

## DISPONIBILIDADE E VALORIZAÇÃO DO QUEIJO DO MARAJÓ: UMA ANÁLISE NOS MERCADOS DE BELÉM-PARÁ

### AVAILABILITY AND APPRECIATION OF MARAJÓ CHEESE: AN ANALYSIS IN THE MARKETS OF BELÉM, PARÁ

Fernanda Miranda da Silva<sup>1</sup>  
Denilson Lopes da Silva<sup>2</sup>  
Francimara Rocha dos Santos<sup>3</sup>

Área Temática 01: Desenvolvimento Rural Sustentável, Dinâmica Territoriais e Conhecimentos  
Tradicionais  
Modalidade: Artigo Científico

#### Resumo

O Queijo do Marajó, representativo da cultura e economia do Arquipélago do Marajó, Pará, é um importante expoente da queijaria artesanal brasileira com profundas raízes históricas e culturais na região. Apesar de sua importância, a proximidade entre a zona produtora, localizada no arquipélago do Marajó, e Belém, capital do estado do Pará, não garante a valorização e presença nos mercados da capital. O objetivo deste trabalho foi analisar a disponibilidade e valorização do Queijo do Marajó nos mercados de Belém, analisando a inserção deste produto regional na cadeia comercial da capital e sua aceitação por consumidores locais. A pesquisa foi realizada na cidade de Belém, no estado do Pará, com questionários aplicados remotamente a moradores de diversos bairros de Belém, de maneira voluntária. A pesquisa de campo ocorreu entre abril e maio de 2025 em diversos estabelecimentos de Belém, especialmente mercados municipais. Foram visitados os Mercados Municipais da Pedreira, Ver-o-Peso e Guamá, além dos supermercados Líder e Econômico (Pedreira), o supermercado Assaí (Batista Campos) e Líder Praça Brasil (Umarizal). Apenas o supermercado Econômico e Líder Praça Brasil comercializavam o Queijo do Marajó. Os dados mostraram que 67,6% dos entrevistados reportaram consumir raramente o produto, 62% dos consumidores indicaram que utilizam o queijo em lanches, 38% afirmaram comprá-lo diretamente em supermercados; por outro lado, 36,6% relataram adquiri-lo por encomenda de quem vem do Marajó para Belém, 36,6% afirmaram encontrá-lo poucas vezes, esses dados refletem a baixa comercialização do queijo na capital. Em relação a valorização, 35,2% dos entrevistados acreditam que o produto é pouco valorizado, da mesma forma, 35,2% consideram que o queijo é razoavelmente valorizado. 60,6% do público afirmou ser totalmente influenciado pela IG do Queijo do Marajó. Conclui-se que apesar da valorização, a cadeia produtiva obtém dificuldades para atender à demanda do mercado de Belém.

**Palavras-Chave:** Búfala, Leite, Indicação Geográfica

<sup>1</sup> Universidade Federal Rural da Amazônia e Serviço Nacional de Aprendizagem Rural; mirandafernanda566@gmail.com

<sup>2</sup> SENAR, Polo Santa Izabel do Pará; denilson.engenheirodepesca@gmail.com

<sup>3</sup> Secretaria de Municipal de Meio Ambiente, Inhangapi, Pará; francimarasantos92@gmail.com

## Abstract

Marajó Cheese, a symbol of the culture and economy of the Marajó Archipelago in Pará, is a significant representative of Brazilian artisanal cheesemaking, with deep historical and cultural roots in the region. Despite its importance, the proximity between the production area located in the Marajó Archipelago—and Belém, the capital of Pará, does not guarantee its recognition or presence in the capital's markets. This study aimed to analyze the availability and appreciation of Marajó Cheese in the markets of Belém, assessing how this regional product is integrated into the city's commercial chain and how it is received by local consumers. The research was conducted in the city of Belém, in the state of Pará, through questionnaires applied remotely and voluntarily to residents of various neighborhoods. Field research took place between April and May 2025 in several locations across the city, with a special focus on municipal markets. The Municipal Markets of Pedreira, Ver-o-Peso, and Guamá were visited, as well as Líder and Econômico supermarkets (Pedreira), Assaí (Batista Campos), and Líder Praça Brasil (Umarizal). Only the Econômico and Líder Praça Brasil supermarkets were found to sell Marajó Cheese. The data showed that 67.6% of respondents reported rarely consuming the product; 62% indicated they use the cheese in snacks; 38% stated they purchase it directly from supermarkets. On the other hand, 36.6% reported acquiring it through orders from people coming from Marajó to Belém, and another 36.6% said they rarely find it available—figures that reflect the limited commercialization of the cheese in the capital. Regarding appreciation, 35.2% of respondents believe the product is undervalued, while an equal 35.2% consider it to be moderately valued. Notably, 60.6% of participants claimed to be strongly influenced by the Marajó Cheese Geographical Indication (GI). In conclusion, despite the perceived value, the supply chain faces challenges in meeting the market demand of Belém.

