



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)
CENTRO SOCIOECONÔMICO (CSE)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Mariana Oliveira Moritz

**ANÁLISE SOCIAL E ECONÔMICA DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU:
O CASO DOS MERCADOS ARTESANAIS DE SEARA E DE MAJOR GERCINO NO
ESTADO DE SANTA CATARINA**

Florianópolis
2020

Mariana Oliveira Moritz

**ANÁLISE SOCIAL E ECONÔMICA DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU:
O CASO DOS MERCADOS ARTESANAIS DE SEARA E DE MAJOR GERCINO NO
ESTADO DE SANTA CATARINA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração em cumprimento ao requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Administração, área de concentração Organizações e Sociedade.

Orientador: Maurício Serva

Florianópolis
2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Moritz, Mariana Oliveira

Análise social e econômica do mercado de queijo de leite cru : O caso dos mercados artesanais de Seara e de Major Gercino no estado de Santa Catarina. / Mariana Oliveira Moritz ; orientador, Maurício Serva, 2020.

213 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Programa de Pós-Graduação em Administração, Florianópolis, 2020.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Mercados Artesanais. 3. Agricultura Familiar. 4. Nova Sociologia Econômica. I. Serva, Maurício. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Administração. III. Título.

Mariana Oliveira Moritz

**ANÁLISE SOCIAL E ECONÔMICA DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU:
O CASO DOS MERCADOS ARTESANAIS DE SEARA E DE MAJOR GERCINO NO
ESTADO DE SANTA CATARINA**

O presente trabalho em nível de doutorado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta dos seguintes membros:

Prof. Júlio Eduardo Ornelas Silva, Dr.
Programa de Pós-Graduação em Administração Universitária
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Raphael Schlickmann, Dr.
Programa de Pós-Graduação em Administração Universitária
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Pedro Jaime de Coelho Júnior, Dr.
Programa de Pós-Graduação em Administração
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária
Universidade de São Paulo

Certificamos que esta é a **versão original e final** do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Doutora em Administração obtido pelo Programa de Pós-Graduação em Administração.

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Prof. Maurício Serva, Dr.
Orientador

Florianópolis, dezembro de 2020.

Dedico este trabalho ao meu pai, Professor Doutor Gilberto de Oliveira Moritz, e a todos os produtores de queijo.
Viva o alimento artesanal!

AGRADECIMENTOS

Construir uma tese é um trabalho árduo e, muitas vezes, solitário, são horas, dias, meses e anos de dedicação exclusiva com o intuito de finalizar com sucesso esse longo processo. No meio disso tudo, eu tive caminhos tortuosos, muitas dificuldades e até uma quase desistência. Por isso, neste espaço, eu gostaria muito de agradecer àquelas pessoas que me apoiaram nesse momento, que acreditaram no meu trabalho, reconheceram minha realidade e batalharam para que eu pudesse concluir e apresentar a tese, isso foi primordial para que eu chegasse até aqui, sem eles, eu jamais teria conseguido.

Serei eternamente grata a essas pessoas que listarei daqui por diante, tenho sincera admiração e foi uma honra finalizar este meu projeto com eles ao meu lado. Por isso, os meus sinceros agradecimentos vão primeiramente ao Professor Dr. Pedro Melo, meu orientador de mestrado, conhecedor das minhas capacidades e um grande apoiador. Foi, por meio do esforço dele, que pude concluir a tese e ele terá a minha gratidão eterna, muito obrigada, Pedro.

Meus agradecimentos se dirigem agora ao meu orientador, Professor Dr. Maurício Serva. Que honra ser sua orientada, ser sua aluna e aproveitar de tanta sabedoria e do carinho dedicado a mim. Novamente serei eternamente grata pelo acolhimento, por toda atenção, delicadeza e cuidado comigo e com o meu trabalho. Obrigada por acreditar, obrigada por me devolver esperança e capacidade para finalizar a tese, me faltam palavras para expressar o quão importante você foi nesse processo.

Também gostaria de agradecer ao meu grande torcedor e apoiador, aquele que me colocou nesse caminho, aquele que foi meu professor da vida, meu pai, Professor Dr. Gilberto de Oliveira Moritz. Meus sinceros agradecimentos a ti, que nunca deixou de acreditar que eu era capaz e que eu podia fazer, independentemente daquilo que nos atingia. A tua torcida era diária, tua disponibilidade constante e teu carinho a todo instante. Novamente eu não tenho palavras para descrever o quanto os teus ensinamentos, as tuas experiências e as nossas conversas me trouxeram aqui. Eu me orgulho muito de tudo que passamos e espero que tenhamos um futuro melhor, vamos em frente sempre!

Agora, agradeço ao meu companheiro amado, Jean Pereira, sem o teu apoio, carinho e amor, eu não teria chegado até aqui. Você foi fundamental nesse processo, meu maior torcedor, você nunca duvidou da minha capacidade e, por isso, eu agradeço por todo o esforço, dedicação, respeito, tolerância e compreensão que você dispensou a mim durante todos esses anos em que eu me dediquei a esse meu projeto de vida.

Minha família querida, minha mãe Vera, meus irmãos Gabriel e Sílvia e minha irmã gêmea Isabela, que acompanhou tudo de perto, obrigada pela torcida, pela acolhida, pelos colos e abraços apertados.

Eu não teria como realizar este trabalho sem o auxílio dessas três pessoas que foram essenciais nas minhas visitas a Major Gercino e a Seara. Remir, Marlene e Valdir, vocês estão nas minhas melhores lembranças, vocês foram verdadeiros facilitadores do meu trabalho, por meio de vocês, eu pude ver, ouvir e entender os produtores. Obrigada por terem me dado essa chance.

Agradeço por todo o carinho que recebi dos produtores de queijo e pelo entusiasmo demonstrado na causa e, ainda, no orgulho pelo produto artesanal. Obrigada por abrirem as portas das casas de vocês para mim, vocês me ensinaram muito.

E, por último, mas não menos importante, claro, agradeço à minha querida amiga Clenia De Mattia. Essa amizade começou nos primeiros anos de doutorado e, por meio dela, conseguimos ultrapassar essa etapa. Apesar da distância de hoje em dia, eu agradeço a você pela troca, sintonia, pelas risadas, pelos cafés e por todo o auxílio prestado (lendo meu material e me auxiliando nas apresentações), pela tua constante torcida por mim e, principalmente, pelo teu ombro amigo.

RESUMO

Esta pesquisa aborda um estudo sobre os mercados de queijo de leite cru nos municípios de Major Gercino e Seara, localizados no Estado de Santa Catarina. O queijo artesanal é um produto típico dessas regiões e, com o passar dos anos, pela influência de normas sanitárias de grande escala, essa atividade tradicional, passada de geração para geração, corre o risco de desaparecer. A legislação empregada atualmente não é compatível com a realidade desses produtores, fazendo-se necessária uma interação entre poder público, a ciência e a arte de saber-fazer o queijo para fortalecer a produção artesanal. O estudo foi embasado pela análise teórica da Nova Sociologia Econômica, pois se trata de um mercado com história e enraizamento local. A NSE, por meio da teoria das três forças sociais de Beckert (2010), redes, instituições e estruturas cognitivas, tem o intuito de revelar um mundo empírico através das relações sociais dos atores a partir da interpretação de como esses sujeitos vivem e compartilham as suas histórias. O aporte teórico da NSE oferece uma alternativa para auxiliar na análise da configuração desses mercados, iluminando novas práticas tecnológicas, gerenciais e mercadológicas, assim como inovações organizacionais. O estudo aponta que, apesar de informal, a venda do queijo artesanal acontece por meio dos mercados de proximidades e que nos últimos anos observou-se um aumento da participação de atores nesse mercado que são entusiastas do produto e auxiliam os produtores na valorização do queijo artesanal. Diante do panorama apresentado por este estudo, foi possível identificar que o mercado artesanal de queijo de leite cru, tanto em Seara quanto em Major Gercino, compõe um processo complexo com características semelhantes, que contam com a atuação de diversos atores que tanto podem impor barreiras como podem retirá-las para o funcionamento ou não do mercado. O mercado estudado conta com a atuação de pesquisadores de universidades, associações, órgãos governamentais de apoio às agroindústrias, movimentos sociais e, hoje em dia, com novas normas e regulamentos de controle. Ficou aparente que as normas estabelecidas através de Instruções Normativas e os novos projetos de leis podem ter uma dualidade no seu papel, ao mesmo tempo podem promover o auxílio a essas iniciativas, como também o estabelecimento de um nicho para o produto, criando barreiras ainda maiores para os pequenos produtores. A conclusão deste estudo é que os mercados artesanais de queijo de leite cru, estudados nos dois municípios catarinenses, são espaços reais de confronto entre atores, cuja forma depende exatamente da força, da organização, do poder e dos recursos de que cada parte dispõe. Portanto, o mercado artesanal de queijo de leite cru não pode ser explicado em termos unicamente individuais, mas sim enraizados dentro de um contexto mais amplo, abrangendo a dimensão cultural, social, econômica e ambiental. Foi possível verificar que a valorização dos produtos artesanais está associada a um amplo processo que envolve não apenas a revalorização dos sistemas produtivos locais, mas, principalmente, a proximidade entre consumidores e produtores e que o processo da construção social dos mercados é oriundo de uma série de condições socialmente construídas de forma intencional por diversos atores e organizações.

Palavras-chave: Mercados Artesanais. Agricultura Familiar. Nova Sociologia Econômica.

ABSTRACT

This research addresses a study on the raw milk cheese markets in the municipalities of Major Gercino and Seara, located in the state of Santa Catarina. Artisanal cheese is a typical product of these regions and over the years, due to the influence of large-scale sanitary standards, this traditional activity passed from generation to generation, is in danger of disappearing. The current legislation is not compatible with the reality of these producers, requiring an interaction between public authorities, science and the art of knowing how to make cheese to strengthen artisanal production. The study was based on the theoretical analysis of the New Economic Sociology, as it is a market with local history and roots. The NES, through Beckert's theory of the three social forces (2010), social networks, institutions and cognitive frames, aims to reveal an empirical world through the social relations of the actors from the interpretation of how these subjects live and share their stories. The theoretical contribution of the NES offers an alternative to assist in the analysis of the configuration of these markets, illuminating new technological, managerial and marketing practices, as well as organizational innovations.

The study points out that although illegal, the sale of artisanal cheese happens through the nearby markets and that in recent years there has been an increase in the participation of actors in this market who are enthusiastic about the product and assist producers in the valorization of artisanal cheese. In view of the panorama presented by this study, it was possible to identify that the artisanal market of raw milk cheese in both Seara and Major Gercino, composes a complex process with similar characteristics, which count on the performance of several actors that can impose barriers as well as withdraw them for the functioning or not of the market.

The market analysed, has the performance of researchers from universities, associations, government agencies to support agro-industries, social movements and nowadays with new control rules and regulations. It became apparent that the norms established through Normative Instructions and the new draft laws may have a dual role, at the same time they can promote aid to these initiatives, as well as the establishment of a niche for the product, creating even greater barriers for small producers. The conclusion of this study is that the artisanal markets of raw milk cheese, studied in the two municipalities of Santa Catarina, are real spaces for confrontation between actors, whose form depends exactly on the strength, organization, power and resources that each party has. Therefore, the artisanal market of raw milk cheese cannot be explained in solely individual terms, but rooted within a broader context, covering the cultural, social, economic and environmental dimension. It was possible to verify that the valorization of artisanal products is associated with a wide process that involves not only the revaluation of local production systems, but mainly the proximity between consumers and producers and that the process of social construction of markets comes from a series of conditions socially constructed intentionally by different actors and organizations.

Keywords: Craft Markets. Familiar Agriculture. New Economic Sociology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O posicionamento das três forças sociais no campo	69
Figura 2 – Representação da Região da Grande Florianópolis – destaque para o município de Major Gercino	97
Figura 3 – Representação da Região do oeste catarinense – destaque para o município de Seara	97
Figura 4 – Propriedade visitada e o processo de cura do queijo.....	111
Figura 5 – Queijos artesanais de Seara.....	112
Figura 6 – Foto do Município de Seara	114
Figura 7 – Imagem de uma propriedade visitada em Major Gercino.....	115
Figura 8 – Imagens e do processo de cura do queijo de leite cru em Major Gercino	116
Figura 9 – Queijo artesanal maturado e processo de cura e secagem de queijos da localidade Diamante (Major Gercino)	125
Figura 10 – Imagem de adesivo de campanha em uma propriedade no Diamante	126
Figura 11 – Imagem do processo de cura do queijo Diamante	134
Figura 12 – Imagem de uma propriedade ainda não legalizada em Seara	136
Figura 13 – Morfologia dos Mercados de Queijos de Leite Cru	145
Figura 14 – Queijo do Diamante	149
Figura 15 – Queijo artesanal de Seara	153

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Uma tipologia de mercados para agricultura familiar	16
Quadro 2 – Requisitos estabelecidos pela Instrução Normativa n. 30/2013 para produção de queijos produzidos a partir de leite cru com maturação inferior a 60 dias para a comercialização em todo território nacional	50
Quadro 3 – Resumo das Principais Interinfluências de Instituições, Redes e Atores Sociais Para a Sua Transformação ou Estabilidade	78
Quadro 4 – Competências de cada órgão no processo de incorporação do selo Arte	119

