

VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo
II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo
12, 13 e 14 de setembro de 2012 - Rio de Janeiro/RJ
Grupo GT1: Politização e ambientalização do consumo

CONSUMO DA QUALIDADE DOS QUEIJOS NO BRASIL:
a fragilidade dos arranjos institucionais e organizacionais em torno da variabilidade
industrial e das tipicidades artesanais¹

Marie Anne Najm Chalita²
Dirceu da Silva³

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar alguns arranjos institucionais e o campo organizacional que embasam os processos de coordenação no mercado de queijos no Brasil em torno das concepções de qualidade do produto. Como ponto de partida, trata da qualidade relativa tanto à variabilidade do produto industrial (diferenciações) quanto à tipicidade do produto artesanal (singularidades). As instituições e o campo organizacional do mercado de queijos mostra forte dissimetria entre o produto artesanal e o produto industrial. A reflexão orienta-se por Fligstein (2004), que fornece os constructos analíticos para a análise empreendida. A hipótese norteadora é que o mercado de qualidade dos queijos no Brasil, em que pese a crescente importância do consumo de queijos especiais nacionais ou importados, cuja atribuição de qualidade é referenciada principalmente pela tradição na produção de outros países, possui frágeis vínculos com o consumidor brasileiro. A resultante incipiente relação entre consumo e produção é reforçada pela fragilidade institucional e organizacional em torno da qualidade devido a pouca relevância dada aos agenciamentos do consumidor, tanto no caso dos artesanais quanto no caso dos industriais. A investigação foi empreendida através de entrevistas, literatura sobre estudos de caso e na pesquisa sobre consumo do alimento desenvolvida anteriormente.

Palavras-chave: coordenação, mercado, queijos

1.Introdução

A definição da qualidade dos alimentos pelo consumidor é influenciada pela produção de dispositivos legítimos, mercadológicos, em torno dos atributos dos produtos. Porém, esta definição enraíza-se também fora do mercado, externamente às trocas, no mundo social. Nos ritos alimentares, forte conteúdo simbólico em torno das características incomensuráveis do alimento esta definição também ocorre. Pode-se definir este espaço de experiências e vivências no mundo social como relação alimento-alimentação. Bourdieu (1979) precisa a diferença entre estas esferas – alimento e alimentação - ao afirmar que não se pode autonomizar os consumos alimentares - principalmente quando se observa apenas os produtos consumidos e sua qualidade – dos estilos de vida. A comparação sistemática entre as maneiras de tratar a alimentação, de servi-la, apresenta-la, oferece-la (*forma*), é infinitamente mais reveladora do que a própria

¹ Este trabalho é um dos resultados de projeto financiado pela FAPESP como Auxílio Regular à Pesquisa vigente entre 2009 e 2011.

² Doutora em Sociologia pela Universidade de Nanterre/Paris X e Pesquisadora Científica do Instituto de Economia Agrícola/APTA/SAA/SP.

³ Doutor em Educação pela Unicamp. Professor da Faculdade de Educação/Unicamp e FECAP/SP.

natureza do produto em questão (*substância*), isto é, são mais reveladoras do que as diferenças de qualidade substantivas ou intrínsecas do alimento.

Na investigação sobre consumo de queijos na cidade de São Paulo (CHALITA e SILVA, 2010, 2011; CHALITA, 2011), os constructos semânticos definidos na relação alimentação-alimento apontam para um grande potencial de aderência identitária e cognitiva por parte dos consumidores às singularidades⁴ tanto na alimentação como manipulação, fruição, apropriação cultural do alimento (BARBOSA e CAMPBELL, 2007) quanto nas tipicidades do produto expressas nas variáveis condizentes com o reconhecimento outorgado pela região e forma de produção deste alimento tradicional. Ainda que as diferenças de conteúdo encontradas nas semânticas em torno dos atributos intrínsecos do queijo sejam originárias das possibilidades de acesso pela renda às diferenciações do produto e seus usos específicos, a relação alimentação-alimento indica que o alimento promove vivências íntimas, convivências afetivas, pertencimento social, identidade, cognição e interesses sensoriais e intelectuais, planos onde se expressam a produção socio-cultural da qualidade do alimento. Estas singularidades no contexto alimentar ultrapassam os dispositivos formais dominantes no mercado queijeiro (técnico-sanitários, físico-químicos e nutricionais) e a oferta de queijos industriais. Em síntese, a alternativa dominante de diferenciação do alimento no mercado produz tensões entre a produção e expectativas de consumo quanto às instituições informais de qualidade do produto, inclusive dentre classes econômicas mais baixas e em centros urbanos distantes dos locais da produção artesanal no Brasil onde grande parte da população paulistana não tem/mantem vínculos de proximidade cultural e/ou familiar com o meio rural.

A abordagem utilizada da relação alimentação-alimento possibilita a convergência para a análise de Contreras (2011) sobre a modernidade alimentar. Esta é caracterizada por um descompasso entre o que é ofertado pela indústria e as representações sobre o alimento. Estas representações originam-se da importância do convívio social e familiar em torno do alimento; da desinformação sobre as diferenças entre os sistemas de produção artesanal e industrial e da incerteza aplicável a ambos sobre o risco alimentar; do alto grau de culturalização do alimento que age como indicador de resistências em relação à globalização e padronização do alimentar; da preservação do espaço íntimo do *alimentar* como expressão da autonomia do consumo. Os sistemas de representações dos consumidores evoluem mais lentamente que os sistemas de produção-distribuição dos alimentos.

Muitos investimentos tecnológicos da indústria na substância do alimento pretendem artificializa-lo para parecer “natural”. O alimento de fato natural torna-se crescente privilégio

⁴ Para a diferença entre os conceitos de diferenciação e de singularidade assim como entre os conceitos adotados de variabilidade e tipicidade ver Chalita, 2010.

das classes de alta renda. Os consumidores tornam-se incapazes de classificar os produtos da indústria alimentar uma vez que o longo espaçamento entre experiências alimentares dificulta a memorização dos sabores particulares e a constituição de uma memória gustativa pessoal. O alimento converte-se em um objeto sem história conhecida principalmente quando o ritmo de vida urbano leva a que muitos ritos alimentares ocorram fora do ambiente doméstico. Na esfera familiar o desejo do natural, da autenticidade e da qualidade originária, manifesta-se como sintoma da resistência à industrialização do alimento, desejosa de produtos brutos e frescos materializados em imagens mentais da natureza. A modernidade alimentar subverte a relação do homem com sua alimentação mais velozmente através da *substancia* do alimento do que através da *forma* do alimento.

O objetivo deste trabalho é analisar os processos de coordenação em torno das definições de qualidade existentes no mercado de queijos artesanais e industriais sob a perspectiva de que as duas distintas naturezas de produção do alimento pertencem ao mesmo campo de relações econômicas do mercado de queijos em geral. A partir do papel que as organizações privadas e públicas tem na legitimação dos dispositivos formais de qualidade, nota-se o movimento de mão dupla no mercado entre as fundações institucionais de ordem sócio-cultural que caracterizam o consumo de queijos em torno da qualidade destes produtos e o condicionamento dos padrões de consumo observáveis. A investigação abordará os queijos industriais e alguns queijos artesanais (Queijo Minas/MG, Queijo Serrano/RS e Queijo Coalho/Região Nordeste). Além de entrevistas, apoiou-se na literatura e na pesquisa sobre consumo realizada anteriormente.