**Key words: Buffalo, Geographical Indication, Milk**

## 1. Introdução

O Queijo do Marajó, produto representativo da cultura e economia do Arquipélago do Marajó, Pará, constitui um importante expoente da queijaria artesanal brasileira com profundas raízes históricas e culturais na região (MACHADO; *et al*, 2019). Produzido predominantemente a partir do leite cru de búfalas, a sua elaboração artesanal, transmitida por gerações, confere-lhe características sensoriais únicas que o diferenciam no mercado (MELO, 2021). Essa tradicionalidade não se limita apenas ao modo de fazer, mas abrange toda uma cadeia produtiva que conecta a criação dos búfalos nas vastas paisagens marajoaras ao produto final que chega à mesa dos consumidores.

A cadeia produtiva do Queijo do Marajó envolve desde os criadores de búfalos e a ordenha, até o processamento do leite nas queijarias, onde ocorrem as etapas de coagulação espontânea, dessoragem, corte, moagem e cozimento da massa com adição de creme de leite ou manteiga, dependendo do tipo de queijo (MELO, 2021). Uma parcela significativa dessa produção é destinada ao mercado consumidor de Belém, a capital paraense, funcionando como

um importante centro de comercialização e escoamento da produção marajoara (JÚNIOR et al., 2015).

Apesar de sua relevância cultural e econômica, a cadeia produtiva do queijo artesanal no Brasil, incluindo o Queijo do Marajó, enfrentou por décadas desafios relacionados à regulamentação e fiscalização (DORES; FERREIRA, 2020). No entanto, avanços legislativos recentes buscam endereçar essas questões, visando formalizar a produção artesanal e garantir a segurança sanitária sem descaracterizar o produto tradicional. Leis como a nº 13.680/2018 (BRASIL, 2018), que instituiu o Selo ARTE, e a nº 13.860/2019 (BRASIL, 2019), que dispõe sobre a elaboração e comercialização de queijos artesanais, representam marcos importantes para a valorização e regularização desses produtos em âmbito nacional. Essas normativas buscam conciliar a necessidade de inspeção sanitária com a preservação dos métodos tradicionais de produção, reconhecendo o valor intrínseco dos alimentos artesanais e sua contribuição para a identidade cultural e para a economia local.

Nesse contexto, a disponibilidade do Queijo do Marajó nos mercados de Belém e a percepção de valor por parte dos consumidores na capital paraense tornam-se objetos de análise relevantes. A presença do queijo nos diferentes canais de comercialização em Belém reflete a dinâmica da cadeia produtiva e os desafios logísticos e de distribuição. Paralelamente, a valorização do Queijo do Marajó pelos consumidores em Belém está atrelada não apenas às suas características sensoriais, mas também à sua carga simbólica, associada à tradição, à origem geográfica e a um modo de produção considerado mais natural e autêntico em contraste com produtos industrializados (MACHADO; *et al*, 2019). Contudo, questões como preço percebido e a falta de conhecimento sobre as certificações e os diferenciais do queijo artesanal ainda podem configurar desafios para a sua plena valorização no mercado consumidor de Belém (RIMA, 2024). Apesar de sua origem em uma área de importância econômica e cultural, a proximidade geográfica entre a zona produtora, localizada no arquipélago do Marajó, e Belém, capital do estado do Pará, não garante que o produto aproveite da devida valorização e presença nos mercados da capital.

Essa pesquisa propõe-se a analisar os desafios mercadológicos que podem restringir o alcance do produto, além de examinar os potenciais fatores que influenciam sua aceitação pelos consumidores de Belém. Por meio de tal análise, será possível avaliar se o Queijo do Marajó,

com sua certificação de Indicação Geográfica concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e suas características únicas, está sendo devidamente reconhecido como parte integrante da identidade cultural e econômica do estado. A Indicação Geográfica de Queijo do Marajó engloba a produção nos municípios de Chaves, Santa Cruz do Arari, Cachoeira do Arari, Muaná, Ponta de Pedras, Salvaterra e Soure (MOURA, 2021).