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA	14
1.2 OBJETIVOS.....	26
1.2.1 Objetivo Geral	26
1.2.2 Objetivos Específicos	26
1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	26
1.4 ESTRUTURA DA TESE	27
2 FUNDAMENTAÇÃO TÉORICO-EMPÍRICA	29
2.1 A AGRICULTURA FAMILIAR	29
2.1.1 Os Mercados Acessados pela Agricultura Familiar	33
2.1.2 Considerações Iniciais sobre a Especificidade da Produção Artesanal de Alimentos	38
2.1.3 Os Produtos Artesanais da Agricultura Familiar.....	40
2.1.4 Qualidade dos Produtos Artesanais	44
2.1.5 A Produção de Queijo de Leite Cru.....	48
2.2 A SOCIOLOGIA ECONÔMICA E A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA	53
2.2.1 A Nova Sociologia Econômica (NSE)	55
2.2.2 Os Mercados como Construções Sociais.....	59
2.2.3 A Concepção Político-Cultural dos Mercados: as estruturas sociais do campo econômico	62
2.2.4 As Forças Sociais que Regem o Mercado: o modelo das três forças sociais de Beckert	67
2.3 O MOVIMENTO SLOW FOOD	80
2.3.1 As Origens do Movimento Slow Food.....	80
2.3.2 Slow Food: como a rede funciona.....	84
2.3.3 Conceito do Alimento Bom Limpo e Justo	85
2.3.4 O Slow Food no Brasil	87
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	90
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	90
3.2 ESTUDO DE CASO	93
3.2.1 O Caso	94
3.2.2 Coleta de Dados.....	98
3.2.3 Questionário de Entrevista.....	101
4 A CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU E SUA PRODUÇÃO	108
4.1 A HISTÓRIA DO QUEIJO ARTESANAL EM SANTA CATARINA.....	108

4.1.1 A História do Queijo de Leite Cru em Seara.....	110
4.1.2 A História do Queijo de.....	114
Leite Cru em Major Gercino	114
4.2 QUADRO LEGAL DO MERCADO DOS PRODUTOS ARTESANAIS DE ORIGEM ANIMAL	116
4.2.1 Lei Federal.....	116
4.2.2 Lei Estadual	121
4.2.3 Lei Municipal	123
4.3 A CARACTERÍSTICA DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU E SUA PRODUÇÃO	124
4.3.1 As Instituições que Sustentam esse Mercado	129
4.3.2 As Estruturas Cognitivas	137
4.3.3 Redes	140
4.4 APRESENTAÇÃO DO QUADRO TEÓRICO E SUA ANÁLISE DOS MERCADOS ARTESANAIS DE QUEIJO DE LEITE CRU FABRICADOS EM SEARA E MAJOR GERCINO	145
4.4.1 Descrição dos Sujeitos Participantes do Mercado de Queijo de Leite Cru	146
5 CONCLUSÕES.....	168
REFERÊNCIAS	178
APÊNDICE A – ROTEIRO APLICADO PARA A COLETA DE DADOS – MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU.....	195
ANEXO A – MAPA DOS QUEIJOS ARTESANAIS SLOW FOOD	199
ANEXO B – FOTOS E REPORTAGENS SOBRE O TEMA DESTA TESE	200
ANEXO C – MANIFESTO EM DEFESA DOS QUEIJOS DE LEITE CRU.....	203
ANEXO D – AS LEIS QUE REGEM O MERCADO DE PRODUTOS ARTESANAIS	204

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo contextualiza o tema da tese, apresentando definições iniciais que servem de base para a fundamentação teórica e a aplicação na pesquisa de campo. O capítulo está dividido em quatro seções: a primeira está relacionada ao tema e ao problema de pesquisa; a segunda define o objetivo geral e os objetivos específicos; a terceira apresenta a justificativa da tese e a quarta e última descreve como esta tese se estrutura.

1.1 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

Mercados são conceitos com múltiplos significados nas ciências sociais. Apesar de os mercados constituírem as estruturas sociais e econômicas que mais transformaram o conjunto das relações humanas até a atualidade, seu funcionamento é ainda objeto de muitas controvérsias nas ciências sociais, principalmente em relação às ciências econômicas (WANDERLEY, 2002). Durante o século XX, os mercados foram objeto de inúmeros estudos no campo da economia, afastando-se da sociologia, da filosofia, da psicologia e da política. Como resultado, os mercados foram gradativamente sendo confinados a um debate cada vez mais restrito ao campo econômico, de viés quantitativo, dominado pela teoria do equilíbrio geral, especialmente no pós-guerra até a década de 1970. Desse processo, fortaleceu-se a divisão estanque entre o campo econômico e o social, privilegiando os aspectos econômicos em detrimento dos aspectos sociológicos que os constituem (NIEDERLE *et al.*, 2014).

Nesse contexto, vale ressaltar que os pressupostos da economia neoclássica enfatizam que o consumidor é um agente racional (*homo economicus*) que toma as suas decisões com o intuito de maximizar os seus interesses; os mercados funcionam de forma autorregulada; os preços são determinados pelas oscilações dos mercados (oferta e demanda), não sendo inteiramente afetados pelas decisões das organizações; e que, nesse processo, as instituições são consideradas como dadas e neutras. Para Steiner (2006), a economia possui duas premissas teóricas equivocadas: 1) os indivíduos agem a partir de uma situação de informação perfeita sem questões subjetivas e são guiados pelo repertório de preços do mercado; e 2) os atores agem sem nenhum grau de incerteza quanto às qualidades e às propriedades dos bens de um mercado, ou quanto ao cenário futuro.

Refutando a abordagem da economia neoclássica, Karl Polanyi (1980) afirmou que, longe de ser natural e universal, a economia moderna é o resultado da atividade humana. Os mercados não são um sistema particular de troca. O objeto de transações e de aquisições nos

mercados requer a construção de condições sociais e políticas de sua livre circulação. Os mercados em que os indivíduos realizam trocas livremente e tomam suas decisões são criados lentamente (PANZUTTI, 2011). Inspirada por essas ideias, a Nova Sociologia Econômica (NSE) se apresenta como uma alternativa teórica para a visão de que os mercados são estruturas genéricas e constituídos de forças externas à própria sociedade.

Nesse sentido, outros elementos, além dos econômicos, ganham importância para a Nova Sociologia Econômica (NSE) como a dimensão social, política, cultural, histórica e de poder; e alguns pressupostos mais tradicionais das pesquisas econômicas têm sido relativizados, como a impessoalidade, a racionalidade e o oportunismo (GRANOVETTER, 1985; FLIGSTEIN, 2001; BOURDIEU, 2003; ZELIZER, 2003).

A partir dessa noção, Jardim e Campos (2012) enfatizam a importância de pesquisas e de manifestações que promovam estudos críticos das diversas construções do conceito de mercado, promovendo o questionamento na crença na racionalidade e no *homo economicus*, disseminada pela economia. Os autores ressaltam, ainda, que apesar da contribuição de muitos estudos de mercados a partir da visão da NSE, a ciência que inspira os desenhos das políticas públicas de diversos países, inclusive o Brasil, é ainda a economia neoclássica, sendo assim:

Projetos sociais e políticas para o mercado de trabalho, para a agricultura, para o agronegócio, para o desenvolvimento sustentável, dentre outros, tendem a neutralizar as variáveis culturais, sociais, políticas e simbólicas, presentes no mundo social, em detrimento das variáveis de natureza econômica. (JARDIM; CAMPOS, 2012, p. 4)

Esse motivo contribui para que exista uma carência em termos de literatura que analise as peculiaridades e as diferenças dos diversos tipos de mercados acessados por agricultores familiares. Sabourin (2012) afirma que essas diferenças não podem ser reduzidas às únicas formas e regras estabelecidas pelo grande mercado capitalista, pois possui interfaces variadas, permitindo uma convivência diversificada, por meio de uma articulação entre práticas de reciprocidade e práticas de troca mercantis. No Brasil, a venda direta, as feiras locais e as agroecológicas são exemplos de mercados de proximidade¹ que geram laços sociais e estimulam a sociabilidade a partir da relação direta entre produtores e consumidores. Os trabalhos de Abramovay (2003) e Wilkinson (2008) constituem boas referências a respeito de abordagens alternativas para se compreender as particularidades das diferentes formas de integração mercantil dos agricultores familiares na atualidade.

¹ Para Wilkinson (2002, p. 814), os mercados de proximidade “[...] podem ser vistos, fundamentalmente, como o prolongamento de relações familiares, ou, diretamente, com consumidores ou, com canais de comercialização”.

Para Wilkinson (2008, p. 13), “[...] inexistente na literatura um respaldo analítico para pensar os novos espaços da agricultura familiar”. Dessa forma, para o autor, é importante entender quais são esses mercados e como eles se configuram:

Podemos identificar pelo menos quatro formas tradicionais de mercados acessados por agricultores familiares: acesso direto, sobretudo no caso do mercado local (informal); intermediação via atravessador; integração com a agroindústria e compras por parte do poder público. (WILKINSON, 2008, p. 16)

E na sequência, o autor apresenta um quadro com uma tipologia de mercados e seus respectivos perfis e desafios.

Quadro 1 – Uma tipologia de mercados para agricultura familiar

Mercado	Perfil	Desafio
<i>Commodities</i>	Velhos e Novos Mercados Locais e a Distância	Padronização, Legislação, Qualidade Mínima e Escala
Especialidades	Discriminado por Grau de Associação com a Localidade/Tradição	Concorrência de Novos Entrantes
Orgânicos	Grau de associação à Saúde e/ou a um Modo Específico de Produção	Certificação, Escala, Pesquisa
Artesanais	Denominação de Origem ou não	Qualidade, Normas Técnicas, Autenticidade, Ação Coletiva
Solidários	Identificação ou não com a Agricultura Familiar, Mercados de Alta e Baixa Renda	Escala, Variedade, Qualidade
Institucionais	Licitações, Oferta para Varejo	Qualidade, Variedade, Escala

Fonte: Wilkinson (2008, p. 17)

De acordo com Wilkinson (2008), essa tipologia precisaria ser complementada por uma nova proposta, tratando das formas de articulação entre, por exemplo, as bases produtivas e os centros de consumo. Segundo o autor ainda, o desafio pelo qual perpassam todos os mercados é a capacidade de transformar os processos e os produtos locais, que criam mercados como extensões e desdobramentos de redes sociais, em processos e em produtos com disposição de viajar e de manter as suas características específicas, mesmo frente a consumidores desconhecidos.

Nesse sentido, esta tese identifica uma lacuna teórica e prática, que consiste na ausência de pesquisas que contribuam para o mapeamento de elementos que auxiliem na constituição da configuração de mercados da agricultura familiar sob a lente teórica da NSE, sobretudo aqueles classificados por Wilkinson como mercados artesanais. Apesar das contribuições relevantes aportadas por pesquisadores nesse campo, como Schneider (2003; 2006), Maluf (2004; 2001),

Wilkinson (1996; 1997; 1998; 1999; 2000; 2002; 2003; 2008), Schultz (2012), Cintrão (2016), Carvalho, Lindner e Farina (2015), Wesz Junior (2014), Estival (2013), Nierdele (2011), Menezes (2011) e Mafra (2008), esta tese pretende contribuir com as investigações sobre os mercados artesanais de queijo de leite cru, que serão descritos detalhadamente mais à frente, por meio do aporte teórico da NSE, mais especificamente das três forças sociais propostas por Beckert (2007b).

Esta tese propõe considerar as seguintes categorias analíticas que irão orientar a compreensão das dinâmicas e das práticas a serem identificadas no campo empírico dos mercados artesanais de queijo de leite cru: qualidade; normas técnicas; autenticidade e ação coletiva. Ou seja, o cruzamento entre essas categorias de análise com as três forças sociais de Beckert irá guiar as investigações sobre a configuração dos mercados artesanais.

Para Estevam, Salvaro e Busarello (2015), nas últimas décadas ocorreram profundas transformações nas formas de intermediação entre a produção familiar e os mercados, mudanças que exigem maior autonomia e capacidades próprias por parte dos agricultores. Por exemplo, a oferta massiva e estandardizada dos alimentos induzida pelo paradigma tecnológico, contrapõe-se, atualmente, com a crescente orientação da procura pelos consumidores por produtos diferenciados (ZUIN; ZUIN, 2008). Essa tendência tem sido observada em países como os EUA e também na União Europeia. O surgimento de novos mercados de nichos, como os mercados de orgânicos e de produtos tradicionais e os mercados com certificações de origem, passaram a ser valorizados pelo consumidor. A busca por essa qualidade não se faz apenas por uma questão de saúde, percebida como uma dimensão de valor relevante, típica de produtos orgânicos, em relação aos alimentos convencionais, nos quais são utilizados agrotóxicos em seus processos produtivos. Mas, também pela qualidade simbólica presente nesses alimentos, como a tradição cultural, suas origens e raízes, pois esses alimentos trazem na sua constituição a história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região.

Nesse sentido, os produtos artesanais são denominados produtos com história, pois se constituem e fazem parte da história social de uma determinada cultura. Essa história atravessa gerações responsáveis pela produção e recriação desses produtos, é uma história vinculada a um emaranhado de relações sociais e familiares, resultantes do saber e da experiência. Portanto, a produção desses alimentos é um processo construído ao longo do tempo por meio da tradição familiar. Dessa forma, esses produtos também são chamados de tradicionais, caseiros, de qualidade, produtos da terra, entre outras denominações, pois conservam características que os definem quanto ao aspecto, à textura e ao sabor que estão ligados à cultura gastronômica de uma população (ZUIN; ZUIN, 2008).

Geralmente, os mercados de produtos artesanais reconhecidos por meio de cadeias curtas, socialmente controladas por grupos de produtores ou cooperativas de consumidores, atendem às regras de reciprocidade ou introduzem aspectos de sociabilidade nas relações de troca mercantil. Essa relação cara a cara pode gerar valores afetivos, como o sentimento de reconhecimento e de amizade, ou valores éticos, como respeito, confiança e até fidelidade (SABOURIN, 2012).