A hipótese que orienta este trabalho é que a estrutura do mercado nacional dos queijos compõe-se de uma dupla e concomitante coordenação em torno de perspectivas distintas neste mercado. A coordenação no caso dos produtos artesanais e no caso dos produtos industriais expressam ancoragens bastante distintas entre si quanto ao elo do consumo, no entanto, ambas são frágeis. A não incorporação da ótica da democratização do consumo por parte da produção artesanal cria uma corrente favorável à banalização da relação alimentação-alimento uma vez que restringe a visibilidade desta produção e contribui à dominância das concepções de qualidade da indústria baseada na padronização das diferenciações do produto. As distintas perspectivas, instituições e organizações que hoje fazem parte do mercado dos queijos, ao não se posicionarem com capital forte em relação ao consumo (perspectivas de ampliação deste consumo), como se não pertencessem ao mesmo campo de forças, colaboram com a debilidade das concepções de qualidade no país.

2.Referencial Teórico

Na abordagem sociológica dos mercados, a qualidade é referência primordial para os agentes econômicos e emerge de um processo de negociação para “justificar” suas ações, tais como preços de mercado, respeito a padrões específicos, aderência a princípios morais, éticos e estéticos. Os sinais desta qualidade são resultado de redes sociais, racionalidade de crenças, tratamento compartilhado de conflitos e de interpretação de processo de padronização ou diferenciação dos alimentos.

A qualidade dos alimentos estabelece ligações entre a dimensão percebida pelo consumidor em suas múltiplas dimensões; as características técnicas e econômicas dos produtos; os fatores de qualidade ou a origem dessas qualidades e a base de identificação ou garantia de qualidade (mecanismos de garantia da qualidade) (SYLVANDER, 1992). A certificação é um processo que culmina na definição dos atributos de qualidade de um produto. É a garantia de que o produto se enquadra em normas pré-definidas e, desta maneira, diminui a assimetria informacional junto ao consumidor, contribuindo à cooperação horizontal e vertical entre as empresas (com exclusão e seleção entre formas e produtos).

Distintas categorias de produtos estabelecem diferentes relações de sua qualidade com o consumidor: 1) no caso dos “bens de procura”, a qualidade é avaliada pelo consumidor antes de efetuada a compra; 2) no caso dos “bens de experiência”, a qualidade só pode ser descoberta após seu consumo e 3) no caso dos “bens de crença”, o consumidor apenas descobre a qualidade do produto bem depois da experiência de seu consumo. Para continuar a comprar bens de crença deve haver confirmação das características esperadas, reforço de informação pós-compra, aprendizado (como consumir) e formação de hábito. Estes bens de crença também passam pelo crivo cada vez mais crescente do preço.

Na relação alimentação-alimento, no entanto, é possível observar que a qualidade não depende apenas de informação: concepções sobre a qualidade são determinadas diferentemente pelos indivíduos e, conseqüentemente, o consumidor ao comprar, preparar e consumir o produto, ele vivencia uma experiência de qualidade que pode se desviar da qualidade esperada e etiquetada. O consumidor participa e molda a sociedade através dos seus atos de compra e consumo diante distintas situações: acesso fácil, raridade, exclusividade. O gosto do consumidor, porém, também conforma a estrutura de mercado. Por isso mesmo, as posições e os efeitos sociais e políticos destes sinais ofertados e demandados, por um lado, e potencialmente demandados, por outro lado, contribuem para a análise do campo organizacional. Esta porosidade entre a sociedade civil e mercado antecipa concepções de qualidade difíceis de serem detectadas e reguladas pelo mercado sem que elas se organizem no tecido social.

Regras, normas e convenções que determinam o conteúdo e a forma da produção e circulação dos produtos tornam-se bases para a coordenação entre agentes econômicos para além do sistema de preços, incorporando os mecanismos de interação social. Para analisar esta problemática, a análise da estrutura e funcionamento de um mercado de qualidade queijeiro no Brasil é profícua. Fligstein (2004) contribui com categorias analíticas de natureza político-cultural que podem ser direcionadas às formas pelas quais são definidas formalmente as concepções de qualidade em torno das quais este mercado se estrutura (os *direitos de propriedade*, as *estruturas de governança*, as *regras de troca* e as *concepções de controle*). Segundo o autor, há um sentido social e um sentido político nas instituições culturais (concepções de qualidade). O sentido social são as relações de força que procuram uma estabilização das trocas econômicas podem ser observadas em torno destes quatro elementos básicos, sem os quais nenhum mercado pode funcionar. O sentido político fornece referenciais para a ação política e cultural, definindo que é quem e quais interpretações de comportamentos são possíveis.

Transpondo para os mercados de qualidade observa-se que os *direitos de propriedade* são as formas sociais particulares de produção e correspondentes padrões tecnológicos. Os direitos de propriedade não são apenas importantes na perspectiva de suas formas formais-jurídicas, mas também pela sua capacidade de definir quem reivindica os lucros em uma determinada atividade econômica. Esta definição é sempre política, especialmente nos mercados onde a presença do Estado é importante, não apenas porque este define leis e procedimentos, mas também porque é a entidade regulatória da atividade produtiva. São as formas sociais particulares de produção e correspondentes padrões tecnológicos em torno da qualidade. As *estruturas de governança* centram-se principalmente nas organizações setoriais que delimitam quem fará parte da definição da qualidade e quem não fará e abrangem as formas de relação entre setor público e privado. Este caráter eletivo das organizações é influenciado pelas instituições informais de pertencimento dos beneficiários e exige, portanto, uma relativa identificação à valores que não apenas econômico-comerciais. As *regras de troca* são os contratos e certificações, instituições formais que regem as trocas efetivas. As *concepções de controle* correspondem à divisão de responsabilidades e benefícios entre os participantes. A organização dos mercados e o comportamento e ações das empresas são aceitas como legítimas e suas formas de competição e cooperação (conflitos) serão aceitas ou rejeitadas em função de serem produtos históricos e culturais e não expressões mecânicas de condições econômicas objetivas.

As estruturas de coordenação dos mercados ainda dependem do bem transacionado. No caso dos bens de experiência e de procura os mecanismos de mercado se dão através de relações bilaterais e, no caso dos bens de crença, formas híbridas complexas entre atores privados e

públicos. Para bens de procura e experiência usa-se mecanismos de auto-regulação do mercado como preços, padrões públicos, penalidades legais e investimentos específicos, que sinalizam maior qualidade. Nesses casos, padrões e preços proporcionam um alto nível de informação e criam condições para uma competição quase perfeita. Este é o caso dos queijos industriais comuns. Já no caso dos bens de crença, de crescente importância, os padrões ajudam na redução de diferenças entre atributos sinalizados e realizados, incrementando a confiança no consumidor. Para reduzir os custos de transação e reduzir o risco na presença de uma alta frequência de bens de crença, a indústria procura estabelecer especificações com diferente poder de informação, desde a quase completa até a mais fraca e variável. Aqui situam-se os queijos especiais e os investimentos crescentes da indústria queijeira na direção da apropriação de signos (como o da origem) através da implantação de unidades de produção em áreas onde são criadas artificializações do verdadeiro significado da procedência geográfica de um produto. Nos bens de crença, situam-se igualmente os queijos artesanais.

As estruturas de coordenação pública congregam agências governamentais, grupos de consumidores, ONGs, como é o caso dos movimentos de valorização dos queijos artesanais, com base a circuitos curtos de comercialização e redes de comercialização de excelência. No mercado de qualidades artesanais, a qualidade traduz-se em visibilidade das tipicidades como singularidades, exclusividade e raridade com base à dimensão cultural do território, dos signos distintos da origem do alimento. A produção artesanal afronta dificuldades de escala, falta de capital para investimentos e diminuição da participação das novas gerações na fabricação.