Essa pesquisa possui como objetivo analisar a disponibilidade e valorização do Queijo do Marajó nos mercados de Belém, analisando a inserção deste produto regional na cadeia comercial da capital e sua aceitação por consumidores locais.

## 2. Metodologia

### 2.1. Local de estudo

A pesquisa foi realizada na cidade de Belém, no estado do Pará, situada na região Norte do Brasil. Segundo dados do Censo do IBGE (2023), o município de Belém tem uma população de 1.303.403 habitantes.

Foi realizada a aplicação de questionários de forma remota e disponibilizada a moradores de todos os bairros de Belém, de maneira voluntária. O mesmo questionário foi aplicado a feirantes do Mercado Municipal do Ver-o-Peso, localizado no bairro da Campina, em Belém. Em ambos os casos, utilizou-se a amostragem por resposta voluntária.

A pesquisa de campo foi realizada de abril a maio de 2025 em diversos estabelecimentos de Belém, com especial atenção aos mercados municipais. Foram visitados o Mercado Municipal do bairro da Pedreira, o Mercado Municipal do Ver-o-Peso, no bairro da Campina, e o Mercado Municipal do Guamá. Além desses, foram incluídos na análise os supermercados Líder e Econômico, ambos situados no bairro da Pedreira, o supermercado Assaí, na Batista Campos, e a unidade Praça Brasil do supermercado Líder, localizada no bairro do Umarizal.

### 2.2. Tipo de pesquisa

A pesquisa se enquadra como qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa é utilizada para estudar o comportamento humano, utilizando métodos de estudos de caso aprofundados, perguntas de pesquisa abertas, entrevistas não estruturadas, grupos focais ou observações, já a pesquisa quantitativa utiliza dados numéricos (SENAR, 2022).

A dimensão qualitativa foi manifestada na busca por compreender a valorização e as percepções dos moradores de Belém sobre o consumo e a oferta do queijo de búfala, mesmo com perguntas fechadas no questionário. A análise das respostas visou desvendar significados e detalhes sobre o produto. Simultaneamente, a natureza quantitativa da pesquisa foi evidente na mensuração do consumo, oferta e facilidade de aquisição do queijo por meio de um questionário com perguntas fechadas. Isso permitiu a coleta de dados numéricos e a identificação do perfil do consumidor com base na faixa etária, visando uma análise mais objetiva e estatística.

O estudo caracteriza-se como exploratório. A pesquisa exploratória envolve a aplicação de entrevistas (SENAR, 2022), seu principal objetivo foi proporcionar uma maior familiaridade com o tema, tornando o problema mais explícito e levantando informações iniciais sobre o mercado e a percepção do produto. A investigação do consumo, da valorização, da oferta e da facilidade de aquisição do queijo de búfala em Belém representou um esforço para explorar um assunto que, possivelmente, ainda não havia sido amplamente estudado sob essa perspectiva local.

A metodologia foi construída sobre três pilares procedimentais: a pesquisa bibliográfica, o levantamento e a pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica serviu como a base teórica e conceitual do estudo. Para isso, foram consultadas fontes relevantes e especializadas, nas bases de dados: Scielo e Google Acadêmico, que oferecem uma vasta gama de artigos científicos. Além disso, foi feita uma incursão em informações mais específicas através de bases governamentais essenciais, como as do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Todo esse levantamento bibliográfico foi realizado de forma sistemática durante os meses de abril e maio de 2025, fornecendo uma estrutura sólida para a compreensão do tema.

Em seguida, o levantamento foi implementado por meio da aplicação de um questionário online. Utilizando a plataforma Google Forms, o questionário foi distribuído em abril de 2025, de forma exclusiva, aos moradores de Belém, no Estado do Pará. O instrumento foi elaborado com o objetivo de mensurar o consumo, a valorização, a oferta e a facilidade de aquisição do queijo de búfala produzido na Ilha do Marajó. Para otimizar a coleta de dados, as perguntas foram organizadas em três blocos temáticos: consumo, oferta e valorização, com duas perguntas em cada um. Adicionalmente, foi incluída uma questão para identificar o perfil do

consumidor com base na faixa etária, utilizando um modelo de perguntas e respostas fechadas para facilitar a quantificação dos dados.

