

Cultura e desenvolvimento: um estudo de caso sobre o requeijão de prato no município de Lagoinha/SP

Monica Franchi Carniello¹

Moacir José dos Santos²

Daniel Marco Bretz Sales³

Submetido: 21/05/2024

Aceito: 27/10/2024

RESUMO

Os produtos alimentares tradicionais estão diretamente ligados ao território onde são produzidos e reconhecidos. Estes alimentos são resultados das dinâmicas socioculturais de determinada sociedade, que ocupa um espaço geográfico delimitado e podem ser constituídos como signos distintivos territoriais, contribuindo com o desenvolvimento regional e local. A identidade territorial pode ser representada pelas manifestações dos elementos culturais, e quando valorizados, são alternativas econômicas ao desenvolvimento. O artigo tem por objetivo identificar de qual forma, com base nas relações socioculturais, o requeijão de prato contribui para as estratégias de desenvolvimento do município de Lagoinha/SP. A pesquisa tem uma abordagem qualitativa de caráter exploratório. Os dados primários foram coletados mediante entrevistas semiestruturadas e analisados de acordo com a proposta metodológica apresentada, e os dados secundários por pesquisas bibliográficas e documentais. Os resultados demonstram que o requeijão de prato, como uma manifestação cultural, é um bem coletivo com identidade territorial, pois articula vários atores da sociedade e colabora nas dimensões do patrimônio territorial. Por ser um alimento contributivo para

¹ Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP), docente do Programa de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté.

² Doutor em História, professor da Universidade de Taubaté. Pesquisador do Programa de Pós-graduação em Planejamento e Desenvolvimento Regional.

³ Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté.

estratégias no desenvolvimento local, deve ser apoiado por políticas públicas e valorizado pelos diversos atores e setores do município de Lagoinha.

PALAVRAS-CHAVE

Desenvolvimento Territorial; Cultura; Signos distintivos; Território.

Culture and development: a case study on dish cream cheese in the municipality of Lagoinha/SP

ABSTRACT

Traditional food products are directly linked to the territory where they are produced and recognized. These foods are the result of the sociocultural dynamics of a given society, which occupies a delimited geographic space and can be constituted as distinctive territorial signs, contributing to regional and local development. Territorial identity can be represented by the manifestations of cultural elements, and when valued, they are economic alternatives to development. The article aims to identify how, based on sociocultural relations, cream cheese contributes to the development strategies of the municipality of Lagoinha/SP. The research has a qualitative approach of an exploratory nature. Primary data was collected through semi-structured interviews and analyzed according to the methodological proposal presented, and secondary data through bibliographic and documentary research. The results demonstrate that cream cheese, as a cultural manifestation, is a collective good with territorial identity, as it articulates various actors in society and collaborates in the dimensions of territorial heritage. As it is a food that contributes to local development strategies, it must be supported by public policies and valued by the various actors and sectors in the municipality of Lagoinha.

KEY-WORDS

Territorial Development; Culture; Distinctive signs; Territory.

Cultura y desarrollo: un estudio de caso sobre el requesón en el municipio de Lagoinha/SP

RESUMEN

Los productos alimentarios tradicionales están directamente vinculados al territorio donde se producen y reconocen. Estos alimentos son resultado de la dinámica sociocultural de una determinada sociedad, que ocupa un espacio geográfico delimitado y pueden constituirse como signos territoriales distintivos, contribuyendo al desarrollo regional y local. La identidad territorial puede estar representada por las manifestaciones de elementos culturales y, cuando se valoran, son alternativas económicas al desarrollo. El artículo tiene como objetivo identificar cómo, a partir de relaciones socioculturales, el requesón contribuye a las estrategias de desarrollo del municipio de Lagoinha/SP. La investigación tiene un enfoque cualitativo de carácter exploratorio. Los datos primarios fueron recolectados a través de entrevistas semiestructuradas y analizados según la propuesta metodológica presentada, y los datos secundarios a través de investigación bibliográfica y documental. Los resultados demuestran que el requesón, como manifestación cultural, es un bien colectivo con identidad territorial, en tanto articula diversos actores de la sociedad y colabora en las dimensiones del patrimonio territorial. Por ser un alimento que contribuye a las estrategias de desarrollo local, debe ser apoyado por políticas públicas y valorado por los diversos actores y sectores del municipio de Lagoinha.

PALABRAS-CLAVE

Desarrollo Territorial; Cultura; Signos distintivos; Territorio.

Introdução

Os produtos alimentares típicos de determinada localidade são representativos da cultura e história local, pois articulam no território diversos atores sociais e preservam laços de sociabilidade relevantes na formação de uma identidade coletiva.

A análise dos componentes socioculturais em uma determinada sociedade demonstra a configuração resultante das práticas de pertencimento social. Consequente, a busca pelo desenvolvimento compreendido por sua abordagem interdisciplinar é amplificada, pois

procura abordar a estrutura do território através dos diversos segmentos, como o social, o cultural, o ambiental e o econômico (Santos et al., 2012; Silva, 2003).

A Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVale), no estado de São Paulo, dentre outras atividades, possui uma conexão histórica e cultural com a produção de leite, e conseqüentemente, os produtos derivados deste alimento. Ao estudar um produto cujas relações socioculturais permeiam historicamente a construção e consolidação de uma região, a pesquisa abrange de forma significativa diversos setores sociais corroborando com a visão multidisciplinar do desenvolvimento regional.

A valorização dos recursos locais, englobado aspectos culturais, sociais, econômicos e técnicos, com o envolvimento da população, é o paradigma da abordagem do desenvolvimento regional endógeno (Zuin e Zuin, 2008; Natário e Rei, 2026; Pecqueur, 2001). Pesquisa bibliométrica realizada por Da Silva et al (2020) identificou 374 publicações nas bases Scopus e Web of Science, no período compreendido entre 2010 a 2019, com foco em Indicação Geográfica, uma das maneiras de formalizar o reconhecimento de produtos ou serviços de determinada região ou localidade, e que, portanto, valorizam seus recursos endógenos.

O requeijão de prato é um produto derivado do leite e que possui forte tradição de produção e consumo no município de Lagoinha, no estado de São Paulo. Devido a sua importância é considerado um patrimônio cultural imaterial da cidade. A preservação dos ativos – patrimônios e manifestações culturais - resultantes das dinâmicas socioculturais, como os produtos alimentares tradicionais, protege e valoriza determinado território.