As estruturas de coordenação na produção industrial são privatizadas e obedecem padrões públicos sanitários. No mercado de massas industrial, a qualidade traduz-se em subsegmentação com base à inovação tecnológica e conseqüentemente, diferenciação pela variabilidade, com base a inespecificidade do queijo na alimentação, queijos especiais e nichos de consumo de renda elevada em centros urbanos. A indústria queijeira afronta-se com a crescente importação de queijos que concorrem com os queijos especiais. As associações de indústrias são estruturas de governança privadas e ocorrem entre os agentes por meio da coordenação intra-industrial e através mecanismos contratuais que crescentemente substituem as relações no mercado spot. Observa-se atualmente uma mudança de estruturas de governança pública para privadas ou mistas no sistema agroalimentar ao mesmo tempo em que se observa uma internalização ou privatização dos padrões de qualidade e criação de mecanismos intra-industriais de avaliação próprios além das exigências públicas, tornando-se barreiras à entrada não tarifárias por parte de empresas e proteção dos governos.

3. Estado: a qualidade dos produtos lácteos pela legislação

O Estado tem papel fundamental nas exigências sanitárias dos produtos lácteos e recentemente na atribuição das indicações geográficas, que será analisado mais adiante.

O RIISPOA – Regulamento de Inspeção Industrial Sobre Produtos de Origem Animal e o Serviço de Inspeção Federal (SIF) sobre a produção de leite e derivados (Lei No 1.283 de 18/12/1950 datam dos anos 1950. Esta lei, que já passou por diversas alterações por força de decretos governamentais, portarias do Ministério da Agricultura e do Abastecimento e do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), estabeleceu as Normas da Inspeção Industrial e Sanitária Sobre Produtos de Origem Animal. A Constituição de 1988, descentralizou a vigilância sanitária e a Lei Federal No 7.889 de novembro 1989 delegou aos Estados (SIE) e Municípios (SIM) a obrigatoriedade da prestação do Serviço de Inspeção Sanitária e Fiscalização dos Produtos de Origem Animal. Os produtos lácteos são regulamentadas tanto pelo Sistema de Inspeção Estadual e Federal (Secretarias e Ministério da Agricultura), quanto pelo Sistema de Vigilância Sanitária (Municipal, Estadual e Federal). Com a inclusão dos lácteos no SUASA (criado em 2006), o produto com os selos estaduais e municipais pode ser comercializado em todo o país, com equivalência ao selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF). O SUASA possibilitou a fiscalização dos queijos artesanais que no Brasil, tradicionalmente, são elaborados com leite cru uma vez que o SIF é mais adequado às grandes instalações industriais. A maior parte da comercialização dos queijos artesanais é feita, no entanto, de maneira informal, por não estar o produto legalizado de acordo com as normas vigentes.

O leite utilizado na produção de queijos frescos, até 2011, tinha a obrigatoriedade de ser pasteurizado. Para aqueles que passavam por um período de maturação antes de serem consumidos, o leite podia ou não ser cru, dependendo do tipo de queijo. A legislação brasileira, porém, exigia que produtos derivados de leite cru fossem comercializados somente após quarentena de 60 dias. Essa legislação gerava, às vezes, situações de difícil solução para os queijos artesanais.

Em dezembro de 2011, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) regulamentou, através da Instrução Normativa nº 74, a comercialização do produto com menos de 60 dias de maturação. Entretanto, a comercialização do alimento artesanal permanece restrita a queijarias situadas em regiões certificadas ou tradicionalmente reconhecidas e em propriedade produtora de leite cru que atenda às normas do Programa de Boas Práticas de Ordenha e de Fabricação e livre de doenças nos animais. Quando o período de maturação for inferior a 60 dias, sua comercialização necessita de aprovação através estudos específicos, que devem ser realizados por comitês técnico-científicos designados pelo Ministério. Isto é, ainda não é possível a comercialização ao nível nacional. A especificação de "regiões certificadas ou tradicionalmente reconhecidas" como livres de doenças nos animais leva a que as indicações

geográficas ganhem novo reforço. Permanece a marca de 40% de comércio informal de queijos e venda dos produtos mais nobres diretamente à fornecedores exclusivos.

4. A industrialização da qualidade: a padronização da qualidade e a diferenciação via segmentação do mercado

Inicialmente, a indústria queijeira fazia o controle da qualidade apenas no produto final. Atualmente, adora os padrões de qualidade que se enquadram na teoria de grades e *standards* (G&S). Nesta teoria, a qualidade é um conjunto de parâmetros (atributos quantificáveis) que segregam produtos similares em categorias e os descrevem com terminologia consistente que pode ser entendida de maneira comum pelos participantes do mercado. Os G&S surgiram mais relacionados às commodities, como instrumentos públicos na presença de informação imperfeita e assimétrica que gerava falhas de mercado. Na OMC agem como barreiras não-tarifárias de proteção de produtos internos (agindo na redução dos custos de transação e aumento da eficiência, permitindo a expansão do comércio internacional). Atualmente não são meros instrumentos públicos para resolver falhas de mercados, mas ferramentas estratégicas para diferenciação de mercado e proteção de *market-share* e criação de nichos, portanto delimitam os mercados entre si, protegendo indústrias privadas e governos. Pressupõem testes de aferição que compreendem análises visuais, testes físicos e químicos (REZENDE, 2004).

O monitoramento destes padrões é feito pelo Sistema APPCC, um dos sistemas de gestão da qualidade mais adotados na indústria de alimentos de origem animal, instituído em 1998 pelo Ministério da Agricultura e Abastecimento. Este sistema se baseia no princípio preventivo e válido para toda a cadeia, do recebimento da matéria prima até a distribuição final do produto acabado. É um padrão de processo que permite rastreabilidade ao longo da cadeia e é usado em acordos bilaterais e multilaterais como garantia da equivalência entre os sistemas de controle e inspeção de alimentos de diferentes países, reduzindo custos de transação.

Como o leite é a matéria-prima fundamental na produção dos queijos e o setor leiteiro é disperso e desorganizado, a partir dos anos 1970 o sistema público se impôs. Nos anos 1990, com o aumento da competitividade no setor (desregulamentação a abertura ao capital externo), o setor público se modernizou tendo por base padrões privados. A criação do Programa Nacional de Melhoria da Qualidade do Leite (PNQL) com regras mais rígidas para os produtores (refrigeração) excluiu muitos médios produtores de leite.

Rezende (2004) analisa a concepção de qualidade da indústria queijeira apontando para as novas estruturas de coordenação entre os atores em torno de uma concepção “sistêmica” da qualidade em que se substitui o simples controle de cada etapa por uma coordenação por meio de estruturas pró-ativas e supra-firma através destes padrões. No caso do queijo, há convivência de

diferentes convenções de qualidade, o que leva a arranjos diferenciados na governança da cadeia, tendo a qualidade como principal balizador das decisões estratégicas. A privatização da criação destes padrões é diferenciada pelas empresas, dentre eles a valorização do leite como principal ativo específico das indústrias. Isto tem levado à tendência de implantação de integração estreita e vertical entre produtores de leite e indústria possibilitando crescente controle das características do leite (dieta dos animais), pagamento por qualidade e especificações organolépticas do queijo.