Aqui, vale a ressalva para explicar a reconfiguração desses mercados alimentares que ocorreu a partir dos anos de 1980 e envolveu a construção de inúmeras “redes alternativas” que abarcaram segmentos bastante específicos de produtores, consumidores e mediadores sociotécnicos (NIEDERLE *et al.*, 2014). Assim, surgiram as feiras-livres para produtos agroecológicos, os grupos de consumo ético e responsável, os coletivos vegetarianistas, as associações e cooperativas de agroindústrias rurais familiares, as novas organizações ambientalistas voltadas ao consumo sustentável-ético-responsável e, mais recentemente, os grupos para a promoção da agricultura urbana, do consumo local e dos alimentos tradicionais. Essas experiências confirmaram trajetórias inovadoras pelas quais circulam, além de bens alimentares diferenciados, atores e valores sociais que se formaram por meio de uma construção política reunindo movimentos sociais emergentes, os quais direcionaram suas pautas para a construção de novos modelos de produção e de consumo, e uma das principais expressões desses movimentos é a rede Slow Food, que tem entre os seus principais princípios a defesa de identidades culturais ligadas às tradições alimentares e gastronômicas; a proteção de produtos alimentares, alimentos, processos e técnicas de cultivo e processamento, herdados por tradição (NIEDERLE *et al.*, 2014).

Segundo Dorigon (2008), essas práticas com a participação de redes como o Movimento Slow Food possuem muitos aspectos relevantes, entre os quais, é possível encontrar a valorização e o reconhecimento de agricultores que acessam determinados mercados por meio da venda de seus produtos artesanais, assim como da participação em espaços de discussão e de troca de conhecimentos. Niederle *et al.* (2014) apontam que, por meio dessas práticas, os alimentos de **produção artesanal** são apontados como fatores importantes para o desenvolvimento de regiões rurais. Por esse motivo, são necessários instrumentos que propiciem a sua proteção de forma mais ampla, para que saberes, práticas, utensílios e espaços tradicionais sejam contemplados, já que esses produtos (coloniais, caseiros e caipiras) são **enraizados em um contexto espacial e em tradições específicas**.

Apesar dos aspectos positivos, Dorigon (2008) afirma que alguns produtos artesanais têm sofrido pressões promovidas pelo aumento da fiscalização sanitária e jurídica, ameaçando

a sua permanência nos mercados como é o caso do **queijo de leite cru**. Seu processo de produção é tradicional² e está caracterizado por um profundo **enraizamento nos modos de vida e nas culturas regionais**, mas vem sendo barrado no Brasil, pela **legislação empregada**, forçando os produtores a investirem em transformações exigidas pelas normas para não serem excluídos desse processo e, ao fazê-las, perdem mercado, pois os produtos deixam de possuir as características singulares procuradas pelos consumidores (MENEZES, 2011).

Desse modo, mesmo que tradicionalmente, esses produtos tenham sido produzidos em pequenas estruturas, com utensílios específicos e de modo artesanal, à medida que o objetivo passa a ser a sua inserção em mercados formais, torna-se necessário alterar estruturas, utensílios e, conseqüentemente, adaptar modos de fazer. Assim, se, por um lado, a qualidade desses produtos se afirma exatamente na diversidade, **produção em espaços rurais, tradição, cultura, valores e relação com modos de vida**, por outro, os desafios para a formalização seguem em busca de atendimento às exigências legais que comprometem a singularidade e diversidade desses produtos (CRUZ; MENASCHE, 2014).

Dessa maneira, Sabourin (2012) e Dorigon (2008) mostram que normas nacionais impostas unilateralmente pela regulamentação federal da qualificação agroalimentar excluem muitos sistemas produtivos localizados e diferenciados. A exclusão do mercado, além de agravar problemas sociais, acelera a erosão dos conhecimentos tradicionais e enfraquece a imagem dos produtos artesanais. Sendo assim, como é a realidade de diversos produtores da agricultura familiar do país, os produtores de queijos artesanais, em sua maioria, produzem e comercializam seus produtos de maneira informal e sem qualquer tipo de inspeção oficial. Dessa forma, os queijos estão sempre sujeitos à apreensão e à destruição por órgãos fiscalizadores, gerando insegurança para os pequenos produtores, o que pode levar à extinção da fabricação desses produtos tão importantes para a renda familiar do produtor rural (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015).

Países com grande tradição em queijos, como a França – onde existem mais 300 tipos de queijos de leite cru e cada habitante consome 26,1 kg/ano – estão muito acima de países como o Brasil, onde o consumo *per capita* do produto gira em torno de 3,4 kg/ano e a variedade de queijos de leite cru não chega a 20 tipos diferentes. Sem contar as medidas impostas unilateralmente por outros países, o que resulta em enormes conseqüências comerciais, devido ao protecionismo formal ou mesmo disfarçado (SERTA OBRAS, 2016). Assim sendo, por sua forte tradição com o queijo de leite cru, a França precisou se organizar para ter sua produção

² O modo de produção do queijo de leite cru em determinadas regiões do Brasil possui mais de um século (MENEZES, 2011).

aceita após a criação da União Europeia, preenchendo uma série de requisitos de maturação, segurança alimentar e procedimentos sanitários. Para que se adaptassem, os produtores franceses ganharam subsídios do governo adequando a sua produção a essas normas. Na verdade, eles não teriam como arcar com as modificações a curto prazo se não fosse o subsídio governamental fornecido pela UE e pelo governo francês. Houve também uma contrapartida dos produtores na especialização da mão de obra. As linhas de crédito rural na Europa exigem cursos de habilitação no setor agropecuário, condições fitossanitárias ideais. Por exemplo, cada região possui seu próprio caderno de normas específico para a produção de determinados tipos de queijos, a fim de que os produtores possam se adequar a rigorosos critérios de produção que, por sua vez, assegurem a emissão de determinadas certificações de garantia da qualidade. Tais certificações de queijos controlam, por exemplo, a alimentação do gado, o tempo de cura e o tipo de coagulação. Esse conjunto de valores relativo a um determinado queijo é denominado “Indicação Geográfica (IG)” ou “Denominação de Origem (DO)”. Para tanto, pessoas que detêm esses conhecimentos específicos se mobilizam em grupo para reconhecer e qualificar o produto típico de sua região (CINTRÃO, 2016).

Já, no Brasil, existe uma grande concentração de produtores que fabricam o queijo com o leite cru, sendo as principais regiões produtoras: Minas Gerais (queijo Minas Artesanal), Região Sul do país (queijo Colonial, Serrano e Diamante) e Nordeste (Coalho e Manteiga) (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). A legislação permite a fabricação de queijos de leite cru desde que esses produtos passem pelo processo de maturação mínima de 60 dias ou que estejam de acordo com a **Instrução Normativa n. 57/2011**. Tal Instrução determina que a produção de queijos artesanais com maturação inferior a 60 dias esteja restrita às queijarias situadas em regiões certificadas ou tradicionalmente reconhecidas e em propriedade produtora de leite cru, com *status* livre de tuberculose, brucelose e controle de mastite. Portanto, para conseguir produzir o queijo em um período de maturação inferior a 60 dias, o produto será definido por pesquisas e estudos específicos, que devem ser realizados por comitês técnico-científicos designados pelos órgãos fiscalizadores.

Minas Gerais foi o primeiro Estado do Brasil a descumprir a “regra dos 60 dias”, que obriga a “cura” por no mínimo 60 dias dos queijos feitos com leite não pasteurizado, assim como o primeiro também a aprovar uma legislação sanitária específica para os queijos

artesanais (a Lei Estadual n. 14.185³, de 2002) e o pioneiro na defesa dos queijos de leite cru no Brasil.

Essa regra teve origem nos Estados Unidos e, atualmente, é fortemente recomendada pelo *Codex Alimentarius* (código de leis sanitárias que regula o mercado internacional de alimentos). Ela foi internalizada no Brasil por meio de acordos internacionais de comércio, estando presente no Regulamento de Inspeção Industrial de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), que é voltado para a inspeção de produtos industriais, mas regula também alimentos artesanais e não diferencia escalas de produção. Pode-se dizer que Minas Gerais tem uma grande produção de queijo em pequena escala pela existência de um grande mercado informal de queijos de leite cru, que, na sua maioria, são feitos em pequena escala por famílias que produzem abaixo de 50 quilos de queijo por dia. Os queijos feitos “nas roças” ou “nas fazendas” são parte da identidade cultural dos mineiros, e o modo de fazer os queijos Minas artesanais foi reconhecido pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN) como um patrimônio cultural. Apesar dos grandes esforços feitos em Minas Gerais, a inadequação da legislação mineira à realidade das famílias produtoras se reflete no fato de que, mais de dez anos após a promulgação da Lei Estadual de 2002 para os queijos artesanais, é possível considerar um percentual mínimo de famílias atendendo à legislação de fato, não havendo indícios de que esse número tenda a aumentar significativamente. A perspectiva das IGs e a busca de “mercados de nicho” permite encontrar saídas legais e conseguir adeptos entre técnicos, pesquisadores e produtores, sem questionar a lógica industrial dominante nacional (CINTRÃO, 2016).

Já, no ESTADO de Santa Catarina, essa tradição da fabricação com o leite cru está principalmente nos queijos Diamante e Colonial. O queijo Diamante é produzido em diversas pequenas comunidades rurais do município de Major Gercino, localizado na região serrana da grande Florianópolis. Essas comunidades, incluindo a comunidade de Diamante, onde se encontra a maioria dos produtores, se localiza em média a 700 metros de altitude, foram colonizadas por imigrantes ou descendentes de imigrantes vindos da Europa. Atualmente, em torno de 25 famílias se dedicam a essa atividade, produzindo de 4 a 25 kg de queijo por dia. Esse número, infelizmente, vem diminuindo pelo fato de a legislação não proteger os produtores de queijos tradicionais. No caso do queijo Diamante, a “cura” desse produto leva de 10 a 40

³ Este Regulamento abrange a produção de queijos artesanais produzidos a partir de leite cru, beneficiados na queijaria da propriedade de origem, sem a utilização de técnicas industriais, em microrregiões tradicionais em sua produção no Estado de Minas Gerais, segundo procedimentos próprios de tecnologia e produção (ALMG, 2002).

dias e, em virtude disso, os produtores são colocados em situação de risco social e profissional por exercerem a profissão de queijeiros. Como consequência, esses produtores têm sérios problemas para comercializar o produto. Essa barreira legal está fazendo com que a cada ano existam menos produtores, e o queijo está aos poucos desaparecendo dos mercados locais (SLOW FOOD, 2016b).

Já a produção de queijo Colonial está localizada no município de Seara, no Oeste catarinense. Segundo Carvalho, Lindner e Farina (2015), Seara é composta de 1.200 propriedades rurais da agricultura familiar, das quais, 600 estão vinculadas à cooperativa CREDISEARA. Dessas, 500 são produtoras de leite e 371 produzem queijo (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Das propriedades produtoras de queijo, 71 comercializam o produto, sendo apenas uma propriedade com a atividade formalizada, sendo esta a única que produz queijo a partir de leite pasteurizado. O restante, ou seja, a maioria, comercializa na informalidade. Nesse município, somam-se, às dificuldades colocadas pela legislação existente, as ações das grandes indústrias leiteiras presentes na região e a intervenção do poder público. Para os produtores deveria haver uma legislação específica, como existe na França, para alimentos produzidos em pequena escala pela agricultura familiar, com diretrizes que atendam a esse tipo de produção, além de políticas públicas de incentivos fiscais e tributários que desonerem os custos produtivos. Apesar da criação da Instrução Normativa n. 30/2013⁴, são os pequenos estabelecimentos que possuem dificuldades para se formalizar, uma vez que eles devem seguir a mesma legislação estabelecida para indústrias de médio e grande porte no que se refere às exigências estruturais e tributárias (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015).

Desde 2011, as normas federais e estaduais vêm sendo modificadas⁵ e, apesar de representarem um avanço e possibilitarem a abertura dos mercados e a formalização das queijarias produtoras, no caso do Estado de Santa Catarina, permanecem as dificuldades de formalização dessa atividade, principalmente pelo fato de se exigir a pasteurização⁶ para fabricação de queijos. Assim, mesmo que em alguns municípios dentro do Estado seja permitida a produção de queijo com leite cru, a comercialização do produto é restrita àquele município produtor (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Em nome da ciência e da segurança sanitária, criminaliza-se um alimento enraizado culturalmente com o saber-fazer secular, como

⁴ Art. 1º Permitir que os queijos artesanais tradicionalmente elaborados a partir de leite cru sejam maturados por um período inferior a 60 (sessenta) dias, quando estudos técnico-científicos comprovarem que a redução do período de maturação não compromete a qualidade e a inocuidade do produto (BRASIL, 2013).

⁵ Essas normas serão abordadas na fundamentação teórica com mais profundidade.

⁶ O processo de pasteurização emprega altas temperaturas (superior a 40 graus), com o objetivo de eliminar micro-organismos patogênicos e reduzir grande parte dos micro-organismos naturalmente presentes no leite (CARVALHO *et al.*, 2015).

o queijo artesanal. A maioria dos produtores (com exceção daqueles que buscam mercados de nicho para vender para populações de maior renda) continua a fabricar o queijo de acordo com as práticas aprendidas com os seus ancestrais, desconsideradas pelos técnicos especializados e pelos agentes sanitários, que têm como referência os processos industriais de produção. E, paradoxalmente, a imposição de métodos e de normas industriais aos produtores que buscam se legalizar gera, muitas vezes, alterações nas características do queijo, o que deixa os consumidores insatisfeitos, já que eles valorizam essas características específicas (CINTRÃO, 2016).

Dessa maneira, a legislação acaba dificultando a geração de renda e a agregação de valor aos produtos agropecuários artesanais, perseguindo e estigmatizando como “inseguros” determinados mercados regionais e os produtos de pequena escala produtiva, favorecendo, ao contrário, uma maior concentração dos mercados controlados pelos grandes grupos econômicos. Como a legislação sanitária não reconhece as especificidades dos queijos de leite cru das zonas rurais, associadas à produção em pequena escala, ela resiste em aceitar a importância social e econômica de um conjunto de saberes associados à produção e à comercialização de queijos artesanais, que parte de princípios e de lógicas produtivas tão característicos do grande capital produtivo.