Ao destacar a trajetória sociocultural do requeijão de prato como objeto de estudo da pesquisa, o alimento é analisado pela perspectiva da relação entre os conceitos de cultura, desenvolvimento territorial. Na articulação entre os conceitos, o produto alimentar pode ser compreendido pelo viés do signo distintivo territorial e desta forma, possui atributos para certificações de origem e selos de garantia de procedência, como as Indicações Geográficas (IG). Este estudo se soma a pesquisas análogas de outras localidades e regiões, tais como a experiência do queijo serra da estrela, em Portugal (Pellin, Ribeiro e Mantovaneli, 2016) e o queijo artesanal serrano do sul do Brasil (Krone e Menasche, 2010).

Uma vez caracterizado como signo distintivo territorial e passível de registros públicos que qualificam o produto a partir do seu território de origem, o município de Lagoinha, o

requeijão de prato pode ser posicionado como elemento contributivo às estratégias do desenvolvimento territorial. As articulações dessas estratégias organizadas pelos diversos atores nos diferentes segmentos sociais impulsionam as relações de pertencimento coletivo e associa a cultura ao território.

Esta pesquisa propõe uma análise da trajetória sociocultural do requeijão de prato em Lagoinha, e ao considerar sua produção, distribuição e consumo, analisar de qual forma este produto alimentar típico e tradicional colabora nas estratégias ao desenvolvimento. Portanto, o objetivo geral da pesquisa é identificar de qual forma, com base nas relações socioculturais, o requeijão de prato contribui para as estratégias de desenvolvimento do município de Lagoinha/SP.

Cultura, identidade territorial e desenvolvimento

Na relação com a identidade territorial e o desenvolvimento, a compreensão do conceito de cultura abrange diferentes perspectivas associada aos conhecimentos da Antropologia, História, Geografia e Sociologia.

Segundo Eagleton (2003) a origem latina da palavra cultura vem do termo “colere” e está associada a significados que vão desde cultivar até prestar culto e proteger. Acrescenta-se a essa abordagem a ideia de cultivo da mente humana, onde a cultura não está somente ligada à natureza, mas existe uma ligação com a intelectualidade (Willians, 1992). Para este autor, o uso moderno da palavra cultura surgiu durante a Revolução Industrial e marcou uma mudança significativa na forma de pensar e criticar questões sociais, políticas e econômicas.

O conceito fundamental para esta pesquisa está ancorado nos estudos sobre a geografia cultural de Claval (2007). Segundo o autor a cultura representa o meio pelo qual os indivíduos se relacionam com a natureza, influenciando e modificando os valores através do conhecimento adquirido, acumulado e repassado:

A cultura é herança transmitida de uma geração a outra. (...) que mergulha no território onde seus mortos são enterrados e onde seus deuses se manifestarem. Não é, portanto, um conjunto fechado e imutável de técnicas e de comportamentos (Claval, 2007, p.63).

Alinhado a ideia sobre a relação dos indivíduos com a natureza, a cultura alimentar é o elo entre cultura e comida. Para Montanari (2008), as bases alimentares de uma sociedade

são determinadas pelos processos culturais e não simplesmente definidas por processos naturais. Nas discussões modernas sobre cultura, os conceitos de relativismo e hibridismo cultural são relevantes nas discussões sobre cultura e alimento.

O relativismo proposto por Boas (2005) reconhece a diversidade cultural e traz à luz as reflexões sobre as questões humanitárias, fundamentais ao desenvolvimento. O hibridismo cultural, segundo Canclini (2001), está associado aos impactos da globalização, misturas étnicas e fusões em diversas áreas, como na produção dos alimentos em estudo.

Já a Organização da Nações Unidas (ONU) destaca a cultura como um conjunto específico de bens materiais, intelectuais e emocionais que delimitam o sistema de valores de uma sociedade (UNESCO, 2001).

Nesta pesquisa, considerando a complexidade do conceito de cultura, adota-se a definição de cultura como a soma de comportamentos balizados pelos valores e conhecimentos que são transmitidos entre as gerações (Claval, 2007). O autor compreende a cultura como um sistema dinâmico que se adapta e evolui em resposta às transformações sociais, econômicas e políticas, que influencia as formas de organização do espaço e o comportamento humano. Essa abordagem converge com a abordagem de valorização de aspectos específicos das localidades e regiões como estratégia de desenvolvimento.

A cultura, como uma organização, reflete uma identidade coletiva que sustenta o conceito de território sendo construída a partir do mesmo. As construções através de ações objetivas e simbólicas associa identidade à percepção de pertencimento ao que é próprio (Santos, 2007). Portanto, a relação entre território e cultura é mútua e indissociável. Para Sack (1986) essa relação, a territorialidade como estratégia humana de adaptação, é socialmente construída e importante para entender a relação sociedade e espaço, permitindo análises dos processos e a atribuição de sentidos.

O desenvolvimento territorial sustentável, segundo Pellin e Curadi (2018), requer a compreensão da complexidade das relações sociedade-natureza-cultura e a promoção de políticas que integrem essas dimensões. No contexto do desenvolvimento, a cultura, ou a identidade do território, influenciam os processos socioeconômicos.

A identidade territorial e seus signos distintivos perpassam pelos processos de comunicação. A abordagem folkcomunicacional de Beltrão (2001), ao investigar os processos de comunicação nas culturas tradicionais transmissão de informações no seio das

comunidades por meio de formas culturais tradicionais desempenha papel fundamental na preservação e valorização das características específicas de cada local ou região. Além de criar sistemas de comunicação alternativos ao modelo hegemônico, a folkcomunicação como um sistema de comunicação destaca a importância de elementos culturais que contribuem para a circulação de informações de forma acessível e condizente com as características das comunidades locais.

O território valorizado e protegido pode ser expresso por meio de variáveis que traduzem as construções e valores estabelecidos em determinada sociedade. Os produtos de origem estão diretamente ligados ao território, seu ambiente de produção, e são reflexos da originalidade e procedência inigualáveis desses produtos. Ao identificar um produto alimentar como autêntico, o reconhecimento deste alimento expressa um valor atemporal, significações a partir de construções coletivas e uma concepção além de material, simbólica (Vieira, 2008).

As Indicações Geográficas (IG) são certificações oficiais relevantes para qualificar produtos com vínculo ao território de origem (Brasil, 1996). A obtenção e manutenção dessas certificações de uso coletivo atestam a origem geográfica dos produtos, protegendo características peculiares do território e as dinâmicas socioculturais. As dinâmicas são percebidas através da formação de rede de autores sociais, valorização da cadeia produtiva e garantia de qualidade aos consumidores (Nierdele, 2013).