A ABIQ (Associação Brasileira das Indústrias de Queijo), fundada em 15 de março de 1988, é a mais importante representante do setor queijeiro nacional. Sua diretoria é exercida exclusivamente por membros das empresas e representa cerca de 65% da produção brasileira de queijos sob inspeção federal. Frente à definição e internalização de padrões de qualidade pela indústria, sua ação se concentra principalmente na representação dos pleitos institucionais dos fabricantes de queijos, junto aos órgãos fazendários, tributários, autoridades sanitárias federais, estaduais e municipais, defendendo as empresas em todos os assuntos tributários e legislativos. Tem também função de articulação com entidades afins tais como: Sindicatos Estaduais, G-100 Associação das Pequenas e Médias Cooperativas e Empresas de Laticínios, Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil, Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação, Associação Brasileira de Leite Longa Vida, Confederação Brasileira de Cooperativas de Laticínios, entre outras, visando ampliar a defesa dos interesses do setor queijeiro nacional.

5.A qualidade dos queijos artesanais: singularização via território de produção

No caso dos queijos artesanais são absolutamente necessários os padrões públicos e, como descrito acima, voltado principalmente às exigências sanitárias. Recentemente, o “território” é a variável que tem sido considerada como a mais importante para a definição da qualidade dos queijos artesanais, sua procedência geográfica. É uma nova esfera de definição de padrões públicos de qualidade. A política pública das Indicações Geográficas tem avançado na valorização dos produtos artesanais e de origem pelos aspectos culturais envolvidos (modos tradicionais de produção, o saber-fazer, a heterogeneidade de diferentes tipos, aromas, sabores, relações de proximidade entre produtores, fornecedores da matéria-prima e os consumidores), tipificando o alimento.

Em trabalhos anteriores (CHALITA, 2010), considerou-se que o foco em nichos de consumo de renda elevada e em circuitos de comercialização em cadeias curtas e/ou de excelência tem instáveis impactos positivos na valorização desta produção. Inovações tecnológicas que permitam aumentar a escala de produção, individualmente ou de forma associativa, e incorporar regras e normas técnicas sanitárias, sem comprometer os valores institucionais, técnicos e

simbólicos do alimento artesanal e de origem, devem ser consideradas como imprescindíveis. Em sua maioria, as iniciativas de valorização deste alimento, ainda que incipientes, conflitam com a abrangência do significado do consumo como capaz impor resistência à tendência de padronização do alimento, à impessoalidade e despersonalização da alimentação determinadas pelo sistema agroalimentar e capaz de legitimar, inclusive, novas justificativas favoráveis ao desenvolvimento local e regional.

A democratização do consumo da qualidade dos queijos artesanais tornar-se uma sólida alternativa para desconcentrar a formulação dos dispositivos formais de qualidade pela indústria e projetar o país no mercado internacional com alimentos tipicamente nacionais. Entretanto, esta posição não é simples uma vez que implica tanto na defesa do território como mobilizador de padrões culturais na produção quanto na possibilidade destes padrões adquirirem competitividade no mercado de queijos em geral. Para isto, o alimento deve ser apartado das externalidades do território e da noção de desenvolvimento local. Proteger o alimento – e consequentemente a mobilização dos recursos produtivos necessários em sua fabricação - supõe igualmente aumento do bem estar dos produtores e inversões positivas em regiões produtoras. Esta posição favorável supõe o enfrentamento de um novo desafio para a produção artesanal e de origem: a discussão interna de seus valores diante da problemática da especialização ou pela qualidade ou pelo preço, em que segmento de consumo quer atuar, se com alta qualidade e alto preço, qualidade e preço médio, ou concorrer através de preços baixos com qualidade discutível. É inevitável que haja processos de integração diferenciada e de seleção social no terreno da produção artesanal em torno do aprofundamento da natureza e características das regulamentações sobre a qualidade. Ora, o movimento de valorização dos queijos artesanais baseado no conceito de território também enfrenta estes dilemas.

A dificuldade da ancoragem nos territórios de produção para sustentar as concepções de qualidade tradicionais, do ponto de vista do consumo, pode ser observada através do que ocorreu com o sistema piramidal das apelações de origem adotado na França a partir de 1935 para os vinhos. Este sistema piramidal, de larga base, teve por objetivo hierarquizar os vinhos em função de sua qualidade, com decrescente volumes a medida que se elevava a qualidade e repousava em uma hierarquia de *terroirs*, frutos de muitos fatores históricos, geográficos, políticos e comerciais. Este sistema possibilitou ao consumidor que ele tivesse autonomia para adquirir conforme suas preferências dentro de um elenco de signos distintivos. No entanto, fixou rígidas regras de produção e não demonstra mais a realidade atual em termos de qualidade e quantidade dos vinhos produzidos, principalmente após a criação da classificação dicotômica entre vinhos do país e vinhos de mesa. A AOC perdeu sua referência: na menor quantidade no topo da pirâmide, há vinhos de qualidade discutível. GARCIA-PARPET (2004) demonstrou, a

partir de um estudo etnográfico, a dimensão desta dificuldade. Paralelamente, vinhos outros países começaram a aparecer na mesa dos consumidores franceses e algumas cooperativas francesas ligadas à classificação da AOC procuraram lançar-se no mercado externo enfrentando novos consumidores referenciados por outro paradigma de qualidade, centrado nas variedades de uva e no gosto. Consequentemente, produtores franceses tem procurado adotar a estratégia das IGPs (correspondentes às Indicações de Procedência) e não das AOPs (correspondentes às Denominação de Origem). Por terem, desta maneira, maior liberdade e flexibilidade em elevar a produtividade da uva, beneficiam-se de uma melhor relação benefício/custo. Prevalece uma hierarquização dos vinhos em função dos preços médios de venda e do volume produzido e não da raridade.

A posição favorável à democratização da qualidade supõe enfrentar muitos problemas reais além dos efeitos da globalização dos mercados como visto acima. No seu conjunto, podem ser resumidos como as sobreposições das definições existentes entre o que é artesanal e o que é produção familiar, com problemáticas relativas à escala de produção, a renda auferida ao produtor na comercialização/distribuição do alimento para sua reprodução e sustentação econômica na fabricação do produto e os limites territoriais para o escopo e aperfeiçoamento das políticas públicas favoráveis às tipicidades dos alimentos: Uma das formas sintetizada da complexidade decorrente destas sobreposições foi tratada por Silveira e Heinz (2005) ao afirmarem que o caráter artesanal do processamento de matérias-primas de origem animal ou vegetal tem implicações teóricas e práticas que, normalmente, são colocadas em segundo plano no debate sobre a denominada “Agroindústria Familiar”. O termo Agroindústria Familiar tem sido utilizado para designar unidades de beneficiamento e/ou processamento de produtos de origem animal ou vegetal em pequena escala, localizados no meio rural e geridas pelo agricultor e sua família. A base concreta para a implantação das agroindústrias familiares é considerada a produção artesanal de alimentos, em diferentes níveis de informalidade e controle de qualidade.