### 3. Resultados/Discussões

#### 3.1. Pontos de Comercialização do Queijo do Marajó em Belém

Durante a visita ao Mercado do Ver-o-Peso, observou-se que, apesar da ampla variedade de produtos alimentícios e regionais disponíveis, tanto *in natura* quanto preparados, não há comercialização de Queijo do Marajó para venda e consumo. Essa ausência tem gerado reclamações por parte de alguns feirantes, que apontam a baixa valorização do produto no local como um fator preocupante. O mesmo ocorreu com a visita a Feira Municipal da Pedreira e a Feira Municipal do Guamá em que se observou que não havia comercialização do queijo nas feiras municipais, mesmo com a oferta de uma ampla variedade de produtos regionais e *in natura*, como frutas, carnes, vegetais e ervas, entre outros. A ausência do queijo nos mercados visitados pode indicar a existência de obstáculos no escoamento da produção de queijo por barreiras logísticas e sanitárias, além da falta de estímulos para expandir a comercialização do queijo nos mercados.

Corroborando com esses resultados, Melo, Melo & Ribeiro (2024) apontam que o reconhecimento de uma Indicação Geográfica (IG) não garante, por si só, o sucesso comercial de um produto ou serviço. No entanto, as IGs desempenham um papel fundamental na construção da imagem de excelência dos produtos que recebem essa certificação, fortalecendo sua reputação no mercado. Além disso, elas associam as localidades de produção a atributos de qualidade e tradição, influenciando a percepção dos consumidores ao criar um vínculo entre a credibilidade do produto e as experiências sensoriais e culturais vivenciadas em sua região de origem.

O supermercado Líder situado no bairro da Pedreira não dispunha de comercialização de Queijo do Marajó, ainda que ofertasse diversas variedades de queijos oriundos do leite bovino. Em contrapartida, o supermercado Econômico situado no mesmo bairro comercializava o Queijo do Marajó tipo creme da Fazenda São Victor, situada no município de Salvaterra, o queijo obtinha o Selo de Indicação Geográfica, o Selo Arte e o Selo de fiscalização de acordo com a ADEPARÁ (Agência de Defesa Agropecuária do Estado do Pará). O produto estava sendo comercializado a R\$89,96 o kg. (Ilustração 1). A presença do Queijo do Marajó no supermercado, impulsionada por certificações como o Selo Arte e o Selo de Indicação

Geográfica, contrasta com sua ausência nas feiras municipais, onde enfrenta desafios de valorização e comercialização. A venda do queijo certificado expõe ainda a alta valorização do produto regional com Indicação Geográfica.

Ilustração 1 – Queijo do Marajó disponível para comercialização no supermercado Econômico.



Fonte: Autores (2025).

No supermercado Assaí, localizado no bairro Batista Campos, foi encontrado o Queijo de Búfala (Ilustração 2), porém, devido à sua origem no Estado de Minas Gerais, ele não atende aos critérios para ser classificado como Queijo do Marajó, já que é produzido fora das cidades com Selo de Indicação Geográfica desse queijo. A comercialização do queijo de búfala de Minas Gerais em Belém, além de substituir o Queijo do Marajó, ainda era comercializado a um preço inferior ao observado no supermercado Econômico, sendo disponibilizado a R\$69,90 o kg do queijo mozzarella de búfala, podendo ainda influenciar as escolhas do consumidor.

Ilustração 2 – Mozzarella de búfala disponível para comercialização no supermercado Assaí.



Fonte: Autores (2025).

Por último, visitou-se o supermercado Líder, na unidade Praça Brasil, no bairro do Umarizal. O estabelecimento contava com uma seção de queijos de búfala (Ilustração 3), oferecendo variedades como mozzarella, queijo tipo creme, burrata e ricota fresca. Entretanto, o único produto que possuía o Selo de Indicação Geográfica, comprovando sua produção no Marajó, era o queijo tipo creme da Fazenda São Victor.

Ilustração 3 - Seção de queijo de búfala no supermercado Líder unidade Praça Brasil.



Fonte: Autores (2025).