As IG constituem ferramentas importantes para diferenciar e diversificar os produtos alimentares no mercado, oferecendo vantagens competitivas aos produtores. Além dos benefícios econômicos, segundo Bastos, Consoni e Mesquita (2019), as certificações de origem estão associadas à manutenção sociocultural, preservação dos patrimônios alimentares e valorização das culturas locais.

As discussões sobre o território e as Indicações Geográficas podem ser estabelecidas pelo viés dos signos distintivos territoriais, ou seja, um produto alimentar ao estar relacionado a um território específico estabelece uma relação de diferenciação em comparação com seus semelhantes. Segundo Dallabrida (2019), estes signos colaboram no desenvolvimento territorial pois distinguem as qualidades e estabelecem uma valorização mútua entre território e produto.

Para Bruch (2011. p.12) ao caracterizar os signos é possível, através da representação e interpretação, diagnosticar uma realidade. Nesta relação, os signos distintivos de origem

podem representar um produto e “o resultado dos fatores naturais e humanos de uma determinada região, combinados de uma maneira única”[...] “em suma, são territórios únicos nos quais é possível elaborar produtos também únicos”.

Ao valorizar o território pelas relações socioculturais, as manifestações culturais transmitem valores simbólicos e uma identidade coletiva. Os produtos alimentares com bases nas culturas locais e protagonismos das comunidades são recursos do território que podem ser considerados patrimônios culturais (IPHAN, 2014). O patrimônio que estabelece um vínculo com o território é conceituado como patrimônio territorial, sendo que uma das dimensões deste é a dimensão cultural e alguns dos seus componentes são: valores códigos e conduta, saberes e fazeres da cultura, manifestações culturais e economia criativa (Carniello; Santos; Pimenta, 2022).

Método

Foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa e análise exploratória (Richardson, 2012; Severino, 2017). O objeto de estudo foi o produto alimentar Requeijão de Prato e sua trajetória sociocultural no município de Lagoinha/SP.

O contexto destacado permitiu diagnosticar como o requeijão pelas perspectivas do estudo de caso (Godoy, 1995) e sua possível identidade territorial, tem potencial para ser identificado como um signo distintivo territorial.

A coleta de dados se deu em duas fases: por dados secundários, de natureza bibliográfica e documental; e dados primários, por meio de entrevista em profundidade com atores sociais relacionados à atividade de produção e comercialização do requeijão de prato, reconhecido como produto típico alimentar lagoinhense conforme a Lei nº 1077 (Lagoinha, 2021).

Para a fase das entrevistas, a intencionalidade da amostra foi constituída através de um primeiro contato com o município e identificação (representatividade do universo) dos agentes sociais (sujeito-tipo) que correspondem ao contexto de produção, distribuição e consumo do requeijão de prato (Richardson, 2012), a saber: produtores, comerciantes e gestores públicos e de empresas privadas, totalizando 15 entrevistados.

O projeto de pesquisa, bem como o instrumento de coletado de dados semiestruturado, foram submetidos e aprovados por Comitê de Ética em Pesquisa (parecer 5.945.238). As entrevistas foram aplicadas à amostra por meio de abordagem pessoal, com gravação das entrevistas em áudio, de forma individual, em horário e local definidos pelos entrevistados, seguindo todos os preceitos éticos em pesquisa.

Após a coleta de dados, o conteúdo foi analisado junto ao referencial teórico para indicar convergências e reflexos a partir dos principais conceitos elencados: cultura e desenvolvimento, signos distintivos territoriais e certificações de origem, identidade territorial e patrimônio cultural. Para análise de conteúdo foi utilizado o método proposto por Bardin (2011), que segue três etapas, pré-análise, exploração do material e tratamento do material. Na pré-análise, foi realizada a leitura global das entrevistas que foram transcritas na íntegra. Foram identificadas as categorias e os resultados foram analisados, em triangulação com os dados secundários das fontes documentais e com fontes bibliográficas.

Resultados e discussão

Os municípios no alto da Serra do Mar no estado de São Paulo, dentre eles São Luiz do Paraitinga, Natividade da Serra, Redenção da Serra e Lagoinha, possuem por hábito o consumo de alimentos derivados do leite, e são constituídos como territórios, devido a formação histórica e os hábitos culturais da região (Saquet, 2009). Segundo Ribeiro (2021), a produção e distribuição – parte da cadeia produtiva - do leite de vaca possui grande importância em diversos segmentos como o econômico, social e político, e os pequenos produtores em diversas regiões do Brasil possuem representação significativa neste contexto. A Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte tem a maior bacia leiteira do estado assegurada pelo EDR - Guaratinguetá (Figura 1), este com uma produção de aproximadamente 145 milhões litros produzidos em 2021 o que corresponde a 9,2% da produção estadual (IBGE, 2022).

Figura 1: Mapa dos Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDR) do estado de São Paulo



Fonte: Instituto de Economia Agrícola, SP

Nos municípios mencionados somente Lagoinha está no EDR - Guaratinguetá, sendo que os demais estão inseridos no EDR – Pindamonhangaba, este com produção correspondente a 6% da produção estadual. O município de Lagoinha, com uma população estimada em 2021 de 4.882 pessoas, registrou em 2019 um PIB per capita de R\$12.643,55 e ocupava o 585º lugar no estado de SP, com um PIB municipal de R\$61.902.000,81. Nas atividades econômicas do município, destaca-se a agropecuária, que corresponde a maior receita R\$7.011.000,01, mais que o dobro, em comparado com indústria R\$3.168.000,16, estabelecendo no município a tendência histórica e cultural para a produção agrícola, como a produção de leite (IBGE, 2022).

Na produção agropecuária (produção agrícola e pecuária), de acordo com o Censo Agropecuário 2017 do IBGE, o município de Lagoinha conta com 257 estabelecimento agropecuários dentre eles: lavoura permanente (destaque para produção de bananas e bergamotas), lavoura temporária (destaque para produção de cana-de-açúcar e milho) e pecuária (destaque para produção leiteira). Ademais, outra informação relevante, é o que o número de pessoas ocupadas no campo e com relação de parentesco com o produtor (475

contra 251 sem parentesco), demonstra o vínculo da comunidade local com o território em trajetória histórica e pertencimento.

A trajetória de ocupação nas zonas rurais e espaços com construção de identidades específicas, conforme destacado, é apresentado por Vitrolles (2013) na expansão da agricultura e desenvolvimento do Brasil. Os diferentes espaços ocupados podem produzir produtos alimentares de vínculo com a origem e, portanto, possuem potencial para certificações como as Indicações Geográficas. A ocupação de um espaço geográfico é o conceito de território apresentado por Santos (2007) sendo este local fundamento do trabalho e de trocas, portanto, assegurando uma identidade.