Entretanto, a agroindústria familiar assinala um objetivo/meta que nem toda unidade de produção artesanal de alimentos pode ou deseja alcançar, consideradas as diferentes situações existentes. Ocorre também que há microempreendimentos familiares produtores de queijo que não são artesanais em seus métodos de produção. Além disto, há adequações do produto artesanal às normas legais sanitárias que impõem procedimentos que alteram o toque especial do artesão e produtores familiares com baixo fluxo de capital para investimentos em sanidade acabam comercializando seu produto com pouco tempo de maturação antes da deterioração do alimento. Muitos produtores preferem vender para o mercado local também por não quererem contratar força de trabalho externa à família ou porque tem no queijo fonte de renda complementar às outras atividades na propriedade. A maior parte destes produtores familiares

enquadra-se no campo de atuação do Ministério do Desenvolvimento Agrário e não no Ministério da Agricultura e Pecuária o que leva a que legislações estaduais definam a produção artesanal de forma a limitar o crescimento dos empreendimentos (limite da quantidade da matéria-prima adquirida de terceiros e limite da escala de produção). No oposto sentido oposto, há queijarias tidas artesanais que são resultado da verticalização da produção de leite, dispendo cursos de formação de seus técnicos fora do Brasil e migrando para o campo dos micro e médios empreendimentos, afetos a outro escopo legal de suporte e de financiamento da atividade.

O argumento de que mercados de escala não constituem o objetivo dos agricultores familiares, sendo o mercado local e regional prioritários para a comercialização de seus produtos, converge para o que MALUF (2004) afirma sobre os circuitos locais e regionais de produção, distribuição e consumo como primeira etapa de consolidação da produção artesanal de alimentos. Porém, sendo o autor, as análises dos programas de estímulo à agroindústria familiar tem demonstrado que o investimento em sua implantação leva a necessidade de aumentar a escala de produção para além da capacidade de demanda do mercado local/regional. Tal situação relaciona-se com a capacidade de pagamento do financiamento obtido e dos custos operacionais e encargos que passam a onerar o empreendimento.

O conceito de território é atraente uma vez que as singularidades do produto constitutivas da relação alimento-alimentação provem de produtores familiares os quais tem uma inserção muito frágil no mercado. No caso dos queijos artesanais brasileiros, a categoria território precisa, no entanto, demonstrar que mobiliza recursos produtivos locais de maneira estável e regular como o leite cujas características depende da alimentação dos animais e raça. É justamente em razão da situação social e política destes produtores familiares que se justifica a reflexão sobre a contenção comercial do queijo artesanal ao âmbito local sob o argumento que o produto conteria maior risco sanitário se não consumido rapidamente. Este argumento pode favorecer as barreiras industriais no mercado e as estratégias recentes da indústria tanto de se apropriar das denominações artesanais quanto de se apropriar do conceito de procedência, imprimindo uma marca aos seus produtos e falseando o conceito de origem.

Além disto, no Brasil, a preferência do consumidor aos produtos de qualidade produzidos e reconhecidos como tradicionais em outros países guia-se mais pela reputação – emblema de distinção social - excluindo características únicas dos produtos tipicamente brasileiros e mais condizentes com o paladar nacional. A maior parte dos importados são industriais e a indústria brasileira usa denominações *tipo* para queijos especiais muitas vezes de sabor discutível, bem distante dos mesmos nomes em seu local de origem e artesanais. Em um país que não confere

visibilidade aos seus queijos tradicionais e únicos, o consumo do produto defini-se como de alta elasticidade-renda, enquanto os importados ganham a concorrência pelos preços frente aos elevados impostos e encargos sociais sobre a produção nacional. A crescente importação de queijos importados demonstra isto (CHALITA, 2012).

Ter procedimentos ou cadernos de normas mais flexíveis pelos métodos de produção no sentido de formar uma unidade "cultural" que justifiquem o signo distintivo em uma mesma região produtora possibilita alternativas mais amplas a um conjunto de produtores e um intervalo de tempo de necessário para a mobilização de matérias primas usadas na produção concentrada em um território. Este equilíbrio entre sistema produtivo, "caderno de normas" e território diminui efeitos excludentes: quanto mais abrangente for o "signo distintivo" com ancoragem territorial, mais preservaremos produtores e acesso à qualidade dos consumidores. O problema é antecipar o território sem a configuração do alimento que se quer valorizar.

Em síntese, a coordenação da qualidade nos queijos artesanais é balizada por padrões públicos através da legislação sanitária e das Indicações Geográficas. Neste escopo legal há ainda muita incerteza e contradições. Conflitos sobre as escalas de produção, sobre a abrangência da comercialização, sobre a característica do caderno de normas, sobre a própria delimitação geográfica do território e sobre o grau de detalhamento necessário nos regulamentos das IGs para se preservar a tradição na fabricação e ao mesmo tempo satisfazer a legislação sobre a origem das tipicidades dos alimentos, estão presentes. Além disto, abaixo do guarda-chuva legal nacional sobre as IGs, a coordenação destes novos mercados depende de instituições públicas estaduais e municipais e de arranjos institucionais mais ou menos definidos. A própria realidade social e política dos produtores dos diferentes queijos artesanais faz com que esta coordenação e convergência de perspectivas sejam muito difíceis.

Tabela 1 Comparação das definições da qualidade do queijo industrial e do queijo artesanal

Qualidade na indústria queijeira	Qualidade dos territórios dos queijos artesanais
Padronização da variabilidade	Singularização entre territórios e relativa padronização em caderno de normas (coletivo)
Quimificação do alimento: aditivos	Naturalização e quimificação
Qualidade do alimento: variabilidade pela diferenciação.	Qualidade do alimento: singularização pela tipicidade.
Marcas, certificações, selos	Indicações Geográficas: signo distintivo, registro e marca quando usada individualmente.
Certificação por mecanismos de terceira parte: visa proteger critérios técnicos e as especificações do alimento.	Controle coletivo da produção (próprios produtores): visa a proteger o nome de um lugar e não um produto; visa garantir a determinado grupo o uso exclusivo do nome geográfico do lugar no alimento (tradição e saberes locais)

	cuja reputação, qualidade ou características sejam decorrentes de sua origem.
Segmentação e nichos de consumo/ampliação de escala	Nichos de consumo: limitação na ampliação de escala
Estratégia de concorrência via queijos especiais com os importados	Estratégias de mercado local e regional e circuitos de excelência via externalidades positivas: agricultura familiar, multifuncionalidade, biodiversidade, paisagens
Acesso pela renda	Acesso pela proximidade, comércio justo, economia solidária, comércio ético, responsabilidade social, produtos coloniais e pela renda (gastronomia).
Titularidade na produção: direito privado	Titularidade na produção: direito privado coletivo via Associação ou Cooperativa. Gestão do patrimônio coletivo imaterial e material da região ou Direito Público de Uso e Gozo Privado ou Coletivo
Divulgação do produto e suas características: marketing, distribuição	Divulgação de conceito
Divulgação global do produto global marketing, distribuição (circuitos longos)	Divulgação local do produto (circuitos curtos): diluída entre proteção aos produtos familiares, turismo e outras externalidades.
Demanda crescente da qualidade organoléptica e conforme classe econômica	Demanda crescente pelos signos distintivos sem distinção de classe econômica
Desenvolvimento econômico nacional, regional, local	Desenvolvimento local e regional

Elaborada pelos autores a partir da literatura e entrevistas.