Aliando-se a essas questões, emergem movimentos sociais e econômicos, nacionais e internacionais, a exemplo do Movimento Slow Food, que apoiam os produtores da agricultura familiar no resgate e na valorização de produtos regionais e artesanais. Tais movimentos auxiliam os produtores da agricultura familiar por meio de diversas ações que prezam pela conservação de produtos artesanais, assim como os seus modos de produção (Manifesto em defesa do queijo de leite cru⁷ e Grupos de trabalho Slow Food Queijos Artesanais⁸).

Portanto, nos mercados de queijo de leite cru, algumas disputas percebidas são em relação às regras para a fabricação do queijo pela legislação vigente imposta por órgãos como União Europeia, OMC, FDA (Food and Drug Administration)⁹. Esses órgãos são responsáveis, em grande medida, pela institucionalização do consumo de queijo com leite pasteurizado. A

⁷ Em 2001, a campanha para proteger os queijos produzidos com leite cru foi apresentada no evento Cheese, em Bra, Itália. O Manifesto Slow Food em Defesa dos Queijos de Leite Cru foi assinado por mais de 20.000 pessoas e seu grande sucesso restabeleceu a confiança e a dignidade a inúmeros produtores de queijo no mundo todo (SLOW FOOD, 2007).

⁸ Grupo de Trabalho Slow Food Queijos Artesanais visa à promoção do conhecimento, à valorização e ao consumo dos queijos artesanais de leite cru brasileiros (SLOW FOOD, 2007).

⁹ A obrigatoriedade da maturação de queijos produzidos a partir de leite cru por um período mínimo de 60 dias originou-se de uma determinação realizada em 1987 pelo FDA, que vem sendo uma referencial mundial para consumidores, produtores e elaboradores de alimentos (CARVALHO *et al.*, 2015).

principal alegação dessa medida recai sobre a afirmação de que o queijo pode acarretar danos à saúde dos consumidores, definindo, dessa maneira, um conjunto de especificações e de normas para a estrutura física local e em seus modos de produção. Apesar das normas estabelecidas por esses órgãos, parte do processo de institucionalização e de aceitação do produto se dá pela valorização dos modos de produção, entendendo que são os saberes e as práticas tradicionais que instituem a qualidade desse produto, como mostra Dorigon (2008)¹⁰.

Dessa maneira, o aporte teórico da NSE oferece uma rica alternativa para auxiliar na análise da configuração desses mercados, iluminando novas práticas tecnológicas, gerenciais e mercadológicas, assim como inovações organizacionais baseadas na qualidade, em normas técnicas, na autenticidade e na ação coletiva. Segundo Wilkinson (2008), as iniciativas da agricultura familiar procuram desenvolver iniciativas autônomas e capacidades próprias que viabilizem alternativas às formas tradicionais de intermediação dos mercados (ou pela agroindústria ou pelo atravessador).

Portanto, esta tese tem como objetivo principal desenvolver uma investigação com a finalidade de compreender como se configuram os mercados artesanais de queijo de leite cru, por meio de um estudo em dois territórios produtores – Major Gercino (queijo Diamante) e Seara (queijo Colonial) – pela lente teórica da NSE, especificamente por meio da abordagem das três forças sociais – instituições, redes e estruturas cognitivas – propostas por Beckert (2007b). Este estudo pretende encontrar especificidades e potenciais semelhanças e diferenças entre essas duas iniciativas que contribuam para uma melhor compreensão do fenômeno estudado, especificamente em relação aos elementos que poderão subsidiar o estabelecimento de uma proposta de configuração desses dois mercados.

Para Beckert (2007b), os mercados não podem ser compreendidos sem que sejam analisados os papéis das instituições que atuam nesses campos – representadas pelo conjunto de normas e de regras compartilhadas – dos processos cognitivos imbricados nessas relações e pela rede de relações sociais e econômicas que sustentam as práticas organizacionais e mercadológicas de seus agentes. Para o autor, as instituições são noções historicamente construídas, sustentadas por entendimentos vinculados cognitivamente (BECKERT, 2009; DOBBIN, 2004; FLIGSTEIN; DAUTER, 2012; FOURCADE, 2007). Essas três forças estruturais não são apenas dispositivos "neutros" para resolver problemas de coordenação nos domínios dos mercados, mas, antes, contribuem para a estratificação social dos mercados,

¹⁰ Em sua tese, Dorigon (2008) apresenta duas pesquisas de mercado (OLIVEIRA *et al.*, 1999; DOGMA/EPAGRI, 1998) que captaram a valorização da imagem dos produtos coloniais junto aos consumidores de Santa Catarina e, nos dois casos, os produtos coloniais tiveram uma visão positiva e saudável junto aos consumidores.

estando, portanto, sujeitas a diferentes interesses dos atores presentes nos mercados (BECKERT, 2009).

Nesse sentido, a NSE realiza a análise do papel das instituições na orientação do comportamento do ator econômico e, portanto, na regulação do mercado. Sobre as redes sociais, Fligstein (2003) e Beckert (2007b) afirmam que estas são uma espécie de grupos de defesa, intelectuais, especialistas ou movimentos sociais que estabelecem o poder coletivo para moldar quadros e instituições cognitivas, desempenhando diferentes papéis. Já as estruturas cognitivas exercem a sua influência constituindo a percepção e a legitimação de formas institucionais e das estruturas de rede. Além disso, elas são moldadas especificamente dentro das redes sociais, pois fornecem organização mental ao ambiente social, contribuindo para o equilíbrio no campo (BECKERT, 2010; 2012). Nesse sentido, as instituições e as estruturas sociais devem ser interpretadas por atores em termos de suas implicações comportamentais, porque as regras não são específicas o suficiente para determinar as respostas em situações concretas.

Desse modo, Beckert (2010) afirma que o reconhecimento da pluralidade das estruturas sociais contribui para a compreensão da dinâmica de campos, apontando para os recursos que os atores obtêm a partir da posição relativa que ocupam, já que estão envolvidos em uma luta contínua para mudar ou para defender as forças sociais que atuam no campo. Portanto, as forças sociais que estruturam um mercado podem ser uma fonte de estabilidade se as diferentes estruturas se reforçam mutuamente, assim como podem ser uma fonte de instabilidade nos mercados se as alterações em qualquer uma das estruturas tiverem repercussões sobre as estratégias dos atores por causa de emergentes oportunidades de lucro, produtos, intervenções de diferentes atores ou regulações do Estado (BECKERT, 2007b). Sendo assim, a busca pela identificação de atributos que compõem a configuração dos mercados deve ser o resultado da análise das relações estabelecidas nos campos; por isso, é mister evidenciar as normas, as regras, os valores e as redes que definem as pré-condições sociais para as trocas econômicas, a fim de compreender o funcionamento do mercado artesanal de queijo de leite cru.

A partir do contexto apresentado, estabeleceu-se, então, o seguinte problema de pesquisa: Quais são os principais atributos que constituem a configuração dos mercados artesanais de queijo de leite cru, Colonial e Diamante, compreendidos por meio da lente teórica das três forças sociais?

1.2 OBJETIVOS

Decorrente do problema apresentado na seção anterior, definiu-se o objetivo geral e os objetivos específicos desta pesquisa.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os mercados artesanais catarinenses de queijo de leite cru, Colonial e Diamante, por meio das três forças sociais que indiquem os principais atributos que constituem a configuração desses mercados.

1.2.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos são:

- a) Delinear o contexto e o funcionamento dos mercados artesanais de queijo de leite cru Colonial e Diamante.
- b) Investigar os dois mercados artesanais de queijo de leite cru por meio das categorias de análise (qualidade, normas, autenticidade e ação coletiva).
- c) Descrever o contexto desses mercados a partir das três forças sociais, segundo Beckert, para representar a configuração dos mercados artesanais de queijo de leite cru nos municípios escolhidos.

1.3 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Este trabalho se justifica pelo fato de uma tese buscar sempre o aprofundamento da compreensão teórica acerca de tópicos que possam ser claramente enunciados. No caso desta pesquisa, o mercado de queijo de leite cru será analisado por meio da lente teórica da Nova Sociologia Econômica, apontando a originalidade e o ineditismo de uma pesquisa na área da Administração com esse tema. Como não basta descrever resultados, é preciso interpretá-los e enunciar-los teoricamente, dessa maneira, pretende-se preencher uma lacuna teórica para contribuir com estudos voltados aos mercados de produtos artesanais da agricultura familiar.

Sobre a contribuição teórica, este projeto se justifica no sentido de tentar mostrar uma lacuna teórica identificada, ou seja, contribuir com a identificação de atributos que compõem a

configuração de mercados artesanais da agricultura familiar, especificamente em relação aos mercados artesanais de queijo de leite cru, utilizando a lente teórica das três forças sociais.

Sobre a contribuição para a prática, esta tese se propõe a aportar contribuições oriundas de achados empíricos que revelem o funcionamento dos mercados artesanais de queijo de leite cru, suas práticas, barreiras, constrangimentos e potencialidades que possibilitem a estruturação/estabilização desses mercados. E, nesse sentido, colabora-se com a reprodução social e econômica da agricultura familiar. Ao revelar as potencialidades do mercado de queijo artesanal, seus praticantes podem ser beneficiados, assumindo seu protagonismo no campo e fortalecendo sua participação de forma que tenham voz no debate público. A partir do momento que os produtores estiverem mais presentes nesse meio, poderão estabelecer novas estratégias dentro do mercado da agricultura familiar.

Sobre a escolha dos dois municípios escolhidos no Estado de Santa Catarina, ela se deu devido ao Projeto Slow Food: alimentos bons limpos e justos, realizado pela Universidade Federal de Santa Catarina em parceria com outras instituições de ensino superior e coordenado pelo Centro Socioeconômico e pelo Centro de Ciências Agrárias, nos anos de 2016 a 2018.

Nesse sentido, esta tese pretende valorizar os produtos tradicionais, mostrando as iniciativas de movimentos oriundos da sociedade civil, como é o caso da rede Slow Food, que tem como um dos seus objetivos reavivar e valorizar culturas centenárias no modo de fazer e de trazer a discussão sobre os entraves que podem desestimular esse tipo de produção. Afinal, o apoio a essas atividades rurais é fundamental para o desenvolvimento e a sustentabilidade das famílias no campo. É necessário também avançar na discussão com o propósito de criar legislações específicas para os produtores de queijos artesanais da agricultura familiar. Essas leis deverão contemplar exigências de qualidade sem que se percam as características fundamentais do produto, sobretudo as estruturais e as documentais, para sua formalização.

1.4 ESTRUTURA DA TESE

Em face do exposto, esta tese está estruturada em cinco partes. Na primeira parte, concluída neste capítulo, foram apresentadas a contextualização do problema de pesquisa, os objetivos, geral e específicos, que se pretende alcançar e a justificativa do trabalho, em termos de sua importância e contribuição para o campo das ciências sociais aplicadas.

No segundo capítulo serão apresentados os pressupostos teóricos que embasam esta pesquisa. Assim, o segundo capítulo foi dividido em três seções principais: a primeira

contempla discussões sobre agricultura familiar, os mercados acessados pela agricultura familiar e a legislação da fabricação do queijo de leite. Na segunda, os conceitos da Nova Sociologia Econômica são apresentados, abordando os conceitos das redes, as instituições e as estruturas cognitivas, e a terceira seção apresenta o Movimento Slow Food e sua história no Brasil e no mundo.

No terceiro capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa, por meio de sua caracterização. Descreve-se, no Capítulo 3, a forma como os dados foram coletados, como as entrevistas foram realizadas e apresenta-se um relato sobre a permanência em campo da pesquisadora nos dois municípios.

No quarto capítulo serão expostos os resultados da pesquisa, feitas as apresentações dos dois municípios, história, exposição de dados e contexto da fabricação do queijo, e serão realizadas a análise e a apresentação dos principais atributos dos mercados de queijo artesanal de queijo de leite cru.

Finalmente, no quinto capítulo, as conclusões obtidas nesta pesquisa serão apontadas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

Neste capítulo, serão apresentadas as contribuições teóricas dos autores que auxiliaram na definição dos principais conceitos utilizados no trabalho. A intenção é fundamentar os pressupostos desta pesquisa e dar condições de se operacionalizar aquilo que os objetivos propõem. Na primeira seção, são destacados a agricultura familiar e os mercados acessados por esse segmento (mercados artesanais). Na sequência, são expostos, para fins desta pesquisa, as características, os conceitos e a compreensão das legislações sobre o queijo de leite cru. Para tanto, foram observadas as noções sobre o surgimento da produção de queijos, as práticas envolvidas nesse processo e as políticas relacionadas à produção. Na segunda seção, abordou-se o conceito de Sociologia Econômica e o surgimento da Nova Sociologia Econômica, contextualizando-os com a teoria de análise para a construção social dos mercados. Em seguida, são apresentadas as principais abordagens dessa teoria que irão auxiliar no desenvolvimento dos objetivos desta tese por meio das abordagens de Beckert sobre as três forças sociais estruturantes do mercado construído socialmente. E, por fim, apresenta-se a rede Slow Food, sua história, os princípios, sua atividade no Brasil e papel dessa rede perante a revalorização do alimento.