Com foco nesta pesquisa, a caracterização da pecuária em Lagoinha compreende a seguinte relação do efetivo rebanho por ordem decrescente de cabeças animais: bovinos 21.125, galináceo 14.000, equino 695, suíno 600, ovino 180, caprino 80, bubalino 37. Do valor de cabeças de animais bovinos informados, 5.900 vacas ordenhadas totalizaram 11 milhões litros de leite produzidos, com 7,5% da produção da EDR – Guaratinguetá. Conforme os dados, maior destaque para a criação de bovinos e na produção leiteira, demonstrando a forte contribuição do setor nas atividades econômicas do município.

A atividade leiteira na EDR mencionada demonstra a capacidade do setor para o desenvolvimento regional, pois segundo Pellin (2019), este desenvolvimento parte de uma relação endógena, onde é necessário a participação dos diversos atores para mobilizar os ativos regionais.

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Portaria nº359/97, o requeijão é um produto “obtido pela fusão da massa coalhada, cozida ou não, dessorada e lavada obtida por coagulação ácida e/ou enzimática do leite opcionalmente adicionada de creme de leite e/ou manteiga e/ou gordura anidra de leite ou *butter oil*” (Brasil, 1997, p.43). A mesma portaria traz a diferenciação entre o requeijão e o requeijão cremoso, este deve, necessariamente, ter adição de creme de leite e/ou manteiga e/ou gordura anidra de leite ou *butter oil*.

O requeijão em pesquisa é classificado como requeijão cremoso e é considerado um Queijo Artesanal Brasileiro, conforme publicação da EMBRAPA em parceria com o MAPA e o SEBRAE (2021). Devido sua cremosidade, a depender do produtor, textura com maior grau de maciez, o requeijão é servido em recipiente fundo que lhe confere o nome específico,

requeijão de prato, e uma identidade estética própria (Figura 2). O nome do produto está diretamente ligado à história local e as práticas contidas no processo e cadeia produtiva. Visto a cremosidade, faz-se necessário um recipiente que comporte a estrutura do alimento para sua distribuição e conseqüentemente venda.

Figura 2: O Requeijão de Prato de Lagoinha/SP



Fonte: Autores, 2023

Os relatos dos entrevistados nos trechos destacados a seguir informam que o requeijão, de consumo frequente entre os moradores e enraizado da cultura alimentar local, eram vendidos no recipiente que lhe confere o nome. O entrevistado G destaca que “antigamente o requeijão era vendido em pratos de ágata” e além da questão de acesso ao tipo de prato da época e a reutilização do material, o requeijão considerado “artesanal era mais consistente”, segundo o entrevistado I, o que demonstra a necessidade de utilização de tal utensílio. Apesar de manter a forma de apresentação, atualmente o produto é vendido em pratos descartáveis de baixo custo, que pode ser devido à grande quantidade vendida, mas que, segundo o entrevistado G, “seria legal oferecer o prato de ágata” para agregar valor e explorar o patrimônio como estratégia de marketing. Em relação a forma, o entrevistado G apresenta ser essa uma das diferenciações do produto de Lagoinha ao alegar que por exemplo em Cunha, cidade vizinha, “se utiliza recipiente mais quadrado”.

Além da forma, outras questões relevantes foram atribuídas pelos entrevistados sobre as características exclusivas, e, portanto, excepcionais segundo Vieira (2008) do requeijão de prato de Lagoinha. Apesar de o produto ser encontrado em outros municípios da região, ele pode ser diferenciado, no sentido do processo pois “muitas outras localidades foram industrializando” conforme informa o entrevistado F, que também alega fatores naturais “...questão do clima, não está no extremo da altura e nem na proximidade com o mar, uma localidade e temperatura muito agradável para os animais, na produção de leite...”.

A diferenciação do produto também é constatada a partir da formação histórica e cultural da região, que configura um fator de identidade ao produto e distingue dos demais produzidos na região. Para o entrevistado G, a importância reflete na quantidade produzida em Lagoinha, para o qual “nas cidades vizinhas tem grande produtores de qualidade, mas não tem quantidade, a produção é muito pouca”. O entrevistado I reflete sobre a apropriação do requeijão de prato, e sua valorização ao identificar que “o povo de Lagoinha não deixou que outras pessoas abraçassem” esse bem coletivo. Essa relação de pertencimento pela apropriação do requeijão conecta a comunidade ao território através da identidade coletiva, que é resultado da cultura (Geertz, 2008; Santos 2007).

O requeijão de prato é um produto consumido regularmente pela sociedade e pelos turistas que frequentam o local. Todos os entrevistados nos grupos selecionados citam o consumo do requeijão de prato comum na família e recorrem as lembranças de infância quando questionados sobre o primeiro contato com o produto.

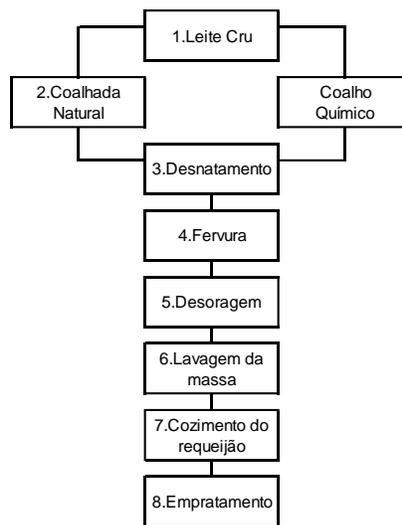
É difícil mencionar a data precisa de origem deste produto, pois, conforme alega o entrevistado G “a parte da cultura é uma tradição de antigamente e passa de pai para filho e vó para neto”. Para fins desta pesquisa, a data mais antiga apresentada na coleta de dados remete a segunda metade do século XIX, e, portanto, o produto pode ser considerado de trajetória centenária. Neste sentido, o território ocupado e transformado durante a história possui uma identidade – a identidade territorial, resultado da construção social marcada pela relação espaço e tempo (Davel e Santos, 2018).

O processo de produção do requeijão começa na escolha do tipo de gado e na fonte de alimentação dos animais, que vai impactar na qualidade do leite. Conforme considerações dos entrevistados, destaque sobre o gado ao informar que “para girar a massa tem que ser gado mestiço, se não, não tem retorno” e outro sobre alimentação “depende do que a vaca

come, se tiver comendo farelo e capim ruim, não rende”. Vale ressaltar que essa preocupação vem dos produtores que possuem gado próprio, enquanto outros, possuem o costume de comprar leite, desde que a fonte seja confiável. Neste sentido, a relação de confiança entre os agentes da comunidade local é constantemente fortalecida.