Enquanto a qualidade do ponto de vista institucional e organizacional no caso dos queijos industriais é privativa - e a ABIQ tem fundamentalmente ação na política fiscal e comercial junto às instâncias governamentais-, a rede de organizações em torno dos produtos artesanais é composta por organismos privados e públicos de distintas naturezas, inclusive internacionais como a FAO/CIRAD. Diálogos entre estes organismos que constituem o movimento pela valorização dos queijos artesanais são estabelecidos na cadeia produtiva à montante e à jusante, através de relações horizontais como as redes de sociabilidade, iniciativas coletivas, associativas e/ou cooperativas entre os produtores, a relação do produto com a identidade territorial, disseminação do saber-fazer entre os produtores e as ações da rede institucional, circulação do capital no território e associação com outras atividades agrícolas ou agropecuárias. As ações buscam criar condições para que essa produção seja adequada à legislação vigente, mantendo, ao mesmo tempo, as características tradicionais de origem, agregando assim mais valor ao produto. Estes projetos visam também desenvolver economicamente o produtor, dado que sua produção passa a ter um melhor retorno financeiro e contribuir para o fomento do turismo rural, gerando uma valorização geral da região onde os produtores estão inseridos, beneficiando toda a comunidade (SEBRAE, 2008).

Tabela 2. Campo organizacional da valorização do Queijo Serrano/RS

Programa de Qualificação e Caracterização do Queijo Serrano (RS)	
Campo organizacional	Papel

Sistema de Inspeção Municipal (SIM) e SUASA (Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária)	Expandir a comercialização em escala intraestadual e interestadual
Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)	Verificar se as exigências legais foram cumpridas e conceder o registro: Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO).
Conselho Regulador ou Associação (ou Cooperativa) da IG	Gestão da IG. Define quem fará parte ou não de acordo com o regulamento de uso firmado, após concessão do Registro. Decisão sobre se a avaliação coletiva da conformidade será de primeira parte ou terceira parte por empresas certificadoras privadas (credenciadas pelo IMETRO) são os produtores.
Ministério da Agricultura e Pesquisa Agropecuária (MAPA)	Políticas visando acompanhar instalações, de tecnologia e equipamentos adotados, além de analisar aspectos higiênico-sanitários das propriedades..
Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)	Políticas voltadas ao agricultor familiar
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)	Pesquisa Pública
Associação Rio-Grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural/Associação Sulina de Crédito e Assistência Rural (EMATER/RS/ASCAR)	Assistência Técnica e Extensão Rural
Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária (FEPAGRO)	Pesquisa
Universidade Caxias do Sul	Pesquisa e busca de padronização de processos e a obtenção de um produto competitivo e de alta qualidade comercial e sanitária
SEBRAE e Secretaria Municipal da Agricultura de Caxias do Sul	Qualificação e orientação para a melhoria do empreendimento
Prefeituras	Assistência técnica e social
UFRGS Veterinária	Pesquisa
ONGs Terra Madre e Slow-Food	Movimento Nacional para Legalização de Queijos de Leite Cru

Elaborada pelos autores através de entrevistas e Menezes (2009), SEBRAE/ESPM (2008), Krone (2009).

Tabela 3. Campo organizacional da valorização do Queijo Minas (Canastra, Serro e Araxá)/MG

Programa de Qualificação e Caracterização do Queijo Minas	
Campo organizacional	Papel
Sistema de Inspeção Municipal (SIM) e SUASA (Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária)	Expandir a comercialização em escala intraestadual e interestadual
INPI	Concessão do registro: Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO). Concedidos os registros de Indicação de Procedência do Queijo Serro e Indicação de Procedência Queijo Canastra em 2011.
Conselho Regulador ou Associação (ou Cooperativa) da IG	Gestão da IG. Define quem fará parte ou não de acordo com o regulamento de uso firmado, após concessão do Registro. Decisão sobre se a avaliação coletiva da conformidade será de primeira parte ou terceira parte por empresas

	certificadoras privadas (credenciadas pelo IMETRO) são os produtores.
Ministério da Agricultura e Pesquisa Agropecuária (MAPA)	Políticas públicas visando acompanhar instalações, de tecnologia e equipamentos adotados, além de analisar aspectos higiênico-sanitários das propriedades..
Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)	Políticas públicas voltadas ao agricultor familiar
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)	Pesquisa Pública
INSA (Instituto Nacional do Semiárido/ Ministério da Ciência e Tecnologia)	Articular e partilhar a informação e o conhecimento dos diversos atores que convivem no Semiárido brasileiro, considerando a necessidade de propor políticas públicas para a construção de uma região econômica e ambientalmente sustentável, que valorizem suas potencialidades e diversidade.
Associação Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EPAMIG) e EMATER-MG (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais)	O “Programa de Apoio aos Queijos Tradicionais de Fabricação Artesanal é coordenado pela EMATER-MG e SEAPA (Secretaria de Agricultura Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais). Visa preservar e melhorar a qualidade do produto, garantir a segurança alimentar, através do controle sanitário no processo de produção; incentivar e fortalecer a organização dos produtores; cadastrar os produtores e buscar a certificação de origem; assistência técnica aos produtores. Participam ainda, como parceiros da EMATER, as prefeituras municipais, o IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária) e instituições de ensino e pesquisa.
UFV (Universidade Federal de Viçosa) e UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais)	Pesquisa e formação técnica de profissionais e produtores de queijo
ONG Associação Amigos do Serro (AASER)	Mobilização pela valorização
MDA (Ministério do Desenvolvimento Agrário)	Políticas voltadas à agricultura familiar e agroindústria familiar
Conselho Consultivo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e IEPHA-MG	Patrimônio Imaterial
SEBRAE e prefeituras	Qualificação profissional e orientação para a melhoria do empreendimento
IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária)	Vistoria prévia e final dos estabelecimentos rurais para realizar o cadastro no órgão. Habilitação sanitária
UNIPAM (Centro Universitário de Patos de Minas)	Pesquisa e formação técnica
Segurança Alimentar e Apoio à Agricultura Familiar (SUSAF) da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (SEAPA)	Coordenação do Programa Queijo Minas Artesanal com suas vinculadas Emater-MG, Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA) e Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado de Minas Gerais (EPAMIG). Também participam: Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (OCEMIG); Banco do Brasil (BB), que responde por linha de crédito do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) que atende produtores do Queijo Minas Artesanal; sindicatos rurais e

	associações de produtores.
Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais (OCEMIG)	Custeio de cursos de boas práticas de fabricação e análises laboratoriais da água e do queijo, além do exame do gado das propriedades.
Ministério Público de Minas Gerais	Promove a articulação entre estes setores contribui para resolver áreas de conflito e ao chamar à responsabilidade os atores envolvidos, mais uma vez exerce papel fundamental.
ONGs Terra Madre e Slow-Food	Movimento Nacional para Legalização de Queijos de Leite Cru

Elaborada pelos autores através de entrevistas e Menezes (2009), SEBRAE/ESPM (2008), Vitrolles, Mafra e Cerdan (2006).