2.1 A AGRICULTURA FAMILIAR

De acordo com Padua, Schlindwein e Gomes (2013), existe no Brasil uma agricultura heterogênea, subdividida em dois grupos, conhecidos como “agricultura comercial ou patronal”, que são as grandes monoculturas com produção voltada para o mercado externo, e a “agricultura familiar”, com sua produção voltada basicamente ao mercado interno. Nos últimos anos, as unidades produtivas rurais de base familiar têm apresentado significativa importância para a sociedade brasileira. Tal importância decorre do fato de que são esses estabelecimentos que produzem grande parte dos alimentos básicos, como o arroz, a mandioca, o feijão, entre outros, que chegam à população das cidades. Vários autores, como Abramovay (1992), Lamarche (1993), Wanderley (2000), Saquet (2002), Mendes (2005), ressaltaram a importância da agricultura familiar na produção de gêneros alimentícios básicos, garantindo a subsistência da própria família e contribuindo para a geração de emprego e renda no meio rural (LUCENA *et al.*, 2010).

É possível encontrar na literatura acadêmica sobre agricultura familiar diversas tipologias para análise. Essas classificações são definidas em ambientes de disputa político-

ideológica numa tentativa de interpretar a empiria (CARNEIRO, 1999; SCHNEIDER; NIEDERLE, 2008). Dessa forma, a escolha dessas tipologias corresponde à priorização de certos aspectos em detrimento de outros, em uma diversidade de formas que se enquadra à agricultura familiar (SILVA, 2015).

O que se vê comumente no universo da produção acadêmica sobre o mundo rural, no conceito de agricultura familiar, é que trabalho, produção e família formam um conjunto unificado e sistêmico, criando condições materiais que garantam sua reprodução como grupo social. Os diferentes enfoques teóricos priorizam, ora aspectos econômicos, na relação entre unidades familiares e fatores de produção, ora aspectos culturais, políticos e identitários que caracterizam os grupos familiares (SCHNEIDER; NIEDERLE, 2008).

O contexto do surgimento da agricultura familiar começa a partir do desgaste do modelo de produção agrícola considerado moderno, de construção de oposição às grandes obras realizadas em nome do desenvolvimento nacional (barragens, estradas etc.), de crise do regime militar, do processo de abertura política e redemocratização do país, consolidado com a Constituição de 1988, e de realização da II Conferência Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento no Brasil (Eco-92) em 1992. Desse momento em diante, foram propiciadas as “oportunidades políticas” (PICOLOTTO; BRANDENBURG, 2013) para se constituir no país diversos novos atores questionadores da situação vigente. Entre eles, o movimento ambientalista e a emergência da pauta ambiental (PICOLOTTO; BRANDENBURG, 2013).

Acompanhando esses processos mais amplos e para gerar respostas às necessidades dos pequenos agricultores, surgiram iniciativas de diversificação da produção, tecnologias alternativas, experiências de agricultura de base ecológica e uso de sementes e insumos próprios etc. Essas iniciativas surgiam como uma forma de reação às consequências negativas de modernização da agricultura e no sentido de encontrar novos caminhos para os pequenos agricultores. Algumas formas de desenvolver práticas agrícolas de maneiras mais autônomas e equilibradas com a natureza puderam ser buscadas nas suas experiências do passado, do período anterior à modernização da agricultura. Aparentemente, a partir de uma síntese entre o resgate de práticas antigas, novas preocupações com o ambiente e os conhecimentos técnico-científicos, foram formadas as bases do que se chamou de agricultura alternativa ou tecnologias alternativas na década de 1980. Essa agricultura alternativa ou as tecnologias vêm sendo associadas no período mais recente à agricultura ecológica (também chamada pelas organizações de agricultores de agricultura orgânica ou agroecológica) (PICOLOTTO; BRANDENBURG, 2013).

Nessa forma de entender, as experiências de tecnologias alternativas e de agricultura ecológica, na medida em que foram buscar formas de produzir do passado e são pensadas a partir das dificuldades enfrentadas no período contemporâneo, podem ser lidas como maneiras de reinterpretar as formas tradicionais de produzir do grupo social, atualizando-as positivamente. Ao resgatar práticas do passado, ressignificadas com questões do tempo presente (preocupações ambientais), os agricultores buscaram alcançar um espaço na sociedade atual para os pequenos agricultores (ou agricultores familiares, como passaram a ser chamados a partir da década de 1990) pensarem, a partir de sua “experiência” como grupo social, um novo modelo de agricultura com menores impactos no ambiente (PICOLOTTO; BRANDENBURG, 2013).

Para Soares (2001) e Maluf (2003), a agricultura familiar assume grande importância na segurança alimentar da família e do país. Além do que, contribui, também, para a preservação dos recursos naturais e para a reprodução socioeconômica das famílias rurais. Em virtude de sua importância é que as formas de produção no campo vêm sendo constantemente debatidas no meio acadêmico. Schneider (1999), Carneiro (2001), Graziano da Silva (2001; 2002), Navarro (2001) e Hespanhol (2000) acreditam que estimular novas atividades no meio rural é imprescindível para se complementar a renda familiar no campo. Graziano da Silva (2002), ao destacar as novas atividades agrícolas a serem desenvolvidas no campo, confere destaque para à agricultura orgânica. Outro ponto importante é que, segundo diversos autores, como Schmitt (2009), Buainain (2006), Sauer e Balestro (2009), Nierdele e Almeida (2013), a agricultura familiar é o segmento social que ainda se configura como principal ofertante de alimentos orgânicos no Brasil (LUCENA *et al.*, 2015).

Segundo Niederle e Almeida (2013), o predomínio da agricultura familiar nesse mercado é decorrência de uma série de fatores histórico-culturais, mas também está associado ao fato de, até recentemente, as empresas e os produtores patronais não vislumbrarem na produção orgânica uma alternativa atraente para direcionar seus investimentos, seja pela inexpressividade da demanda, seja pela carência de tecnologias adaptadas aos sistemas de produção da agricultura orgânica. Ou, ainda, e talvez de modo mais acentuado, em virtude da ausência de um quadro institucional que garantisse estabilidade à dinâmica do mercado, criando as condições para seu desenvolvimento. Essa situação tem se alterado rapidamente e, embora se desconheçam dados definitivos para uma análise agregada dessas mudanças, é notória a incursão desses novos atores no mercado.

Desde meados dos anos de 1990, a agricultura orgânica tem se revelado um dos segmentos agroalimentares com maior expansão mundial, com taxas de crescimento anual entre

15 e 20%, enquanto o setor da indústria alimentar cresceu entre 4 e 5% nesse mesmo período (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013). No Brasil, esse crescimento tem sido acompanhado por uma intensa reestruturação institucional dos diferentes mercados nos quais circulam esses produtos, para atender à legislação vigente e às certificações as quais os produtores devem passar (NIEDERLE; ALMEIDA, 2013). Portanto, a viabilidade econômica do mercado de orgânicos encontra-se em considerável ascensão, do ponto de vista do crescimento de produtores, tendo em vista as vantagens ao consumir os alimentos orgânicos, tanto para a saúde humana quanto para o ambiente, por receber um novo tratamento por meio das bases agroecológicas, favorecendo o aumento da produção e melhorando a renda dos agricultores. Buainain, Romeiro e Guanzirolí (2003) ressaltam que a crescente demanda por produtos orgânicos possibilita a expansão e a geração da renda para os produtores familiares. Diante da necessidade da diversificação da produção pelos pequenos produtores, Beltrão (2002) destaca a facilidade e a melhor adaptação por esses agricultores aos princípios da agricultura orgânica, sobretudo pela indução do equilíbrio ecológico, a reciclagem de nutrientes, os insumos caseiros, a conservação do solo e pelo controle de pragas e doenças de maneira ecológica. A utilização de insumos próprios e naturais na cultura acarreta também uma diminuição nos custos de produção, tornando-a mais lucrativa para o produtor.

Para Abramovay (1997), no que tange à agricultura familiar no Brasil, há um investimento político e acadêmico nada desprezível que procura transformar a “pequena produção” em “agricultura familiar”, afirmando, com isso, o seu lugar como componente dinâmico da modernização do sistema agroalimentar. É a valorização de toda uma nova pauta de produção em torno de frutas, legumes e verduras. Mas, lembrando que, ao representar a valorização e a grande oportunidade para os pequenos proprietários rurais, é possível gerar a exclusão do agricultor familiar do cenário em virtude dos desafios desse novo mercado. Isso devido às imposições da qualidade privada, definida pelas grandes redes de comercialização, como a adoção de boas práticas sanitárias e a rastreabilidade para o acesso aos mercados domésticos e externos. Esse acontecimento pode significar um aumento de custo de transação para o pequeno produtor e uma conversão tecnológica intensa nas pequenas propriedades. Segundo Wilkinson (2000), se a agricultura familiar novamente se tornar uma pequena produção frente às transformações nas grandes cadeias, ela seria vista como uma vantagem estratégica na medida em que fosse associada à tradição, à natureza, ao artesanato, ao local – um conjunto de valores agora valorizado pelo mercado. Esses valores incluem desde a superioridade de atividades artesanais até a preservação do meio ambiente em todas as suas múltiplas formas e biodiversidade. Nesse sentido, os orgânicos são um componente-chave

desses novos mercados, mesmo que o seu apelo primário para a saúde permita que esse tipo de produção se desvincule facilmente da sua origem na agricultura familiar, já que esse mercado é objeto ávido de novos entrantes e palco de embates em torno da certificação, que revelam valores radicalmente distintos nas lutas para definir a qualidade específica desse mercado. Mesmo assim, a agricultura familiar como produção agroecológica, somada às práticas de consumo consciente, pode ocupar um espaço importante no cenário comercial e representar uma ação integrada na preservação ambiental, social e econômica em um único sistema, colaborando, assim, com a sustentabilidade e a valorização dos produtos e dos produtores da agricultura familiar (CASTRO NETO *et al.*, 2010).

2.1.1 Os Mercados Acessados pela Agricultura Familiar

Os agricultores até a década de 1970 produziam alimentos para o consumo, e a comercialização era apenas dos excedentes para aquisição de itens que não eram produzidos na propriedade, assegurando, assim, a subsistência da família. Todo o trabalho na propriedade era realizado pela família e para ela (TASCHETTO; WALKOWICZ, 2007). Os principais problemas enfrentados por eles nessa época eram: isolamento imposto pela ausência de estradas; falta de transporte para os produtos agrícolas; e inexistência de um comércio próximo. Assim sendo, os agricultores passaram a ter, paralelamente ao trabalho da propriedade rural, algum tipo de indústria caseira para suprir a necessidade doméstica e/ou da comunidade e garantir a reprodução do núcleo familiar. Os exemplos disso são os moinhos de milho e de trigo, a fabricação de queijos, salames, doces, pães, bolachas, açúcar mascavo, vinhos, cachaça, ferramentas para o trabalho agrícola, cestos, peneiras, acolchoados de lã de carneiro, roupas e calçados em geral e outros itens que julgassem necessários para o trabalho e o bem-estar da família. Esses itens poderiam ser utilizados para comercialização ou troca por outras mercadorias que não fossem produzidas na unidade agrícola. Para o agricultor, o artesanato produzido auxiliava no trabalho agrícola e, muitas vezes, significava renda extra (SCHNEIDER, 1999).

Mas, nessa mesma década de 1970, iniciou-se o processo de modernização da agricultura brasileira com a introdução de máquinas, adubos químicos, crédito rural abundante e de baixo custo, criação de sistema de armazenamento, comercialização, transporte. Todo esse processo transformou a agricultura artesanal em agricultura estilo empresarial, sem considerar as diferenças existentes entre os agricultores, o tamanho da propriedade, o sistema de relações

de trabalho, o tipo de produção e outros. Para Silva (1999), essa atitude de tratar igualmente produtores que são profundamente desiguais tem feito com que os resultados da modernização da agricultura brasileira beneficiem a minoria dos grandes produtores rurais, mas apenas aqueles com capacidade de se adaptar ao modelo imposto pela Revolução Verde.

Observa-se, então, que a agricultura e a produção artesanal sempre estiveram interligadas na propriedade rural e que quanto maior é o isolamento, mais rico e diversificado será o seu artesanato. Com a modernização da agricultura, a especialização na produção agrícola, a industrialização crescendo na área urbana e com a facilidade de acesso aos mercados, os agricultores deixaram de ter uma propriedade diversificada e passaram a adquirir a maior parte dos bens de consumo. Segundo Silva (1999, p. 142),

[...] as transformações impostas pelo desenvolvimento do capital na agricultura brasileira operaram no sentido de tornar as unidades camponesas cada vez mais dependentes dos mecanismos estruturais do mercado, em vários níveis: na obtenção dos seus meios de vida; na compra de insumos, instrumentos de trabalho e terra [...].

A partir desse contexto, surgiu a agricultura familiar como consequência do desgaste do modelo de produção agrícola considerado moderno, de construção de oposição às grandes obras realizadas em nome do desenvolvimento nacional (PICOLOTTO; BRANDENBURG, 2013).

Diante desses fatos, Wilkinson (2002; 2003) identifica três tendências decisivas para a agricultura familiar durante a década de 1990. A primeira se refere à ameaça de exclusão devido à reorganização dos mercados de *commodities*, estratégia que exige uma especialização cada vez maior, até o ponto em que a agricultura familiar perde elementos de diversidade fundamentais para a sua reprodução social. A segunda tendência refere-se ao surgimento de novas oportunidades de mercados para a agricultura familiar, seja para produtos agrícolas e não agrícolas, assim como para serviços oferecidos por esta. Aqui, podem ser citados os mercados de nichos para produtos que se diferenciam por aquilo que o autor chama de “deseconomia” de escala e por valorizar elementos da diversidade social e ambiental, o mercado de produtos orgânicos, os mercados informais e as novas redes de comercialização formadas a partir da extensão das relações de proximidade e parentesco. A terceira tendência para a agricultura familiar encontra-se nas pressões da sociedade civil em relação aos efeitos ambientais adversos provocados pela agricultura intensiva, que tem gerado processos de “desintensificação” da agricultura, principalmente em áreas rurais da Europa, dos EUA e na América Latina, que, por sua vez, favorecem modelos produtivos baseados na agricultura familiar e na redução do uso de insumos industriais na produção agrícola (OLIVEIRA; MELLO, 2006).