Uma vez ordenhado o leite, o fluxograma abaixo demonstra o processo de produção do requeijão de prato de acordo com as principais etapas:

Figura 3: Fluxograma das principais etapas de produção do requeijão de prato



Fonte: Elaborado pelos autores, 2023

O fluxograma representa as principais etapas no processo de produção do requeijão de prato, porém, algumas alterações podem acontecer de acordo com as proporções das receitas e modo de fazer de cada produtor. Por ser um produto histórico e cultural realizado em grande parte nas roças e zona rural, a variação torna-se essencial, visto sua relação direto com o território, a lida no campo e as intempéries de cada produtor. A produção em diversas localidades é destacada na fala do entrevistado F “a família inteira Lagoinha é criada na cidade e nos campos”.

No setor social a entrevistada E alega que “existem famílias que se reúnem para fazer o requeijão, é um momento de convívio social”, e segundo Tilio (2009) a sociabilidade é um reflexo da cultura, e neste sentido, o entrevistado H informa ser “um costume da roça” e que “todo pessoal antigo produz”.

Na questão cultural, pode-se destacar o valor simbólico na fala da entrevistada E ao admitir que “o requeijão tem ligação afetiva com as pessoas”. Seguindo no sentido do valor imaterial o entrevistado F afirma que na sua família “era um momento único, que tinha todo um ritual para fazer o requeijão” e que “todo lagoinhense tem isso rico na vivência afetiva”.

Para Flores (2006), as construções simbólicas são construídas a partir do território. Além, o entrevistado I afirma que “tem um segredo, os mais antigos falavam...quando for fazer o requeijão não pode ter ninguém ali falando, barulho” e é corroborado pelo entrevistado H que diz “tem mulher que vai fazer o requeijão que não pode falar” e pela entrevistada C informando sobre seu processo de produção já que “o requeijão é quieto e sem estresse, por isso, eu faço a noite”.

Ao acompanhar as etapas de produção descrita e os relatos dos entrevistados, a primeira diferença aparece na escolha do gado e sua alimentação. Enquanto o entrevistado A prefere usar gado mestiço e pasto, visto obter um leite “mais gordo”, o entrevistado B cria animais de raça selecionada com mais rendimento de leite e o balanceamento da alimentação com ração selecionada. Essa escolha irá impactar diretamente na qualidade do leite, principalmente, em termos de rendimento durante o processo.

O método considerado atual, em contrapartida com o método tradicional, utiliza o coalho químico no processo de coagulação da massa. Ao utilizar o coalho químico, declara a entrevistada C que “hoje em dia já faz com o coalho para acelerar o processo” de produção do requeijão e adverte que “o requeijão não tem gosto”. O feitiço acelerado do produto pode ser justificado pela demanda de mercado e a agitação da vida urbana contemporânea em contraposição aos modos de vidas tradicionais.

Apesar da diferença entre os dois métodos, o produto em si é único e, portanto, o reconhecimento do que o requeijão de prato abrange os diferentes métodos de produção e perfis de características de qualidade. A discussão pertinente relatada pelos entrevistados tem fins mercadológico e uma possível obtenção de selo que possa reconhecer métodos e processos específicos, como as Indicações Geográficas. Para os entrevistados I e A, respectivamente, o produto artesanal deve “ter preço mais elevado” e visto que no método atual “ele faz na hora”, então “ele pode vender mais barato”. Para a entrevistada L, que possui comércio local com grande demanda do produto, os dois tipos têm procura, ainda que o mais vendido atualmente seja do modo tradicional.

A fala dos entrevistados exemplifica a herança adquirida, conforme Claval (2007), como nos trechos “aprendi com minha tia, raspando a panela”, “aprendi com mãe, que aprendeu com mãe e vai passando” e “desde criança, minha mãe fazia”, falas dos entrevistados C, A e B, respectivamente. A quantidade de sal e a dosagem do leite são conhecimentos adquiridos ao longo da trajetória produtiva do requeijão e habilidade desenvolvida de acordo com a receita de cada produtor.

Na primeira identificação realizada no município, conforme metodologia apresentada para a pesquisa de campo, pode-se observar que a venda do requeijão de prato é divulgada de forma categórica nas casas dos moradores locais (Imagem 4) e não somente explorado pelo comércio local. As entrevistas realizadas apresentam a tendência histórica na venda do requeijão de prato pelos moradores diretamente ao público. Para o entrevistado H o processo nasce de uma solução visto que “toda cidade que tem zona rural, o leite que sobra coalha e vira requeijão”, somado a necessidade de renda conforme mencionado pelo entrevistado D “as vezes, quando a pessoa encomenda, já cheguei a vender...ai eu vendia assim, nas casas” e a configuração da comunidade rural que beneficia a venda para os vizinhos.

Figura 4 - Divulgação da venda do requeijão de prato na casa dos moradores locais



Fonte: Autores, 2023

Observa-se nas imagens que a divulgação da venda do requeijão é elaborada de forma aleatória pelos moradores, não existindo referência padronizada de imagem ou elemento textual que agregue de forma coletiva uma identificação com o produto. Trata-se de uma solução de comunicação criada pela comunidade, e que dá visibilidade ao produto local. No entanto, no sentido de prevalência para uma identidade visual do produto, ainda que não tenha um padrão verificado, o entrevistado B informa que desenvolveu um logotipo junto ao Sebrae para seu produto. Entretanto, é possível notar que junto com a venda do requeijão de prato outros produtos são fornecidos, como a manteiga caseira e o queijo, demonstrando que a visibilidade de um produto tradicional e reconhecido colabora na articulação mercadológica de outros produtos agroalimentares (Pecqueur, 2006).

A perspectiva do desenvolvimento local, com base no requeijão de prato como um produto alimentar contributivo, pode ser evidenciada pelo elo estabelecido entre os diferentes atores inseridos na cadeia produtiva deste alimento. Entre esses atores, os comerciantes locais têm grande participação nas atividades econômicas e usam o requeijão para, além de proporcionar fluxo de vendas aos produtores locais, oferecer o produto como estratégia mercadológica e possibilidade de degustação aos visitantes – *in natura* ou a em conjunto com outros produtos (Figura 5).

Figura 5: Utilização e venda do requeijão de prato pelos comerciantes locais



Fonte: Autores, 2023

O comércio local apresenta diferentes tipos de estabelecimentos que vendem o requeijão de prato. Na exploração foram identificados: padarias, supermercados, mercearias, lanchonetes e mercadinhos. Além dos comércios fixos, comerciante 01, o comerciante 02 é feirante e expõe seus produtos na Feira do Produtor Rural e Artesanatos.