Tabela 4. Campo organizacional da valorização do Queijo de Coalho/Região Nordeste

Programa de Qualificação e Caracterização do Queijo de Coalho	
Campo organizacional artesanais	Papel
Sistema de Inspeção Municipal (SIM) e SUASA (Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária)	Expandir a comercialização em escala intraestadual e interestadual
Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)	Concessão do registro: Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO)
Ministério da Agricultura e Pesquisa Agropecuária (MAPA)	Políticas públicas visando acompanhar instalações, de tecnologia e equipamentos adotados, além de analisar aspectos higiênico-sanitários das propriedades..
Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)	Políticas públicas voltadas ao agricultor familiar
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)	Pesquisa Pública
INSA (Instituto Nacional do Semiárido/ Ministério da Ciência e Tecnologia)	Articular e partilhar a informação e o conhecimento dos diversos atores que convivem no Semiárido brasileiro, considerando a necessidade de propor políticas públicas para a construção de uma região econômica e ambientalmente sustentável, que valorizem suas potencialidades e diversidade.
Conselho regulador ou Associação da IG: toda a região ou sub-regiões	Gestão da IG. Define quem fará parte ou não de acordo com o regulamento de uso firmado, após concessão do Registro. Decisão sobre se a avaliação coletiva da conformidade será de primeira parte ou terceira parte por empresas certificadoras privadas (credenciadas pelo IMETRO) são os produtores.
SEBRAE e SENAI	Unidade de Negócios do SEBRAE de Garanhuns. São parceiros neste projeto a Prefeitura de Garanhuns, FAEPE, SENAC, SENAR, Governo de Pernambuco, FIERN (Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Norte) e SENAI.
Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)	Concessão do registro: Indicação de Procedência (IP) ou a Denominação de Origem (DO)
EMBRAPA Agroindústria Tropical	Coordena pesquisa cujo objetivo é desenvolver e adequar tecnologias e práticas para agregação de valor e preservação de identidade de queijos regionais, para efeito de certificação. Coordena o projeto “Valorização do Queijo Coalho Produzido na Região Nordeste
Banco do Nordeste do Brasil.	Crédito e linhas de financiamento

Prefeituras	Assistência técnica e social
FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos)	Definição de um padrão e a delimitação de uma área geográfica, trabalho voltado à qualidade sanitária, tanto da produção do leite como do queijo. Projetos de Certificação de Origem: comprovação da história do produto em estudo, sua caracterização de forma bastante objetiva e a definição da área geográfica, organização dos produtores. Ainda estão previstos trabalhos de definição de rotulagem específica, sistema de controle de qualidade, sistema de marketing, comercialização e distribuição.
ONGs Terra Madre e Slow-Food	Movimento Nacional para Legalização de Queijos de Leite Cru

Elaborada pelos autores através de entrevistas e Menezes (2009), SEBRAE/ESPM (2008), Cerdan e Sautier (2003).

As instituições da qualidade e o campo organizacional do mercado de queijos mostra forte dissimetria entre os artesanais e industriais. No movimento de valorização dos queijos artesanais há uma busca de aprimoramento tecnológico dos produtores, defesa das formas familiares de produção, concepção de cadeias curtas de comercialização ou de excelência. Permanecem inúmeras problemáticas quanto à titularidade da qualidade dos queijos, promoção de renda complementar/principal e territorialidade excludente e integradora dos produtores. Por sua vez, a indústria, tem ocupado o vazio e lacunas das concepções de qualidade do alimento tradicional conforme referenciado internacionalmente, através de estratégias de diferenciação e padrões visando a diferenciação padronizada da variabilidade do alimento e estratégias de diferenciação individual pelo *marketing* que divulga a construção artificial de *terroirs* pela marca, acirrando a contenção do alimento artesanal junto ao consumidor. A dissimetria ocorre em razão de dois princípios divergentes: a produção familiar e empresarial, de um lado, e o desenvolvimento local e desenvolvimento econômico nacional, de outro.

6.Considerações finais

Como consideração final, há uma grande fragilidade na coordenação no mercado queijeiro no Brasil. A discussão da importância do mercado de qualidade deste alimento pode ser resumida da seguinte forma: qualidade incorporada no produto pela produção industrial e qualidade inserida no território pela produção artesanal. A primeira representa uma alternativa econômica mercadológica e a segunda uma alternativa social-econômica. Na medida em que o território pretende ser sinônimo de mobilização de recursos como matérias primas e recursos humanos através de registro e selo, no caso dos queijos, ambas se assemelham, pois visam a qualidade etiquetada ainda que sob distintos valores.

A qualidade seja referenciada por externalidades sociais e ambientais (turismo, proteção de paisagens, biodiversidade local) que atualmente justificam o território deve avançar em suas

proposições para que a origem geográfica do alimento se torne uma categoria significativa. A realidade atual da produção artesanal é a dominância da comercialização informal, o aumento dos preços dos produtos com registro de IG esbarrando no poder de compra do consumidor, na inespecificidade do queijo na alimentação, na tentativa de criação de mercados exclusivos por parte de alguns produtores que não necessitam da indicação de procedência porque tem mercado consumidor garantido, na marginalização de outros produtores e na defesa acentuada da tradição e no circuito de comercialização local que acantona ainda mais a produção artesanal, tornando-a pouco visível. A gestão coletiva do território não evitará o livre jogo do mercado pois é notório que há produtores procurando comercializar isoladamente com marca própria além do registro da IG.

Além disto, se as exigências sanitárias representam uma tentativa primeira de padronização, o grau em que se determinará a padronização do produto através de cadernos de normas e ou regulamentações de uso do território com o objetivo de viabilizar a gestão do próprio registro, a definição de região produtora pode tornar-se social e economicamente excludente. As IGs e DOs são barreiras de mercado também por definir técnicas de produção e regras de pertencimento. Até que ponto esta necessária padronização não implica em descaracterizar a origem familiar de produção e os próprios métodos tradicionais de produção é tema para reflexão.

Apesar da distinção entre as perspectivas, o campo institucional e organizacional nos dois casos, ao se introduzir a importância do consumo e seu significado como ação social e política, ambos passam a pertencer ao mesmo campo, o mercado de queijos. Os agenciamentos do consumidor, em ambos os casos, resultando em uma fragilidade dos processos de coordenação neste mercado de qualidade. Analisando a relação alimento-alimentação encontra-se a base desta afirmação. Conclui-se que o consumidor tem elaborado mais rapidamente dispositivos de qualidade informais congruentes à novos valores mercadológicos do que o próprio mercado da produção industrial e artesanal quanto à formalização de dispositivos de qualidade. Estes dispositivos informais estão no campo da relação alimento-alimentação. A dissimetria existente entre os processos de coordenação da produção artesanal e da produção industrial não concorrem no mesmo campo quanto aos valores singulares que o consumo em grandes cidades aponta, banalizando a própria definição de qualidade no mercado do produto tradicional.

O movimento necessário para o amadurecimento institucional e organizacional da produção artesanal é que esta dispute no mesmo campo do consumo com os produtos industriais, ainda que inicialmente configure-se uma situação de posições assimétricas, mesmo porque apesar da qualidade outorgada pela origem e pelo processo de produção tradicional poder ser atestada por

um conjunto de normas que compoñham uma marca de certificação além do registro de Indicação Geográfica, marcas industriais também podem ser interpretadas como uma indicação geográfica.

O artigo de Cerdan e Sautier (2003), atenta para a pertinência da noção de *terroir* em um país emergente como o Brasil onde em regiões de fronteira as características do leite mudam e onde a produção do queijo com características difere segundo o mercado consumidor e pelo mesmo produtor. Na França o território é uma noção válida porque sua ancoragem com a produção vem de longa data e assentada em um papel político e social de envergadura do camponês. No caso dos queijos franceses, a valorização dos alimentos artesanais e tradicionais pode representar uma alternativa mais próxima da realidade dos produtores. Isto é, em que medida o território assegura preços, reprodução das famílias dos produtores e condições de visibilidade comercial no caso do Brasil, é uma reflexão necessária. Confinar a comercialização destes produtos em cadeias curtas de comercialização pode reforçar as tipicidades tradicionais do alimento à custa de manterem seu estigma como produtos baratos, produzidos por produtores pobres e de qualidade sanitária duvidosa.

