 2021.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **Mineradora vai apoiar produção de queijo.** Disponível em: < <https://diariodocomercio.com.br/agronegocio/mineradora-vai-apoiar-producao-de-queijo/>>. Acesso em: 05 mar. 2021.

DE MELO FRANCO, B. D. G. . **Rede de pesquisa em queijos artesanais brasileiros.** Disponível em: <<http://www.queijocoalhoBrasil.com/rede-de-pesquisa-em-queijos-artesanais-brasileiros/>>. Acesso em: 13 mar. 2021.

DE CARVALHO, A.P. . **Novo coronavírus (COVID-19). Brasil,** fevereiro de 2020, v.14; Disponível em: > https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/22340d-DocCientifico_-_Novo_coronavirus.pdf<. Acesso em: 23 fev.2021.

DUPIM, L.C.O. **Indicações Geográficas e o Desenvolvimento Local:** Estudo Exploratório e Comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty. Tese de Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento. Instituto de Economia, UFRJ.Rio de Janeiro 2015.

EMBRAPA. **Setor leiteiro deve sofrer menos com pandemia de Covid-19.** Disponível em: ><https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/52006031/setor-leiteiro-deve-sofrer-menos-com-pandemia-de-covid-19>< Acesso em: 13 mar. 2021.

FAVARETO, A.; CAVALCANTE FILHO, P. G. **Sete efeitos da pandemia sobre a agricultura e o Brasil rural e interiorano.** Especial Pandemia. Disponível em: <<http://novosestudios.uol.com.br/category/especial-pandemia/>>. Acesso em: 02 mar de 2021.

GEBRIM, S. **Indicação Geográfica valoriza produtos agropecuários.** In: VII EPCC Encontro Internacional de Produção Científica, 2011, Maringá-PR. Anais: Editora: Cesumar, 2011, p.1 a 5. Disponível em: <http://www.cesumar.br/prppge/pesquisa/epcc2011/anais/andrea_moreira_da_fonseca_boechat.pdf> Acesso em: 23 fev. 2021.

INFORME PARANÁ COOPERATIVO. **Witmarsum I: Queijo da cooperativa presente em evento internacional de IG.** Disponível em: < <http://www.paranacooperativo.coop.br/ppc/index.php/sistema-ocepar/comunicacao/2011-12-07-11-06-29/ultimas-noticias/118848-witmarsum-queijo-da-cooperativa-presente-em-evento-internacional-de-ig>>. Acesso em: 02 mar. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **INPI concede IG Campos de Cima da Serra para queijo artesanal serrano.** Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt->

br/assuntos/noticias/inpi-concede-ig-campos-de-cima-da-serra-para-queijo-artesanal-serrano>. Acesso em: 13 mar. 2021.

JOLY L. **Quais são os principais tipos de queijo produzidos no Brasil?** São Paulo: Revista Super Interessante. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quais-sao-os-principais-tipos-de-queijo-produzidos-no-brasil/>>. Acesso em: 23 mar. 2021.

KIRK, C. P.; RIFKIN, L. S. I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. **Journal of Business Research**, 117(May), p.124–131, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.028>

LANA, R.M.; COELHO, F.C.; GOMES, M.F.C; CRUZ, O.G.; BASTOS L.S.; VILLELA, D.A.M.; CODEÇO, C. T. Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva. **Cad Saúde Pública**, v.36, n.03, e00019620, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2020000300301>. Acesso em: 24 fev. 2021.

LEITE, J.C. **Com a pandemia Indicações Geográficas estão criando novas formas de vender seus produtos.** Agência Sebrae de Notícias. Disponível em:<<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/com-a-pandemia-indicacoes-geograficas-estao-criando-novas-formas-de-vender-seusprodutos,9d06bd201a592710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 05 mar.2021.

MAPA. **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.** Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/>>. Acesso em 05 fev. 2021.

MAZZUCATTO, M. **Capitalism's Triple Crisis.** Project Syndicate, 2020. Disponível em: <<https://www.project-syndicate.org/commentary/covid19-crises-of-capitalism-new-state-role-by-mariana-mazzucato-2020-03>>. Acesso em: 5 mar. 2021.

NIEDERLE, P. A. "Indicações Geográficas e processos de qualificações nos mercados alimentares". In: _____. (Org.). *Indicações Geográficas: Qualidade e Origem nos mercados alimentares.* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.

NIELSEN G. **COVID-19: tracking the impact 2020.** New York: The Nielsen Company Disponível em: <https://www.nielsen.com/us/en/>. Acesso em: 02 abr.2021.

SAKAMOTO, C.K.; SIVEIRA, I.O. **Como fazer projetos de indicação científica.** Curitiba: Editora Paulus, 2019.

SEBRAE. **Impacto da Covid-19 nas vendas de produtores de giro rápido no Brasil e ao redor do mundo.** Disponível em:<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Nielsen%20%20Impactos%20da%20COVID19%20nas%20vendas%20de%20produtos%20de%20consumo%20de%20giro%20rA%20CC%83%2%A1pido%20no%20Brasil%20e%20ao%20redor%20do%20mundo.pdf.pdf.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2021.

SEBRAE Santa Catarina. **O impacto da COVID-19 no setor de Alimentos e Bebidas Conheça impacto do novo coronavírus nos negócios e estratégias para enfrentar a crise.** Disponível em: <<https://atendimento.sebrae-sc.com.br/inteligencia/relatorio-de-inteligencia/o-impacto-da-covid-19-no-setor-de-alimentos-e-bebidas>>. Acesso em: 12 mar. 2021.

SILVA, A.L.. **Vendas on-line têm sustentado produção do queijo canastra durante a pandemia de Covid-19 em São Roque de Minas.** Disponível em: ><https://g1.globo.com/mg/centrooeste/noticia/2020/07/19/vendas-on-line-tem-sustentado-producao-do-queijo-canastra-durante-a-pandemia-de-covid-19-em-sao-roque-de-minas.ghtml><. Acesso em: 12 mar. 2021.

UNA-SUS. **Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo coronavírus.** Disponível em <<https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>>. Acesso em: 13 mar. 2021.

WILKINSON, J. 2. **A Competitividade da agroindústria leiteira brasileira.** In: **Estudo da competitividade da indústria brasileira: o complexo agroindustrial** [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisa Social, 2008, pp. 74-90. ISBN 978-85-99662-64-9. Available from SciELO Books .Disponível em: <<https://static.scielo.org/scielobooks/5sd7p/pdf/wilkinson-9788599662649.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2021.

MERCADO & CONSUMO. **Quase 30% dos bares e restaurantes viram faturamento cair mais de 50% em 2020.** Disponível em: ><https://mercadoeconsumo.com.br/2020/12/15/quase-30-dos-bares-e-restaurantes-viram-faturamento-cair-mais-de-50-em-2020/><. Acesso em: 10 mar. 2021.