Além da perspectiva histórica, cultural e social mencionada, o setor da economia é acelerado através do requeijão de prato. Para os entrevistados o produto “movimenta a economia” e “serve como renda extra para as famílias”. Pode se considerar alguns fatores pertinente a esse segmento como a geração de renda aos produtores e conseqüentemente ao comércio local, a possibilidade de atrelar o produto a cultura árdua e trabalhosa do campo, a alternativa para agregação de valor na cadeia produtiva do leite, e o desenvolvimento do turismo (Davel e Santos, 2018; Miguel, 2021).

É constante na fala dos entrevistados que a oportunidade de aumentar a renda está presente desde a produção dos mais antigos e tem aumentado, visto a popularidade que o requeijão de prato está alcançando. Por ter uma bacia leiteira de forte expressão na região (IBGE, 2022), os produtores costumam vender o leite para cooperativas. No entanto, nem sempre é vantajoso esse tipo de mercado, e o requeijão de prato é uma forma de agregar valor ao leite. Segundo o entrevistado I “as cooperativas não subiam o valor litro do leite, e começaram a perceber que agregava valor, faziam a cota e quando sobrava leite fazia o requeijão” e para o entrevistado G “os produtores que tiravam somente o leite que não é valorizado pela cooperativa, ele passa a ser valorizado no requeijão”. Desta forma, o produtor rural consegue atrelar sua força de trabalho a uma remuneração mais justa, pois, ao proteger um produto tradicional, agrega valor não somente ao produto, mas assegura a dignidade do homem no campo. Além, a valorização do produto influencia na venda pelos comerciantes, que também são beneficiados dentro da cadeia produtiva.

No âmbito econômico, o requeijão tem impacto no setor do turismo e foi destacado pelos entrevistados essa amplitude. Se o local “faz parte do antigo caminho do ouro Paulista, Taubaté para Paraty e teoricamente Lagoinha surgiu no início, uma cidade primária”, conforme aponta o entrevistado I e prevê seu reconhecimento o PL 94/2023 (ALESP, 2023), o turismo surge como possibilidade para uma cidade caracterizada historicamente pela passagem. Para a entrevistada E, “o requeijão de prato traz bastante movimento para o

turismo”, e, portanto, evidenciar este produto ajuda na propagação do turismo e, consequentemente, na perspectiva econômica do município.

Devido sua importância histórica e cultural, no dia 1º de fevereiro de 2021, o requeijão de prato foi reconhecido pela Prefeitura Municipal como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha (Figura 6). Esta estratégia colabora para a proteção dos recursos do território, sendo que esses recursos/ativos, possuem capacidade para serem patrimonializados (Prats, 2005).

Figura 6: Divulgação do requeijão de prato como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha



Fonte: Prefeitura Municipal de Lagoinha

A lei promulgada sobre o requeijão de prato dispõe sobre informações essenciais para análise do produto quanto ao seu potencial para certificações de origem e sua articulação com as dinâmicas socioculturais.

Art. 1º - Fica estipulado o Requeijão de Prato, alimento que expressa um modo de preparo alimentar tipicamente lagoinhense, como patrimônio cultural imaterial da cidade de Lagoinha de forma a garantir e proteger este produto em seu valor cultural e turístico, ensinado de geração em geração, produzido e comercializado por produtores de leite deste município (Lagoinha, 2021).

Na continuidade da Lei o artigo 2 descreve as finalidades de estabelecer o requeijão como patrimônio imaterial em seus diversos aspectos. Ao analisar o artigo mencionado percebe-se sua consonância (incisos e componentes) com a proposta metodológica para mensuração do patrimônio cultural apresentada por Carniello, Santos e Pimenta (2021).

Art. 2º - O requeijão de prato como patrimônio imaterial de Lagoinha tem por objetivo:

I – Ser um produto turístico.

II – Fomentar, promover e divulgar o requeijão de prato como produto turístico.

III – Valorizar o requeijão de prato visando sinalizar alternativas de desenvolvimento para um turismo cultural gastronômico.

IV – Oportunizar a geração de renda por meio de um produto alimentar.

V – Proteger um modo de fazer alimentar como riqueza cultural.

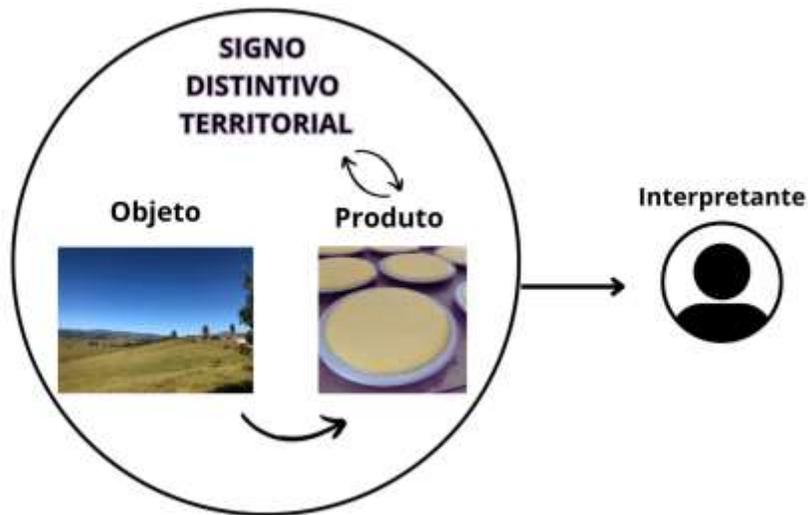
VI – Incluir a nova geração nos processos culturais da cidade.

(Lagoinha, 2021)

Ao caracterizar o requeijão de prato, visto sua importância em diversos setores da sociedade e sua relação com o território através da cultura, esse produto pode ser constituído por uma identidade territorial. O inciso VI, que diz respeito à inclusão da nova geração nos processos culturais da cidade, insere-se nos processos folkcomunicacionais, por seu papel de transmissão de informações nas comunidades por meio de formas culturais tradicionais (Beltrão, 2001).

Os signos, segundo Bruch (2011), são representações de objetos que traduzem a identidade de determinado contexto sociocultural. Desta forma, se os signos interpretam as realidades de determinado território e são diferenciais de mercado, podem ser constituídos como signos distintivos territoriais (Dallabrida, 2019b).