Segundo Oliveira e Mello (2006), esse enfoque traz avanços significativos no que diz respeito à valorização da dimensão local em sua heterogeneidade e diversidade e, assim, traz novas possibilidades de dinamização das economias locais. Esse processo possibilita a valorização da qualidade de vida, a emergência de novos hábitos de consumo e a valorização econômica do espaço rural, que supera sua dimensão puramente agrícola, já que a paisagem e os valores sociais e culturais passam a ser consumidos. Para Wilkinson (2003), é nesse novo quadro e nas novas possibilidades que ele oferece que deve ser desenvolvida uma nova noção de competitividade para a agricultura familiar. Segundo o autor, para que a agricultura familiar possa competir, seja por meio da produção de *commodities* ou de outros produtos e serviços, ela precisa alcançar novos níveis de qualidade e novas escalas de produção (WILKINSON, 2003). O que deve ser construído a partir de (a) inovações organizacionais de ação coletiva; (b) incorporação de novas tecnologias e práticas agrícolas com baixa utilização de insumos adquiridos no mercado; (c) desenvolvimento de alternativas às formas tradicionais de inserção nos mercados; e (d) associado a este último, de estratégias agroindustriais da produção agrícola, o que exige novos conhecimentos tecnológicos, gerenciais e mercadológicos (WILKINSON, 2003).

Dessa maneira, Wilkinson (2008) identifica pelo menos três formas tradicionais de acesso aos mercados pela agricultura familiar: acesso direto, sobretudo no caso do mercado local (formal e informal); intermediação via atravessador; integração com a agroindústria; e compras por parte do poder público. O atravessador vem crescentemente sendo substituído pelo supermercado, que, ao colocar novas exigências, torna esse tipo de mercado cada vez menos viável à produção familiar. A agroindústria também vem exigindo patamares cada vez mais altos de qualidade e volume e restringindo o número de produtores, a fim de melhorar a eficiência econômica a partir da logística. Como uma parte das compras do Governo Federal vem sendo transferida para o poder público local, esse mercado, junto ao mercado local, formal e informal, com os nichos de mercado, com os mercados de orgânicos ou agroecológicos (feiras, pequenos supermercados, entrepostos, etc.) e as novas organizações para consumo devem ser considerados como estratégicos para a agricultura familiar. Se, em tempos anteriores, as questões que se colocavam a respeito do mercado se referiam à remuneração da atividade agrícola pelas agroindústrias e à exploração dos atravessadores, neste momento, o fundamental é entender como funcionam os mercados, quais as condições de acesso a eles, quais as barreiras à entrada nos distintos mercados, quais as formas de institucionalização desses diferentes tipos de mercados e como é possível ou não criar novos mercados. Para o autor, a redescoberta do mercado local e informal e toda uma série de aspectos relacionados a ele têm que ser o objeto

de análise para avançar na capacidade de reinserir a produção familiar nos mercados em rápida transformação no Brasil (WILKINSON, 2008).

Alguns aspectos relacionados aos mercados da agricultura familiar trazem a noção de proximidade com base nas perspectivas teóricas das sociedades camponesas que remetem aos laços de parentesco e vizinhança, bem como às relações dos agricultores com a comunidade à qual pertencem (AGNE; WAQUIL, 2010). Sendo assim, as trocas geralmente estão enraizadas na reciprocidade, como mostra Sabourin (2009, p. 57):

[...] as prestações e relações econômicas dependem de estruturas de reciprocidade mais ou menos instituídas que, quando são equilibradas ou simétricas, dão origem à produção de valores materiais de uso ou de serviços, bem como valores humanos afetivos e éticos.

Já os produtos oriundos da agricultura familiar são destacados como: alternativa de renda familiar, diversificação de atividades produtivas, preservação da cultura, retenção da família no meio rural, etc. Apesar dessas informações, para Agne e Waquil (2010), as investigações carecem de conhecimentos sobre como as famílias constroem oportunidades de comercialização para essa produção. Já no que se refere à inserção nos mercados, as famílias estão inovando mediante a construção de organizações sociais e redes agroalimentares alternativas, por meio de cooperativas e de inserção de movimentos sociais, pois essas estratégias estão relacionadas à construção de redes de proximidade social (PELEGRINI *et al.*, 2009; NIEDERLE; WESZ JÚNIOR, 2009).

Apesar do termo reciprocidade não estar reduzido às relações de troca de produtos e/ou serviços, essas ações adquirem uma função vital no que diz respeito aos aspectos econômicos e sociais dos agricultores familiares, pois são uma forma simbólica e de pertencimento (sentimento de pertencer a uma determinada comunidade), assim como também geram produção material para os grupos domésticos (como exemplos cita-se a ajuda mútua, o compartilhamento de recursos produtivos, a troca de informações, etc.) (SABOURIN, 2009). Para Storr (2008), a sociabilidade presente na comunidade e os mercados estão intimamente relacionados, pois, ao mesmo tempo em que o mercado pode ser desenvolvido no interior de uma comunidade, as relações de sociabilidade presentes entre esses atores podem resultar na criação de oportunidades de comercialização. Nessas ações – reciprocidade e cooperação – os mercados podem estar enraizados e constituírem um meio de reprodução social para a agricultura familiar (AGNE; WAQUIL, 2010).

Portanto, as trocas são essenciais para a subsistência das famílias, além de fortalecerem laços e vínculos sociais (RIBEIRO; GALIZONI, 2007). Esses laços e vínculos podem estar fundamentados, ainda, em relações de longo alcance que implicam aceitação e confiança

(POLANYI, 1980). Segundo Wilkinson (2002, p. 814), os mercados de proximidade “[...] podem ser vistos, fundamentalmente, como o prolongamento de relações familiares, ou, diretamente com consumidores ou com canais de comercialização”.

Dessa maneira, segundo Schneider e Ferrari (2014), a agricultura familiar pode ser um estímulo de políticas públicas locais, pois apresenta uma vantagem estratégica a partir da associação de seus produtos à tradição, à natureza, ao artesanal e ao local. Mesmo em condição informal, percebe-se a expansão dos mercados de proximidade que se firmam pela reputação, esse fato possibilita o estímulo de diferentes iniciativas, como a aquisição de alimentos para a alimentação escolar e a criação de espaços para feiras-livres e outras formas de venda direta, como “casas coloniais” e mercados públicos regionais

Dessa forma, Pelegrini e Gazolla (2010) afirmam que entender os mercados e como os agricultores se relacionam torna-se uma tarefa importante para esse segmento, ainda mais em uma conjuntura em que a viabilidade, a manutenção e a reprodução social dos agricultores dependem, claro que em graus diferenciados de integração, das relações que os agricultores estabelecem com estes, em diferentes locais, contextos e conjunturas socioeconômicas. A importância dos mercados para a agricultura é cada vez mais proeminente, assim como o debate em torno do papel deles na literatura nacional e internacional sobre o campesinato e a agricultura familiar.

De acordo com Wilkinson (2008), as expectativas em torno dessa visão se fundamentam na importância que já alcançaram os mercados de alimentos artesanais na Europa – sobretudo na França e na Itália, bem como o crescimento de movimentos de comércio justo e de circuitos baseados em princípios diversos de sustentabilidade. Esse processo exige tanto reinvenção de tradições quanto adoção de práticas novas, na medida em que essas tradições agora tenham como aval um exigente consumidor urbano. Não bastam apenas vantagens de proximidade em que os mercados, muitas vezes, são o prolongamento das redes sociais e a garantia de qualidade seja uma extrapolação de qualidades pessoais de conhecimento comum. Nesse contexto, se adentra no mundo das certificações que exigem a conversão das antigas práticas para as novas e custosas práticas dos selos e das indicações geográficas, que pressupõem uma ação coletiva eficaz e uma forte capacidade de negociação (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

2.1.2 Considerações Iniciais sobre a Especificidade da Produção Artesanal de Alimentos

A forma artesanal de produzir significa que o processo de produção implica uma dimensão de arte e não meramente técnica. O toque especial que cada produtor dá ao seu produto é o diferencial e o fundamento do artesanal, o que torna cada produto único.

Enquanto no processo industrial, o fundamento é a padronização do produto, a garantia de que determinada marca não apresenta variação nem em qualidade, nem nas características do produto, devido a procedimentos técnicos e operações industriais sob rígido controle, o artesanal é o império do como fazer, da variável humana, da diferenciação. A criatividade e a inovação permanecem como possibilidade.

Nesse sentido, Zago (1992) considera que a base concreta para a implantação das agroindústrias familiares é a produção artesanal de alimentos em diferentes níveis de informalidade e controle de qualidade. O autor também considera a agroindústria familiar um objetivo que nem toda unidade de produção artesanal de alimentos pode ou deseja alcançar, consideradas as diferentes situações existentes (ZAGO, 1992).

Para Prezotto (2002a), quando se procura adequar o produto artesanal às normas legais, ocorre a implementação de um conjunto de procedimentos, estruturais ou relativos ao processo de produção (conhecimento sistematizado para garantir um padrão), orientados pela preocupação com a segurança do consumidor. Essa implementação de procedimentos pode significar o abandono do toque especial do artesão ou reduzi-lo a um nível quase imperceptível. Tal adequação torna-se necessária para que o produto tenha uma certificação de sua “qualidade”, ou seja, o aval do poder público de que o consumidor pode consumi-lo sem riscos à saúde.

Na busca de uma expansão de mercado, com vistas a atingir as grandes redes de supermercados ou o mercado externo, esse processo assume fator estratégico e vital. Pode-se argumentar que tais mercados de escala não são o objetivo dos agricultores familiares, mas que o mercado local e regional seriam seu espaço preferencial (SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Ou seja, como analisa Maluf (2004), são realmente os circuitos locais e regionais de produção, distribuição e consumo que devem ser conquistados pela produção artesanal de alimentos para sua consolidação inicial. Mas, as análises dos programas de estímulo à agroindústria familiar têm demonstrado que o investimento em sua implantação gera a necessidade de aumentar a escala de produção para além da capacidade de demanda do mercado local. Tal situação

relaciona-se com a capacidade de pagamento do financiamento obtido e dos custos operacionais e encargos que passam a onerar o empreendimento (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

Schneider e Ferrari (2015) afirmam que, além dos circuitos locais e regionais de produção, existem outros fatores que vinculam a viabilidade da produção artesanal de alimentos, a distribuição e o consumo como a participação em um programa de implantação de agroindústrias familiares legalizadas. Os autores afirmam que a existência da produção artesanal de alimentos como característica histórica e cultural de uma região é o ponto de partida para um programa de implantação de agroindústrias familiares. Os autores ressaltam, ainda, os seguintes fatores a serem observados nos pequenos centros urbanos: a capacidade do mercado em absorver tal produção é limitada pelo alto número de fornecedores, já que há o hábito de a população de raiz rural, embora morando no espaço urbano, confeccionar produtos artesanais para consumo próprio (SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Tal situação, diante do aumento da produção, já implica, hoje, buscar centros consumidores regionais para sustentar uma produção voltada para a comercialização. O segundo fato é que o estímulo à produção comercial com a implantação de agroindústrias familiares significa o aumento do número de produtores de alimentos processados de origem animal e vegetal, que passam a disputar o mercado local e regional. Isso implica de a sustentabilidade dessa estratégia estar condicionada à penetração em maiores centros de consumo.

Os autores afirmam então que é por essa razão que muitos projetos têm fracassado pela incapacidade de tais empreendimentos galgarem mercado suficiente para se viabilizarem economicamente, considerando os custos operacionais, a amortização de investimentos e os tributos envolvidos (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

Na busca de mercado é comum sugerir a criação de estratégias cooperativas e solidárias, o que certamente é importante, mas está igualmente ligado à busca por uma marca coletiva, o que significa reduzir as diferenças entre os produtos de cada família. O apelo ao consumo de alimentos artesanais deve-se ao seu diferencial em relação ao industrial, massificado e padronizado (SILVEIRA *et al.*, 2000; GUIMARÃES, 2001).

Atualmente, o impasse vivenciado pelos mercados artesanais é a oposição entre o caráter intrínseco do alimento artesanal e as tentativas de adequá-lo à legislação vigente para potencializar sua participação no mercado. Partindo desse impasse, é preciso examinar quais elementos podem sustentar uma estratégia alternativa que respeite o caráter artesanal do alimento como diferencial na relação com o consumidor.

Segundo Schneider e Ferrari (2015), em 2010, no caso dos produtos artesanais de pequena escala, a EPAGRI Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa

realizou um levantamento no qual foram cadastradas 1.894 agroindústrias familiares rurais que, encontradas em diferentes regiões do Estado, processando uma diversidade de matérias-primas com destaque para frutas, cana-de-açúcar, massa e panificação, leite e derivados, mandioca e hortaliças. Segundo os mesmos autores:

Em 2009, essas agroindústrias faturaram mais de R\$ 136 milhões e envolveram mais de sete mil pessoas no trabalho direto (MARCONDES *et al.*, 2012), reforçando sua importância para a reprodução social e econômica dos agricultores familiares e corroborando com a tese proposta por Marsden (2004) de que as cadeias agroalimentares curtas se apresentam como uma dimensão-chave nos novos padrões de desenvolvimento rural emergentes. Igualmente, como argumentou Ploeg (2008), esses alimentos processados em pequena escala, normalmente, são consumidos em espaços de proximidade, reproduzindo circuitos curtos: das 1.894 agroindústrias, 1.700 venderam seus produtos no próprio município e 933 venderam nos municípios vizinhos. Os dispositivos mercantis mais utilizados foram: venda direta ao consumidor (utilizada por 1.508 agroindústrias); venda em pequenos varejos (mercados, padarias, mercearias e lojas especializadas – por 802 agroindústrias); supermercados (por 526 agroindústrias); e mercado institucional. (SCHNEIDER; FERRARI, 2015, p. 60)

Segundo Wikilson (2008), essas experiências vivenciadas pela agricultura familiar têm como objetivo a melhoria na renda das famílias e a criação de estratégias de produtos diferenciados, com relevância para a tradição e o artesanal. Para tanto, a regulação pública e o setor privado impõem níveis mínimos de qualidade que implicam modernização do conjunto das atividades agrícolas. Por isso, é importante a mobilização desse setor, a fim de criar padrões de qualidade ao produto artesanal mais coerentes com a realidade da produção estabelecida.