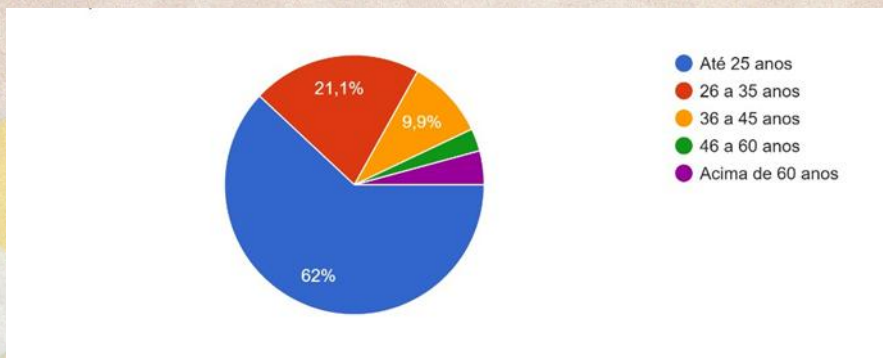
O Queijo do Marajó tipo creme encontrado no supermercado Líder é o mesmo encontrado no Supermercado Econômico. MELO, *et al.*, (2021) observou que na Fazenda São Victor apesar da alta demanda atribuídas ao queijo fabricado, a produção não consegue suprir toda a demanda de mercado, o que é ocasionado principalmente pela pequena produção limitada e pela falta de mão de obra qualificada. O desafio reside na gestão da produção e na necessidade de investimento em qualificação profissional para sustentar o crescimento, impactando diretamente o desenvolvimento local e a parte final da cadeia produtiva, como a distribuição e a venda.

### 3.2. Perfil dos consumidores entrevistados

No município de Belém, Pará, cidade selecionada para a pesquisa, foram entrevistadas 71 pessoas. O mapeamento da faixa etária (Ilustração 4) revelou que a maioria dos participantes (62%) tinha até 25 anos, caracterizando o público pesquisado como predominantemente jovem. A seguir, a distribuição etária mostrou que 21,1% dos entrevistados estavam na faixa de 26 a

35 anos, seguidos por 9,9% entre 36 e 45 anos. As pessoas acima de 60 anos representaram 4,2%, e aquelas entre 46 e 60 anos, 2,8%. Essa variedade demonstra que a pesquisa abrangeu um público bastante diverso.

Ilustração 4 - Faixa etária do público entrevistado.



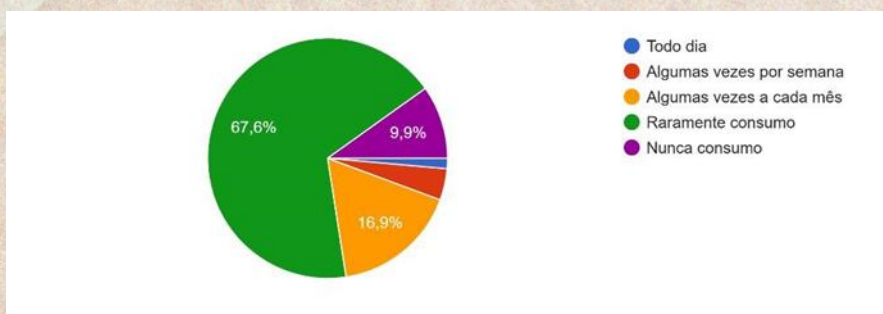
Fonte: Autores (2025).

### 3.3. Padrões de consumo e preferência

Em relação à frequência de consumo do Queijo do Marajó (Ilustração 5), 67,6% dos entrevistados reportaram consumir raramente. Outros 16,9% consomem algumas vezes por mês, enquanto 9,9% nunca o consumiram. O consumo semanal (4,2%) e diário (1,4%) é significativamente menor.

Esses dados apontam para um baixo consumo do queijo em Belém, apesar da proximidade com a Ilha do Marajó. Uma possível justificativa seria a baixa oferta do produto identificada na pesquisa de campo. Comparativamente, Garcia *et al.* (2008) observaram alta preferência (70%) pelo queijo coalho de búfala em sua pesquisa com a comunidade da Universidade Federal da Paraíba.

Ilustração 5 – Frequência de consumo de Queijo do Marajó.