Em síntese, a vinculação prévia das tipicidades com o território, isto é, aliar origem e qualidade numa coisa só, é excludente. O território como consequência e não seu motivo primeiro poderia ser uma alternativa. A demanda potencial dos alimentos é que deve mobilizar os recursos territoriais e não o inverso. São os atributos requeridos e apreciados pelo mercado consumidor que definiram a importância da qualidade por produtos regionais artesanais e advindos da produção familiar, em uma lógica inversa, isto é, já há uma forte demanda potencial para produtos artesanais e de origem anterior à constituição formal dos territórios. A qualidade do ponto de vista do consumidor está mais assegurada pela oferta de produtos típicos, porém, estas regulações permitem com que a indústria permaneça dominante no mercado de queijos em geral via rebaixamento de preços pelo aumento da escala e estratégias de diferenciação. A tônica em cadeias curtas de comercialização, no desenvolvimento local e em um tipo ideal de produtor familiar não incita o aumento no consumo de queijo em geral pela qualidade possível do alimento, levando o queijo artesanal a uma concorrência desleal com o produto industrializado.

Na Europa, tem havido pressão de ordem exógena (críticas internacionais e por parte de associações de consumidores de classe média que argumentam que as IGs são associadas à conservadorismos, tanto por parte de organismos estatais) e endógena (querem exemplos e tomam iniciativas para progredir nos domínios do desenvolvimento sustentável). Para buscar novos argumentos de defesa é necessário pesquisar se as IGs garantem distribuição mais equitativa da agregação de valor em toda a cadeia produtiva; se protege a biodiversidade; se

protege valores tradicionais de fato; se asseguram a transmissão da diversidade de produtos e da cultura técnica às gerações futuras, incorporando novos saberes tecnológicos (apenas etapas para garantir fito-sanidade do produto); se favorecem a proteção das paisagens agrícolas diante de contradições preço do produto-ganho do produtor e se mantem a funcionalidade das mesmas; se suscitam processos de objetivação da qualidade através de novos conhecimentos, referencias de controle mas com risco de definição de normas muito restritas; se são favoráveis à gestão de um patrimônio genético e agrícola (raças e animais) ou excluem variedades em alguns casos; se reforçam a manutenção de ecossistemas específicos, isolando efeitos da composição dos pastos e composição de variedades e se pode destruir a renovação dos ecossistemas (efeito da especialização). O fato dos consumidores europeus associarem a IG mais a uma qualidade e a um território do que ao meio ambiente ou ao desenvolvimento sustentável pode servir a fortalecer os argumentos em defesa da produção artesanal no Brasil com base ao princípio da ampliação do acesso à população urbana.

Atualmente, o aumento da classe média tem aumentado a pressão da demanda por signos distintivos. Se a qualidade impressa no conceito de território caminha para ser preservada e valorizada, como responder à demanda por valores de qualidade que se amplia, que sociedade de qualidade através da alimentação se quer construir e como é possível produzir uma renda de qualidade através do aumento da oferta de singularidades ao mesmo que preservam-se as características incomensuráveis do alimento, ficam como questões em aberto.

7.Referencias bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. La distinction. Critique social du jugement. Éditions de Minuit, Le Sens Commun, 1979

CERDAN, Claire; SAUTIER, Denis. Construction territoriale de la qualité des produits de l'élevage dans le Nordeste brésilien. Les systèmes agroalimentaires localisés : produits, entreprises et dynamiques locales. Montpellier : CIRAD-TERA, CD-ROM. Conférence : Colloque International sur les Systèmes Agroalimentaires Localisés (SYAL); 2002-10-16/2002-10-18, Montpellier, France, 2003.

CHALITA, Marie Anne Najm . Análise do mercado de qualidade dos queijos a partir do consumidor. In: III Colóquio de Agricultura Familiar e Desenvolvimento Rural/Mercados, instituições e a questão da qualidade, Porto Alegre., 2011.

CHALITA, Marie Anne Najm . Análise dos mercados de qualidade a partir das noções de diferenciação e singularidade dos produtos: uma revisão da literatura em sociologia econômica. In: III Encontro ESPM de Comunicação e Marketing: para além do produto - Comunicação e Consumo na Sociedade de Acesso, São Paulo, 2010. Anais...

CHALITA, Marie Anne Najm ; SILVA, Dirceu da . Análise socio-cultural do consumo de queijos e sua relação com a alimentação. In: 48 Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Campo Grande/MS, 2010. Anais...

CHALITA, Marie Anne Najm ; SILVA, Dirceu da . *O consumo de queijos e a relação alimentação-alimento: um olhar além do desenvolvimento local*. In: *II Conferência do Desenvolvimento, CODE/IPEA, Brasília, 2011. Anais...*

CHALITA, Marie Anne Najm; SILVA, DIRCEU da. *Consumo de queijos no Brasil: uma análise ao nível nacional, regional e por classe econômica a partir dos microdados da POF/FIBGE 2008/2009*. Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Vitória/ES, 2012. Anais...

CONTRERAS, Jesús.. *A modernidade alimentar: entre a superabundância e a insegurança.. In História: Questões & Debates, Curitiba, n. 54, p. 19-45, jan./jun. Editora UFPR, 2011.*

FLIGSTEIN, Neil. *The Architecture of markets. An Economic Sociology of twenty-first-century Capitalist Societies*. Princeton University Press, 2003.

GARCIA-PARPET, Marie-France. *Mundialização dos mercados e padrões de produção*. Revista Tempo Social, USO, 2004.

BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin (orgs). *Cultura e Identidade*. FGV Editora, 2007.

KRONE, Evandro Eloí. *Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RGS): práticas, saberes e modos de vidas dos pecuaristas familiares produtores do queijo serrano*. Tese Doutorado/Faculdade de ciências econômicas/ Pós Graduação em Desenvolvimento Rural/ UFRGS, 2009.

MALUF, Renato. *Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais*. Ensaios FEE, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. *A força dos laços de proximidade na tradição e inovação no/do território sergipano das fabriquetas de queijo*. Tese de Doutorado. Núcleo de Pós- Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristovão, 2009.

REZENDE, Daniel Carvalho. *Estratégia de coordenação e qualidade na cadeia dos queijos finos*. Tese de Doutorado. Instituto de Ciências Humanas e Sociais/UFRRJ, 2004.

SEBRAE/ESPM. *Estudos de Mercado. Queijos Nacionais. Relatório Completo, setembro 2008*.

SILVEIRA, Roberto Cardoso Paulo; HEINZ, Clóvis Ubiratã. *Controle de qualidade normativo e qualidade ampla: princípios para re-estruturação e qualificação da produção artesanal de alimentos*. Seminário sobre Agroindústria Familiar e Desenvolvimento Rural, São Luis Gonzaga- RS, 2005. Disponível em: http://www.ufsm.br/desenvolvimento_rural/textos/artigosãoluis.pdf. Acesso: 01/Out/2011.

SYLVANDER, Bertil. *Les Conventions de Qualité dans le Secteur Agro-Alimentaire: Aspects Théoriques et . Méthodologiques*, Toulouse, INRA, Département d'Économie et Sociologies Rurales, 1992.

VITROLLES, Delphine; MAFRA, Luiz; CERDAN, Claire. *Enjeux et perspectives de développement des Indications Géographiques au Brésil, une analyse à partir des deux produits de l'Etat du Minas Gerais*. 3ème colloque international du réseau SYAL « Systèmes Agroalimentaires localisés » Alimentation et Territoires « ALTER 2006 ». Thème : Certification de la qualité, 2006.