2.1.3 Os Produtos Artesanais da Agricultura Familiar

A produção de alimentos quando realizada de forma artesanal e tradicional transfere aos consumidores uma sensação de permanência e de constância, mas ainda assim sofre alterações compatíveis com as dinâmicas culturais dos grupos aos quais pertence. Para Franco e Guzzatti (2001), as elaborações tradicionais são aquelas que vêm sendo transmitidas de geração para geração como valor de cultura, hábitos, usos e costumes.

São muitas as denominações e as definições usadas para esse tipo de produto, bem como as características que lhe são atribuídas. Diversos autores se referem a esses produtos de diversas e variadas maneiras, como:

- a) Produtos da pequena agroindústria, produtos coloniais, produtos de indústrias rurais de pequeno porte, produtos do campo, produtos da roça, produtos artesanais (OLIVEIRA *et al.*, 1999).
- b) Produtos artesanais, produtos típicos, produtos coloniais, produtos sertanejos, produtos do sertão, produtos da terra, produtos típicos regionais, produtos dos colonos (MALUF, 1999a).
- c) Produtos da terra, produtos localizados (BÉRARD; MARCHENAY, 1996).
- d) Produtos típicos locais (ALBERT; MUÑOZ, 1996).
- e) Produtos da terra, produtos tradicionais, produtos típicos (BERNART, 1996).
- f) Produtos agroalimentares tradicionais, produtos diferenciados, produtos locais, produtos tradicionais, produtos artesanais, produtos regionais, produtos do campo (RIBEIRO; MARTINS, 1996).

Esses produtos que representam o patrimônio alimentar da região correspondem a um importante fator de identidade dos povos colonizadores e da própria formação das dinâmicas vivenciadas no local de produção. São produtos que descrevem a história e a formação econômica, social e cultural da região. Esses alimentos processados pelos agricultores ficaram conhecidos em determinadas regiões, por exemplo, no Sul do Brasil, como “produtos coloniais”, os quais são entendidos como um conjunto de produtos tradicionalmente processados de forma artesanal no estabelecimento agrícola pelos “colonos” para o autoconsumo familiar (DORIGON, 2008).

Assim, “colonial”¹¹ faz referência a uma determinada cultura ou tradição, relacionadas ao saber-fazer dos imigrantes, ao seu modo de vida, suas formas de ocupar o território e fazer agricultura (DORIGON; RENK, 2011). Esses produtos, classificados como coloniais ou artesanais, são processados em pequenas unidades, de forma tradicional e são comumente comercializados em mercados locais ou regionais e, na maioria das vezes, de maneira informal. Isso se deve principalmente à dificuldade de os produtores se adaptarem às exigências impostas pela legislação e por órgãos fiscalizadores (CRUZ; MENASCHE, 2011).

Bryden (1998) lista quais são as principais características que definem um produto dito colonial ou artesanal:

- a) Resulta sempre da valorização de uma matéria-prima local.

¹¹ Para uso integral nesta tese, o termo adotado quando se referir aos produtos tradicionalmente processados de forma artesanal (coloniais/artesanais/tradicionais) será produtos artesanais.

- b) Na maioria dos casos, e para os exemplos mais representativos, é o fruto de uma transformação em pequena escala, resultando de um saber-fazer tradicional local.
- c) Está ligado a uma forte conotação territorial, de raízes locais, com um conteúdo cultural e social que confere ao produto uma dimensão que ultrapassa o quadro estritamente alimentar.

A partir da década de 1990, no caso do Estado de Santa Catarina, o mercado de produtos artesanais se apresenta como uma das opções de renda aos agricultores que foram excluídos pelas indústrias integradoras da suinocultura (DORIGON, 2008). Entretanto, tal mercado existiu desde o início da colonização de determinada região, mas como mercado informal. Esse mercado informal é a base para o surgimento de um vigoroso movimento de construção de redes de agroindústrias familiares rurais, as quais são construídas individualmente ou em grupos de famílias de agricultores familiares para se formalizar. Por essa razão, o autor afirma que analisar o funcionamento desse mercado informal é de grande relevância como auxílio para a formulação de políticas públicas que apoiem as iniciativas da agricultura familiar, combatendo o êxodo e valorizando o espaço rural (DORIGON, 2010).

Dessa maneira, a valorização dos produtos artesanais está associada a um amplo processo que envolve não apenas a revalorização dos sistemas produtivos locais, mas principalmente a proximidade entre consumidores e produtores. Von Detz (2017) chama a atenção para o aspecto de que esses produtos possuem circulação limitada, em função de seu processamento ser fundamentado em conhecimentos tradicionais e na escala de produção familiar, por isso, a importância das redes de proximidade operando no comércio desses produtos. Segundo Dewaele (2007), tal limitação não se refere aos volumes produzidos e ao alcance do mercado, mas, sobretudo, por demandar o contato imediato entre as esferas da produção e do consumo, construído por meio de formas organizativas que vêm sendo cada vez mais popularizadas como “circuitos curtos”.

Portanto, percebe-se que a agricultura vem apresentando no contexto atual um amplo processo de transformações e de mudanças. Essas mudanças concentram-se no campo da organização da agricultura familiar e na construção de novos valores culturais e, também, na composição de novas formas de organização da produção e da agregação da renda (RIEDNER, 2007). Mesmo com a crescente valorização dos produtos artesanais e tradicionais, é possível observar aspectos relacionados à legislação sanitária como uma forte restrição imposta à permanência e à preservação dos produtos artesanais, criando um grande embate entre as práticas tradicionais reproduzidas pelos produtores. Sendo assim, as preferências dos

consumidores e dos produtores artesanais se encontram em conflito direto com a legislação (SANTOS; CRUZ; MENASCHE, 2012).

Com relação às normas impostas a esses produtos, é um fato que se deve principalmente à forma como tais produtos são processados, pois, na maioria das vezes, o processo de fabricação não corresponde às normas exigidas por órgãos reguladores e fiscalizadores. Essas exigências se relacionam, principalmente, às formas, aos locais de processamento e aos equipamentos e utensílios utilizados na produção, que, muitas vezes, não garantem a segurança alimentar necessária para a inserção desses produtos no mercado formal. Em função da dificuldade de serem comercializados nos mercados formais, os produtos artesanais acabam apresentando um menor valor no mercado, e esse quadro de fragilidade pode levar a rupturas nos sistemas tradicionais de produção e na perda de práticas artesanais (MENASCHE, 2003). Sendo assim, desde o princípio da sua produção e processamento, os alimentos artesanais apresentam como importante característica o comércio informal – muitas vezes, resultado de trocas alimentares – realizado na própria localidade, entre familiares e vizinhos ou no máximo entre municípios próximos. No entanto, a crescente busca e a valorização dos produtos artesanais, em especial por consumidores urbanos, podem representar uma resistência ou mesmo negação aos produtos industrializados e ao seu modo padronizado e massificado de produção (MENASCHE, 2003).

Oliveira e Mello (2006) afirmam que, para o Brasil, o mais importante são as associações positivas dos produtos da agricultura familiar com valores de comida caseira e alimentos saudáveis, combinando o artesanal com conteúdo ambientais e sociais. No entanto, Wilkinson (2008), em vários momentos, chama atenção para a necessidade de garantia de outros padrões de coordenação, que não somente aqueles relacionados ao mundo industrial e ao mundo do mercado, na construção de novas noções de qualidade para os produtos da agricultura familiar. Segundo Oliveira e Mello (2006), o caso da regulamentação de orgânicos no Brasil é bastante representativo das disputas que podem ocorrer entre diferentes sistemas de valores, ou padrões de coordenação, na construção de normas de produção e na veiculação de novas noções de qualidade para os produtos da agricultura familiar.

Porém, o crescimento da demanda e a valorização dos produtos artesanais precisam ser encarados com cautela, pois essas novas demandas e exigências dos consumidores acerca dos produtos de qualidade diferenciada, muitas vezes, acabam representando um obstáculo a mais a ser vencido pelos pequenos produtores. Com pouco acesso à informação sobre as alterações no perfil da demanda de alimentos, os pequenos produtores enfrentam dificuldades para compreender a transformação estrutural nos mercados, por isso, na maioria das vezes, não

conseguem colocar em prática estratégias apropriadas para tirar proveito das oportunidades que os novos tempos trazem. Grande parte continua produzindo alimentos e matérias-primas de baixo valor, agregando pouca renda, sem sair do círculo vicioso em que se encontram: produtos de pequeno valor – baixa renda (VON DENTZ, 2017).

2.1.4 Qualidade dos Produtos Artesanais

A produção artesanal de alimentos é comumente alvo de políticas públicas que objetivam retirá-la da informalidade com a alegação de que a segurança alimentar precisa ser preservada. No entanto, observa-se que tais alterações propostas para a segurança alimentar, muitas vezes, estão além das expectativas dos agricultores que têm na atividade de processamento de produtos de origem animal ou vegetal uma fonte de renda complementar, e sua escala de produção não justifica tal investimento (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

A “qualidade” é outra noção referencial na abordagem das cadeias agroalimentares curtas. É um conceito multidimensional que pode envolver qualquer coisa que o sistema convencional não seja: uma identificação do local de origem, rastreabilidade, atributos estéticos e nutricionais (SONNINO; MARSDEN, 2006). Para Harvey, McMeekin e Warde (2004), qualidade envolve um processo social de qualificação, visto ser estabelecida e atribuída no curso das “justificações” e emergindo frequentemente de episódios contestados. Longe de ser inerente ao produto (como o sistema convencional industrial a enxerga e, pode-se dizer, prevalece atualmente), a qualidade é construída e negociada. Portanto, adquire significado somente com referência ao contexto específico de produção-consumo (ILBERY; KNEAFSEY, 2000) e reflete diferentes padrões e posições de poder econômico em determinada cadeia alimentar.

Segundo Nierdele (2011), o reconhecimento do caráter holístico da qualidade e de sua configuração imaterial demonstra que um produto somente adquire qualidades pela mobilização de imagens mentais proporcionadas pelas redes sociais em que ele circula e ganha vida. A qualidade associada à origem de um alimento não é reduzida às suas características físicas, pois são atributos naturais, sociais, culturais e econômicos do território atuando por meio de imagens socialmente construídas que tornam a identidade do produto reconhecível.

Schneider e Ferrari (2015, p. 68) enumeram um conjunto de consequências advindas da adoção pelo aumento da escala de produção e adaptação às normas vigentes, como:

[...] a incompatibilidade entre disponibilidade de matéria-prima e produção almejada, a concorrência da atividade agroindustrial com as demais atividades

realizadas na unidade de produção familiar por recursos de mão-de-obra, capital e, eventualmente, terra, além da descaracterização do processo artesanal de produção ao adotar-se um padrão industrial (originado na introdução de máquinas e equipamentos que permitem um controle rígido dos procedimentos de produção).

Wilkinson (1997) considera que tais políticas públicas surgem sustentadas na possibilidade de agregação de valor às matérias-primas disponíveis na agricultura familiar e na manutenção de uma diversificação de atividades que garante uma competitividade sistêmica na agricultura familiar. Os efeitos elencados impõem uma reflexão sobre a concepção desses programas de estímulo à agroindústria familiar. No entanto, é a perda do caráter artesanal da produção que precisa ser evitado, pois é o produto diferenciado que pode sustentar uma estratégia de desenvolvimento da agroindústria familiar. Os “informais” são construtores da qualidade de seus produtos, e a legalização é um objetivo final, ao contrário de ser colocada como barreira inicial a ser transposta.

Segundo Schneider e Ferrari (2015), diversos estudos têm identificado variação nos atributos e nos critérios de “qualidade” que existem entre diferentes países. Por exemplo, na Itália, na França e na Espanha, o desenvolvimento de cadeias curtas se constrói em grande parte sobre atividades de produção regional de qualidade e vendas diretas com tradições de longa data. Prevalece a visão de que o *terroir*, ou seja, a cultura, a tradição, o processo, o conhecimento local e o clima, fortemente conforma a própria qualidade do produto. Já em países como Reino Unido e Alemanha a presença de convenções locais e ecológicas está enraizada dentro de um contexto industrial e mercantil. Para Marsden (2004), as convenções de qualidade altamente restritivas embasam um regime regulatório “higiênico/burocrático” que permite aos varejistas manter o controle sobre a cadeia de alimentos.

Em relação à Produção Artesanal de Alimentos, as abordagens tradicionais enfocam como preocupação fundamental a adequação das unidades de processamento de matérias primas de origem vegetal ou animal, às normas sanitárias vigentes (PREZOTTO, 2002a). Tal enfoque implica elaboração de projetos de implantação de instalações e equipamentos que extrapolam a capacidade de investimento dos empreendedores. Nesse contexto, muitos agricultores são forçados a permanecerem numa situação de informalidade e acabam expondo os consumidores a produtos sem controle de qualidade.

Tal situação agrava-se pela exigência legal de adequação às normas da legislação estadual para comercialização fora do âmbito do município, o que significa um empecilho para aquelas unidades que com fiscalização municipal já se submetem a um controle de qualidade dentro de parâmetros mais flexíveis de legislações municipais. Tal flexibilidade justifica-se

pelo fato de que a legislação vigente no país foi concebida nos princípios da grande escala de produção e da suposição de um elevado tempo entre produção e consumo (SILVEIRA; ZIMERMANN, 2004), o que não condiz com a realidade concreta das unidades de produção artesanal de alimentos.