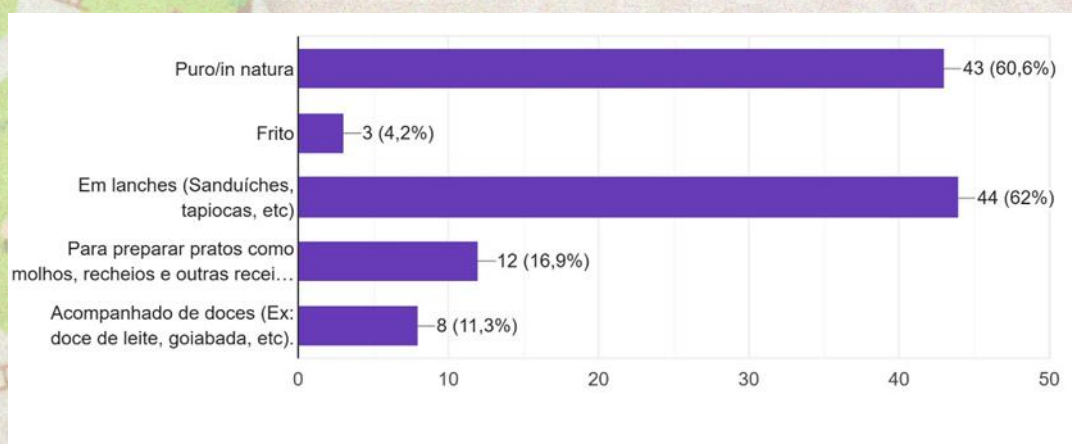


Fonte: Autores (2025).

O consumo do Queijo do Marajó apresenta uma diversidade de formas, refletindo a versatilidade e a aceitação do produto entre os consumidores. De acordo com os dados levantados (Ilustração 6), a maioria dos entrevistados que corresponderam a 62% dos consumidores indicaram que utilizam o queijo em lanches, o que demonstra sua presença marcante na alimentação comuns do dia a dia, cerca de 60,6% preferem consumir o queijo in natura, evidenciando a apreciação por seu sabor e textura originais.

Outras formas de consumo incluem o uso em preparações culinárias, como molhos e recheios (16,9%), acompanhado de doces (11,3%) e, em menor proporção, frito (4,2%). RODRIGUES, *et al.*, (2024) analisou que os acompanhamentos mais citados para queijos artesanais eram pão, leite e manteiga, sugerindo uma maior versatilidade no consumo desse queijo, podendo ser utilizado como produto principal ou como acompanhamento.

Ilustração 6 - Formas de consumo do Queijo do Marajó por moradores de Belém.



Fonte: Autores (2025).

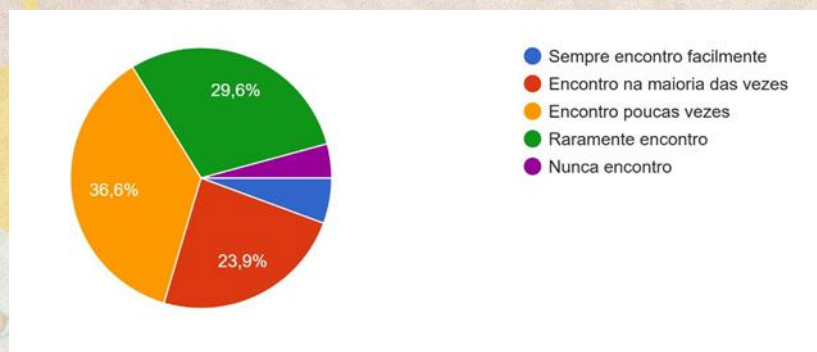
### 3.4. Análise de compra pelos consumidores

Os consumidores quando questionados sobre os locais onde costumam comprar o queijo para consumo, 38% afirmaram comprá-lo diretamente em supermercados; por outro lado, 36,6% relataram adquiri-lo por encomenda de quem vem do Marajó para Belém; já 28,2% disseram comprá-lo com vendedores ambulantes.

Esses dados refletem que boa parte do consumo do Queijo do Marajó advém e depende da produção artesanal, que ainda é limitada. Os dados da Ilustração 7 complementam essa afirmativa: os consumidores foram questionados sobre a frequência com que encontram o queijo disponível nos locais onde costumam procurar para a compra, e 36,6% afirmaram

encontrá-lo poucas vezes, 29,6% relataram que raramente o encontram e 23,9% disseram encontrá-lo na maioria das vezes. Esses dados refletem a baixa comercialização do queijo na capital.

Ilustração 7 - Frequência em que os consumidores costumam encontrar Queijo do Marajó nos locais que costumam procurar.