Figura 7: Exemplificação do signo distintivo territorial para o caso em estudo



Fonte: Adaptado de BRUCH (2011, p.22)

O signo distintivo territorial pertinente ao requeijão de prato de Lagoinha remete a origem do produto e ao que ele representa para os munícipes. O processo de desenvolvimento está relacionado às conexões territoriais, por sua vez associadas à ação humana e às expressões derivadas dessa atividade. Essa relação possibilita a elaboração da identidade percebida por munícipes e por todos que tenham contato com o produto, constituindo, desse modo, a base para o encetar de ações relacionadas ao desenvolvimento a partir de potencialidades endógenas.

Considerar o desenvolvimento regional é entender as transformações além do modelo econômico, mas também social e cultural, e suas dinâmicas no desenho do território pesquisado. Entender e sistematizar um panorama para construção desse desenvolvimento, através da valorização de produtos e serviços distintivos, são propostas estratégicas.

Considerações finais

O requeijão de prato é um produto tradicional lagoinhense e está ancorado na história do município. Sua produção centenária está enraizada nas práticas rurais e na trajetória do homem no campo, bem como na resistência de ocupação e uso do território. Ao analisar e descrever as características deste produto e suas contribuições para o desenvolvimento local, percebe-se a importância desse alimento para a sociedade e seus habitantes. Além, para a valorização e proteção do requeijão de prato, são necessárias estratégias para fundamentar as possibilidades ao desenvolvimento. Uma vez que, o produto alimentar em pesquisa possui características para ser definido como um signo distintivo territorial e foi promulgado como Patrimônio Imaterial Cultural pelo município de Lagoinha no Estado de São Paulo, acendeu a luz para as discussões sobre suas contribuições para o desenvolvimento.

O artigo apresentou como resultado a importância que um produto alimentar tradicional pode representar para o desenvolvimento de uma região. O impacto do requeijão de prato como alimento contributivo está diagnosticado em diversos setores tais como cultural, ambiental, social, econômico e político. A trajetória histórica e centenária demonstra que este produto é símbolo da preservação dos costumes e tradições, e, culturalmente, guarda saberes e modos de fazer, como também de vida da comunidade lagoinhense. Ao valorizar e preservar a cultura, uma identidade coletiva expressa por tradições e valores, os seus atores com protagonismo são capazes de influir nos processos de desenvolvimento do território.

No setor social, apesar de apresentar o convívio e a interação entre os moradores e a vizinhança na zona rural, ainda é necessário criar espaços de diálogos constantes e fomentar a participação da sociedade civil nas demandas sociais. Além, a falta de coletividade é um empecilho para articular de forma mais satisfatória as demandas dos atores civis ligados ao universo do requeijão de prato. O fortalecimento do capital social é fundamental para repensar as estratégias do desenvolvimento regional, pois articula noções importantes como governança e associativismo. O desenvolvimento deve ser concebido através de uma participação social interativa e não excludente, com a participação ativa dos diferentes atores para impulsionar as transformações em diferentes setores.

As contribuições no setor econômico são mais perceptíveis, visto que o alimento já teve uma relação direta com a subsistência e seus meios e modos de produção representam a resistência do homem às diversidades no campo. O território pode ser desenvolvido ao explorar seus recursos como ativos econômicos, e um produto alimentar patrimonializado tem potencial contribuição nos fluxos econômicos. Atualmente, com o aumento da visibilidade do produto, primeiramente pelo esforço e resiliência dos produtores, mas também por meio de estratégias e ações principiantes públicas, o requeijão não é somente produzido com o excedente do leite, mas, tornou-se o primeiro produto mercadológico de muitos produtores. De toda forma, é necessário que a agenda e o orçamento dos órgãos públicos estejam comprometidos de maneira mais ampla pela dedicação na valorização do requeijão de prato, uma vez que, as demandas da coletividade precisam de organizações políticas capazes de atendê-las. Entretanto, a impossibilidade de encontrar dados econômicos ligados ao requeijão de prato, diminui a ênfase nas tratativas sobre este segmento.

O artigo serve como parâmetro para novos estudos e fornece materiais e discussões pertinentes sobre o tema pesquisado. Também contribui para associar a folkcomunicação como elemento presente nos territórios e participe dos processos de desenvolvimento regional e local com base em características endógenas e especificidades territoriais. Ademais, os resultados corroboram para fomentar a pesquisa sobre produtos alimentares, visto que são marcadores de identidade, importantes componentes nas dinâmicas socioculturais e do patrimônio territorial podendo estabelecer prerrogativas cruciais para as estratégias sobre o desenvolvimento.

Referências

ALESP. **Projeto de Lei nº 94/2023**. Reconhece como de relevante interesse cultural o antigo "Caminho do Ouro Paulista". São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/spl/2023/03/Propositura/1000485170_1000622448_Propositura.pdf

ALESP. **Parecer nº 238, de 2023**. Comissão de Constituição, Justiça e Redação, sobre o projeto de lei nº 578, de 2021. São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/spl/2023/03/Acessorio/1000484774_1000622243_Acessorio.doc

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BASTOS, L. da S.; CONSONI, F. L.; MESQUITA, F. C.. **A interação entre conhecimentos em um Sistema Territorial de Inovação periférico: o caso da Indicação Geográfica do Queijo Canastra**. Anais do III Simpósio Internacional de Geografia do Conhecimento e da Inovação, p. 50-59, 2019.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. 2. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BOAS, F. **Antropologia cultural**. Textos selecionados, apresentação e tradução, Celso Castro. 2a edição. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BRASIL. Governo Federal. **Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996**. Lei da Propriedade Industrial. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília: DF, 1996.

BRASIL. MAPA. **Instrução Normativa nº77, de 26 de novembro de 2018**. Estabelece os critérios para produção, acondicionamento, conservação, transporte, seleção e recepção do leite cru. Disponível em: <https://www.defesa.agricultura.sp.gov.br/legislacoes/instrucao-normativa-mapa-77-de-26-11-2018,1214.html>

BRASIL. MAPA. **Portaria nº359, de 04 de setembro de 1997**. Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade do Requeijão ou Requesõn. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=08/09/1997&jornal=1&pagina=42&totalArquivos=160>

BRUCH, K. L. **Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícola**. Tese (Programa de pós-graduação em Direito) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Paidós, 2001.

CARNIELLO, M. F.; SANTOS, M. J. dos; PIMENTA, C. A. M. **A abordagem territorial do desenvolvimento: um olhar metodológico sobre a dimensão cultural e seus componentes.** Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, v. 18, n. 1, 2022.

CLAVAL, P. **A geográfica cultural.** Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2007.