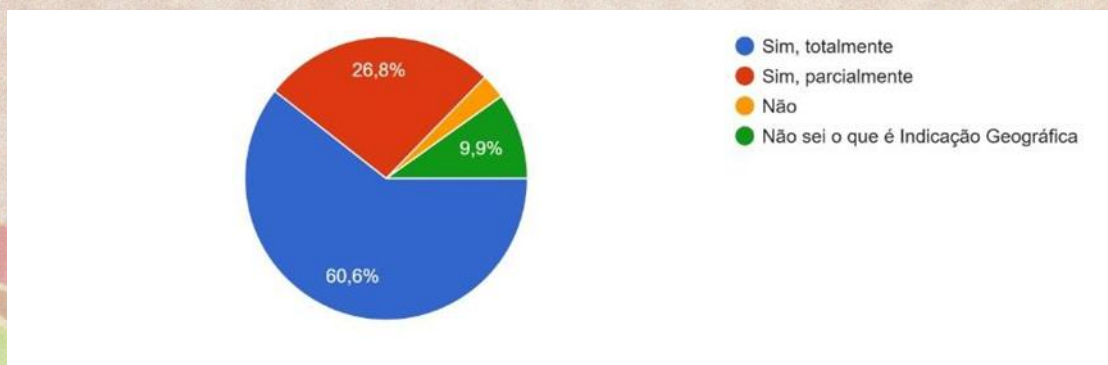
Fonte: Autores (2025).

### 3.5. Valorização e reconhecimento do Índice Geográfico

No último bloco de perguntas, questionou-se o quanto cada entrevistado achava que o Queijo do Marajó era valorizado em uma escala de 1 a 5, sendo 1 nada valorizado e 5 muito valorizado. 35,2% dos entrevistados acreditam que o produto é pouco valorizado. Da mesma forma, 35,2% consideram que o queijo é razoavelmente valorizado. 12,7% acham que o queijo é valorizado, enquanto os extremos "muito valorizado" e "nada valorizado" receberam, cada um, 8,5% dos votos. O percentual somado das notas maiores que 3 razoavelmente valorizado demonstra uma valorização positiva em relação ao queijo.

De acordo com os consumidores, quando questionados sobre a influência da Indicação Geográfica (IG) na decisão de compra (Ilustração 8), a maioria (60,6%) afirmou ser totalmente influenciada pela IG do Queijo do Marajó, enquanto apenas 2,8% disseram não sofrer qualquer influência. Moura (2021) destaca que as IGs têm o poder de resgatar sabores tradicionais por meio da carga histórico-cultural. Assim, presume-se que, apesar dos desafios que dificultam o acesso do consumidor final ao produto, o legado histórico-cultural deixado pela produção exerce um papel significativo na valorização e no consumo do Queijo do Marajó.

Ilustração 8 - Influência da indicação Geográfica na decisão de compra e percepção de valor do Queijo do Marajó.



Fonte: Autores (2025).

#### 4. Considerações Finais

A comercialização limitada e a baixa disponibilidade do Queijo do Marajó impactam diretamente o mercado consumidor de Belém, restringindo o acesso dos moradores ao produto nos mercados e supermercados locais.

Os entrevistados demonstram valorização pelas características de origem do queijo e reconhecem a importância da certificação de Indicação Geográfica.

Os principais pontos de venda são os supermercados Econômico e Líder, com a variedade do queijo tipo creme da Fazenda São Victor, e o padrão de consumo do queijo está associado a preparações simples do cotidiano, como lanches.

Conclui-se que apesar da valorização, a cadeia produtiva obtém dificuldades para atender à demanda do mercado de Belém.

Diante disso, com base nos resultados obtidos sugere-se realizar investimentos de incentivo a produção, por meio do crédito rural e incentivos governamentais, assim como o investimento em capacitação técnica para as empresas com carência em mão de obra qualificada.

#### 5. Agradecimentos

Agradecemos ao Serviço Nacional de Aprendizagem Rural pela oportunidade de realizar esta pesquisa, cuja viabilização foi fundamental para o aprofundamento do

conhecimento sobre o Queijo do Marajó e sua inserção nos mercados de Belém. O apoio institucional foi essencial para que pudéssemos conduzir esta pesquisa com seriedade, comprometimento e alinhamento com os valores de valorização da cultura regional e do fortalecimento da produção artesanal brasileira.

## 6. Referências Bibliográficas

BRASIL. **IBGE Explica: Produção Agropecuária - Bubalinos**. [IBGE], [2023]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/producao-agropecuaria/bubalinos/pa>. Acesso em: 10 de maio 2025.

BRASIL. **Lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018**. Altera a Lei nº 1.283/1950 para dispor sobre a fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 jun. 2018. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2018/lei/L13680.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13680.htm).

BRASIL. **Lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019**. Dispõe sobre a elaboração e comercialização de queijos artesanais. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 jul. 2019. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2019/lei/L13860.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13860.htm).

CAVALI, J.; PEREIRA, R. G. de A. Produção leiteira de búfalos. In: SALMAN, A. K. D.; PFEIFER, L. F. M. (Ed.). **Pecuária leiteira na Amazônia**. Brasília, DF: Embrapa, 2020. Cap. 17, p. 391-399.

DORES, D. C.; FERREIRA, P. S. **Uma análise histórico-crítica sobre o desenvolvimento das normas brasileiras relacionadas a queijos artesanais**. Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia, Belo Horizonte, v. 72, n. 5, p. 1845-1860, set./out. 2020.

GARCIA, R. V.; FILHO, R. F.; DUARTES, T. F.; PESSOA, T. R. B.; QUEIROGA, R. C. R.; MOR, R. T. **Aceitabilidade e preferência sensorial do queijo de coalho de leite búfala, de leite cabra e de leite de vaca**. Revista do Instituto de Laticínios "Cândido Tostes", v. 63, n. 363, p. 12-16, jul./ago. 2008.

JÚNIOR, J. et al. Caracterização do Queijo do Marajó tipo manteiga produzido em duas estações do ano. **Revista Brasileira de Tecnologia Agroindustrial**, Campina Grande, v. 9, n. 1, p. 25-45, 2015.

MACHADO, C. J. S.; MENASCHE, R.; SALAMONI, G. Queijos diferentes, origem geográfica comum: história e tradição da produção dos queijos do Marajó. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 13, n. 3, p. 134-151, dez. 2019.

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Desenvolvimento local e valorização da identidade territorial: abordagem da CIG/MAPA para promover produtos com qualidade vinculada à origem geográfica – caso de queijos artesanais das regiões do Marajó (PA), Seridó (RN) e Jaguaribe (CE). Brasília: MAPA, 2020.

MARQUES, J. R. F. **Búfalos: o produtor pergunta, a Embrapa responde**. Brasília: Embrapa, 2000.

MELO, S. et al. Queijo do Marajó: uma proposta de estratégia de marketing para a internacionalização. 2021. Simpósio Nacional de Inovação e Desenvolvimento Regional. Frutal- MG. 2021. Disponível em: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstrea/QUEIJODO-MARAJO.pdf>. Acesso em 26 maio 2025.

MELO, S. S. C. **Queijo do Marajó: uma proposta de estratégia de marketing para a internacionalização Marajo Cheese**. 2021. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Projetos) - Faculdade Iguaçú, Belém, 2021.

MELO, Sheila de Souza Corrêa de; MELO, Alexandra de Moura Corrêa; RIBEIRO, Suezilde da Conceição Amaral. Indicação geográfica da cerâmica de Icoaraci: desafios e oportunidades. **Revista INGI – Indicação Geográfica e Inovação**, v. 8, n. 3, p. 2696-2713, jul./set. 2024. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/sheila-de-souza-correa/\\_indicacao.pdf](https://www.researchgate.net/profile/sheila-de-souza-correa/_indicacao.pdf). Acesso em 26 maio 2025.

MOURA, Lúcia Gabriela de Lima Gouvêa. **Queijo do Marajó: da certificação à indicação geográfica, avanços e desafios**. In: MELO, Sheila de Souza Corrêa de; RIBEIRO, Suezilde da Conceição Amaral (org.). **As indicações geográficas do Pará: passado, presente e futuro** [recurso eletrônico]. Ananindeua: Itacaiúnas, 2021. p. 92.

RIMA – UFRRJ. **Desafios das Indicações Geográficas para a Agricultura Familiar no Mercosul: ações institucionais no Brasil e na Argentina**. 2024.

RODRIGUES, L. D.; SIQUEIRA, K. B.; NOGUEIRA, T. S.; GOLIATT, P. V. Z. C. **Padrões de consumo de queijos no Brasil: uma abordagem por meio do Observatório do Consumidor**. In: **XXIX WORKSHOP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA EMBRAPA GADO DE LEITE PIBIC**, 2024.

SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. Curso técnico EaD SENAR: Trabalho de Conclusão de Curso / Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. –Brasília, DF: SENAR, 2022. 196 p. : il. ; 21 x 29,7 cm – (SENAR Formação Técnica).