DALLABRIDA, V. R. **Valorização do território, signos distintivos e desenvolvimento territorial: uma aproximação teórica e indicativos metodológicos.** In: ENANPUR da UFRN, Natal, 2019. Anais XVIII ENANPUR 2019a. Disponível em: <http://xviiienanpur.anpur.org.br/anaisadmin/capapdf.php?reqid=23>.

DA SILVA, Fabrício Carvalho et al. **Estudo bibliométrico e análise de tendências de pesquisa em indicações geográficas.** Research, Society and Development, v. 9, n. 10, p. e7469109146-e7469109146, 2020.

DALLABRIDA, V. R.; BAUKART, K. S.; GUIZANI, W. **Signos Distintivos Territoriais e Indicação Geográfica: uma avaliação de experiências com a aplicação de instrumental metodológico.** Interações, Campo Grande, MS, v.21, n. 1, p195-211, jan./mar. 2019b. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/inter/v21n1/1518-7012-inter-21-01-0195.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2021.

DAVEL, E. P. B. ; SANTOS, F. P. **Gestão de equipamentos culturais com base na identidade territorial.** Revista Gestão & Conexões, v. 7, n. 2, p. 7-42, 2018.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura.** 1ª ed. Lisboa: Temas e Debates, 2003.

EMBRAPA. **Queijos artesanais brasileiros.** Brasília: DF, 2021. Disponível em: <https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/226359/1/Queijos-artesanais-brasileiros.pdf>

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

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais.** Revista de Administração de empresas, v. 35, p. 20-29, 1995.

IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/lagoinha/panorama> 2022.

KRONE, Evander Eloí; MENASCHE, Renata. **Políticas públicas para produtos com identidade cultural: uma reflexão a partir do caso do Queijo Artesanal Serrano do sul do Brasil.** 2010.

LAGOINHA. **Lei nº 1077, de 23 de fevereiro de 2021.** Prefeitura Municipal de Lagoinha. Disponível em: https://www.lagoinha.sp.gov.br/publicos/lei_1077_16115930.pdf

LAGOINHA. **Divulgação do requeijão de prato como Patrimônio Cultural Imaterial de Lagoinha**. Disponível em: <https://www.lagoinha.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1165/a-partir-de-agora-o-requeijao-de-prato-e-um-patrimonio-cultural-imaterial-de-lagoinha/>

MIGUEL, Iván Boal San. **Cultura, creatividad y disparidades territoriales: nuevas perspectivas de análisis**. Tese (Doutorado em Economia) Universidad de Valladolid, 2021.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

NATÁRIO, Maria Manuela; BRAGA, Ascensão Maria; REI, Constantino. **A valorização dos recursos endógenos nos desenvolvimentos dos Territórios Rurais**. 2016.

PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. **Économie rurale**, v. 261, n. 1, p. 37-49, 2001.

PELLIN, Valdinho; RIBEIRO, J. Cadima; MANTOVANELI, Oklinger. Contribuições dos produtos tradicionais para o território: a experiência do queijo Serra da Estrela, em Portugal. **Territórios e Fronteiras**, v. 9, n. 1, p. 264-284, 2016.

PELLIN, Valdinho; CURADI, Fausto Cheida. **Potencialidades e limites das indicações geográficas (IGs) como estratégia de desenvolvimento territorial sustentável em Santa Catarina**. Revista Metropolitana de Governança Corporativa (ISSN 2447-8024), v. 3, n. 2, p. 03-18, 2018.

PELLIN, Valdinho. **Indicações Geográficas e desenvolvimento regional no Brasil: a atuação dos principais atores e suas metodologias de trabalho**. Interações (Campo Grande), v. 20, p. 63-78, 2019.

PRATS, L. **Concepto y gestión del patrimonio local**. Cuadernos de antropología social, v. 21, n. 2005, p. 17-35, 2005.

RIBEIRO, T. L. **Cadeia produtiva do leite de vaca: revisão de literatura**. Jaboticaból, Unesp, 2021.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2012.

SACK, Robert David. **Territorialidade humana: sua teoria e história**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SANTOS, Mi; BECKER, B. K. (org.). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SANTOS, E. L. et al. **Desenvolvimento: um conceito multidimensional**. Desenvolvimento Regional em debate Ano 2, n. 1, jul. 2012.

SÃO PAULO. Secretaria da Agricultura e do Abastecimento. **Mapa das regiões administrativas do estado de São Paulo**. Disponível em: <https://www.agricultura.sp.gov.br/pt/>. Acesso em: 02 set, 2022.

SÃO PAULO. Empresa Metropolitana de Transporte Urbanos (EMTU). **Mapa da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte**. Disponível em: <https://www.emtu.sp.gov.br/emtu/institucional/quem-somos/vale-do-paraiba-e-litoral-norte.fss>. Acesso em: 02 set, 2022.

SÃO PAULO. Instituto de Economia Agrícola. **Mapa dos Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDR) do estado de São Paulo**. Disponível em: <http://www.iea.agricultura.sp.gov.br/out/mapa.php>. Acesso em: 02 set, 2022.

SAQUET, Marcos Aurélio; SPOSITO, Eliseu Savério (org.). **Territórios e territorialidades: teorias, processos e conflitos**. São Paulo: Expressão popular: UNESP, 2008.

SEADE. **Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados**. Painel do município de Lagoinha/SP. Disponível em: <https://pib.seade.gov.br/municipal/>

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVA, S. B. M. **O turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza: uma perspectiva territorial**. CORIOLANO, L. N. M. T., LIMA, L. C. (org.) Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental. Fortaleza: EDUECE. pp.19-25, 2003.

TILIO, R. C. **Reflexões acerca do conceito de cultura**. Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades, v. 7, n. 27, p. 35-46, 2009.

UNESCO. **Universal Declaration on Cultural Diversity**. Paris, 2001. Disponível em: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/5_Cultural_Diversity_EN.pdf.

VIEIRA, N. M. **Integridade e autenticidade: conceitos-chave para a reflexão sobre intervenções contemporâneas em áreas históricas**. Anais de ARQUIMEMÓRIA, 3º Encontro Nacional de Arquitetos sobre Preservação do patrimônio edificado. Salvador, 2008.

VITROLLES, D. A valorização de produtos de origem no Brasil: um comparativo entre mecanismos de qualificação. In: NIERDELE, Paulo André (org.). **Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados agroalimentares**. Porto Alegre: UFRS, p.151-177, 2013.

ZUIN, Luís Fernando Soares; ZUIN, Poliana Bruno. Produção de alimentos tradicionais contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 4, n. 1, 2008.