O problema surge com a inflexibilidade da legislação diante de uma pequena escala de produção e um consumo quase imediato, situação da produção artesanal desenvolvida na agricultura familiar. Associando qualidade à estrutura física, a legislação condena essa produção artesanal à informalidade, pois seria necessário considerável investimento para sua regularização, além de suas possibilidades e interesse. E como afirma Prezzotto (2002a, p. 9), nas pequenas unidades de processamento de alimentos, “[...] a qualidade dos alimentos [...] está mais ligada à qualidade da matéria-prima, à saúde e [à] higiene das pessoas que manipulam os alimentos, à higiene das instalações, ao fluxograma operacional dos trabalhos da agroindústria etc. [...]”.

Diante de tal realidade, Silveira e Zimmermann (2004) questionam quais os critérios de qualidade devem ser adotados em circuitos locais e regionais de produção, distribuição e consumo, considerando que seu contexto é diverso da base epistêmica da qual parte a legislação sanitária. Aqui, ressalta-se a emergência em definir quais os parâmetros mínimos de qualidade que permitiriam a segurança ao consumidor e qual método de controle de qualidade a aplicar, tema ainda pouco debatido em nível de pesquisa, até pela escassez de estudos sobre a qualidade efetiva dos produtos da produção artesanal.

Segundo Schneider e Ferrari (2015), a fiscalização hoje realizada adota um método prescritivo de controle de qualidade, e, quando identificado um problema de qualidade, por meio de uma análise laboratorial, o produto é considerado não apto para o consumo. Nessa circunstância, assim como no caso da verificação de que as instalações ou os equipamentos utilizados não atendem às normas da legislação, o estabelecimento é impedido de continuar produzindo, além de sofrer penalidades previstas em lei.

Para Silveira e Zimmermann (2004), ao adotar essa perspectiva, o agente não age como educador, pois ele deveria ensinar os produtores a superarem os problemas identificados e indicar a forma de superá-los. Se a preocupação, realmente, é melhorar a qualidade dos produtos, a postura deve ser normativa, quando os critérios de qualidade são normatizados por técnicos e agricultores, definindo-se os níveis de qualidade pretendidos em cada período. Desse modo, o controle de qualidade é visto como um processo permanente e gradual.

Assim, o método de controle de qualidade se baseia na avaliação dos processos de produção, nas rotinas efetivadas, no fluxo de produção, nas práticas e cuidados das pessoas

envolvidas, surgindo, a partir disso, os pontos críticos no aspecto de qualificação do produto. A legislação vigente trabalha com o conceito de qualidade estrito, limitado ao aspecto sanitário e legal. No aspecto sanitário, o mais importante é a saúde do consumidor, é uma preocupação vinculada à estrutura disponível com a qualidade do produto, pois é preciso ter certeza de que essa estrutura garanta que não haverá contaminação alguma do alimento (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

Como bem salienta Prezzotto (2002b, p. 8),

[...] mesmo para o caso da saúde das pessoas, não basta examinar o produto apenas neste aspecto sanitário, nem mesmo examinar apenas o produto final e sim todos os aspectos ou fatores que interferem ao longo de toda a cadeia produtiva.

Pois nessa perspectiva, o perigo vem de fora, não se percebe que pode estar dentro do produto, ou seja, o que ele contém intrinsecamente (produtos químicos presentes no alimento “*in natura*” e nocivos à saúde, por exemplo), o que é adicionado no processo de produção (aditivos e conservantes) ou o que é acrescentado ao produto após sair da unidade agroindustrial (problemas com o transporte ou nos pontos de comercialização).

Schneider e Ferrari (2015) afirmam que o controle da qualidade na perspectiva normativa deve considerar o processo de produção como um todo, desde a matéria-prima até o consumo final, evitando centrar a responsabilidade somente para a etapa de processamento. Também o método de controle normativo permite avançar para a validação social da qualidade, processo em que os produtores e consumidores definem a qualidade esperada.

No método de controle de qualidade prescritivo, a ação fiscalizatória tem um caráter corretivo e punitivo, mas não estimula a participação efetiva dos produtores artesanais na construção de um sistema de controle de qualidade, nem há troca de conhecimentos entre agente fiscalizador e produtor. A referência técnico-científica e os ditames legais são intransitivos, cabendo ao produtor se adequar a eles. Desse modo, o conhecimento do artesão é desvalorizado e não considerado no processo de controle de qualidade (SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Wilkinson (2008) corrobora com essa afirmação ao argumentar sobre a necessidade de se criar (pelo poder público) condições que favoreçam uma aprendizagem coletiva própria a um período de transição, permitindo a adoção de inovações sociais e institucionais. Trata-se de analisar os mercados sob a ótica das redes sociais; das normas técnicas como valores a serem negociados; e da qualidade que ancore valores em formas de produção e de vida

Nesse sentido, há uma tensão permanente entre o individual e o coletivo, pois, se cada unidade de produção tem sua especificidade, a viabilidade da produção artesanal de alimentos exige a superação de desafios coletivos, comuns a todos os envolvidos.

Assim, um conjunto de mercados emergentes constitui-se a partir do âmbito local e da relação direta entre compradores e vendedores na lógica do estabelecimento de cadeias curtas de mercantilização. São redes que reconfiguram o papel do lugar e das relações de proximidade. Segundo Schneider e Ferrari (2015), em Santa Catarina, nos últimos 20 anos, os agricultores familiares e suas organizações vêm desenvolvendo estratégias de inserção autônoma nos mercados, não apenas contra as ameaças de exclusão, mas, sobretudo, para se apropriar de uma parcela maior da renda gerada na cadeia de valor. Além da expansão para novas atividades (frutas, hortaliças) e do incentivo aos circuitos locais (feiras-livres, vendas diretas), consolidou-se um movimento em torno da produção orgânica/agroecológica e da formação de pequenas agroindústrias familiares rurais, coletivas, e formando redes horizontais.

Nesse contexto, o funcionamento dos mercados depende de um acordo entre os atores sobre a constituição de um quadro valorativo comum. A qualidade se apresenta como um “valor” socialmente compartilhado, ou seja, é o resultado de um julgamento coletivo socialmente situado. No caso de produtos artesanais, se faz uma conexão entre atributos de qualidade do produto com o lugar de produção ou o produtor. Características específicas do lugar de produção (condições naturais, tradições culturais e gastronômicas) ou o processo de produção (artesanal, tradicional) são parâmetros críticos para definir a qualidade do produto e, em muitos casos, são afirmados por resultar em gostos ou aparências (típicas) distintivas. O exemplo mais claro disso são os alimentos de especialidade regional com indicações de origem, as Indicações Geográficas. Alimentos produzidos por agricultores familiares em suas pequenas agroindústrias realçam a natureza artesanal do processo de produção e a experiência e as habilidades do produtor advindas da herança cultural e tradições locais (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

2.1.5 A Produção de Queijo de Leite Cru

O queijo artesanal produzido no Brasil é tradicionalmente elaborado a partir do leite cru (MENEZES, 2011) e está presente no país desde a chegada dos imigrantes portugueses. Esse tipo de queijo tem uma receita que passa de geração para geração há pelo menos 250 anos e é um símbolo de diversas regiões do país, como Minas Gerais (queijo Canastra, Araxá e Serro), Nordeste (Coalho), Sul (Serrano e Colonial) e Norte (Marajó).

O fato de ser fabricado com leite cru o diferencia daqueles produzidos em larga escala pela indústria, em que o principal ingrediente é o leite pasteurizado. Porém, a legislação vigente inibe o modo de fazer artesanal, pois estabelece, em nome da segurança alimentar, a

obrigatoriedade da pasteurização do leite utilizado na elaboração de queijos que possuam um período de maturação inferior a 60 dias, além de uma série de outras exigências com relação à estrutura física do local de fabricação do queijo (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015).

Desse modo, apesar de sua importância cultural, Ries *et al.* (2012) afirmam que a produção ocorre geralmente na informalidade, colocando tanto os produtores quanto os consumidores em situação de insegurança. Por um lado, os consumidores por não terem a garantia de estar adquirindo um produto legítimo e que tal produto seja inócuo para a sua saúde e, por outro lado, os produtores, por serem tratados como transgressores ou criminosos por vender um produto artesanal, tal como seus antepassados sempre fizeram.

O queijo artesanal representa uma tradição radicada em sua origem e que, na história brasileira, definiu maneiras próprias de fazer. Mesmo na informalidade, pequenos produtores rurais comercializam o queijo artesanal em virtude da importância da fonte de renda e da possibilidade de manter a propriedade (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015).

No entanto, Cruz e Menasche (2014) relatam que algumas exigências legais, ainda que correntemente aceitas, foram definidas de modo arbitrário. Como é o caso do critério que exige que queijos feitos de leite cru sejam maturados por pelo menos 60 dias antes da comercialização. Vale esclarecer que os queijos feitos a partir do leite cru são aqueles em que o leite não sofre qualquer tipo de processamento térmico. Ainda que muitos queijos tradicionais tenham sua massa aquecida, em geral, durante esse aquecimento, a temperatura não ultrapassa 40°C, mantendo as propriedades físico-químicas e microbiológicas do leite. Já o processo de pasteurização utiliza temperaturas mais elevadas, com o objetivo de eliminar micro-organismos patogênicos e de reduzir grande parte dos micro-organismos naturalmente presentes no leite.

Carvalho, Lindner e Farina (2015) explicam que a obrigatoriedade da maturação de queijos produzidos a partir de leite cru por um período mínimo de 60 dias originou-se de uma determinação realizada em 1987 pelo Food and Drug Administration (FDA), órgão responsável pela fiscalização de alimentos e de medicamentos dos Estados Unidos (EUA). Esse país recomendou que o Codex Alimentarius¹² orientasse essa determinação nos demais países. Como o Codex Alimentarius norteia a legislação de todos os países do mundo, a adoção da maturação com período mínimo de 60 dias para queijo elaborado com leite cru foi rapidamente absorvida por diversos países, inclusive o Brasil.

¹² O Codex Alimentarius é uma normatização de alimentos estabelecida pela ONU por meio da FAO e da OMS, criado em 1963, com a finalidade de assegurar práticas equitativas no comércio regional e internacional de alimentos. É um código ou Lei dos alimentos, sendo uma referencial mundial para consumidores, produtores e elaboradores de alimentos.

Como consequência de definições como essas, à medida que o conhecimento científico acerca do processamento de alimentos se difundiu também no meio rural como único legítimo, os conhecimentos e as práticas tradicionais, vinculados à identidade e ao modo de vida rural, foram fortemente desconsiderados e desvalorizados (CRUZ; MENASCHE, 2014). As autoras ainda relatam que a “regra dos sessenta dias” está associada ao fato de que esse tempo de maturação seria suficiente para eliminar contaminações microbiológicas, além das zoonoses tuberculose e brucelose, mas essa convenção foi definida a partir de poucas evidências científicas.

Após muita discussão entre os produtores e os órgãos federais, em 2011, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2011) publicou a Instrução Normativa n. 57/2011 devido à diversas pressões políticas e sociais brasileiras para liberação da fabricação do queijo artesanal feito a partir de leite cru com período de maturação inferior a 60 dias. Desse modo, foi autorizada a fabricação de queijos com leite cru em um período de maturação inferior a 60 dias, desde que alguns requisitos preestabelecidos fossem atendidos, como é possível ver no Quadro 2 (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015).

Quadro 2 – Requisitos estabelecidos pela Instrução Normativa n. 30/2013 para produção de queijos produzidos a partir de leite cru com maturação inferior a 60 dias para a comercialização em todo território nacional

Art. 1º Permitir que os queijos artesanais tradicionalmente elaborados a partir de leite cru sejam maturados por um período inferior a 60 (sessenta) dias, quando estudos técnico-científicos comprovarem que a redução do período de maturação não compromete a qualidade e a inocuidade do produto.
§ 1º A definição de novo período de maturação dos queijos artesanais será realizada por ato normativo específico, após a avaliação dos estudos por comitê técnico-científico designado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.
§ 2º Para efeito de comércio internacional deverão ser atendidos os requisitos sanitários específicos do país importador
Art. 2º A produção de queijos elaborados a partir de leite cru, com período de maturação inferior a 60 (sessenta) dias, fica restrita a queijaria situada em região de indicação geográfica certificada ou tradicionalmente reconhecida e em propriedade certificada oficialmente como livre de tuberculose e brucelose, sem prejuízo das demais obrigações dispostas em legislação específica.
Art. 3º As propriedades rurais onde estão localizadas as queijarias devem descrever e implementar:

I – Programa de Controle de Mastite com a realização de exames para detecção de mastite clínica e subclínica, incluindo uma análise mensal do leite da propriedade em laboratório da Rede Brasileira da Qualidade do Leite – RBQL para composição centesimal, Contagem de Células Somáticas e Contagem Bacteriana Total – CBT;
II – Programa de Boas Práticas de Ordenha e de Fabricação, incluindo o controle dos operadores, controle de pragas e transporte adequado do produto até o entreposto; e
III – Cloração e controle de potabilidade da água utilizada nas atividades.

Fonte: Brasil (2013)

Para Carvalho, Lindner e Farina (2015), por meio dessa nova legislação, foi possível sentir alguns avanços em relação à estabelecida anteriormente, mas as medidas da Instrução Normativa n. 57/2011 criaram alguns gargalos que continuaram inviabilizando a produção de queijos com leite cru. Os autores destacam, entre esses critérios, a limitação restrita da produção de queijos em áreas com indicações geográficas determinadas, a obrigatoriedade de análises mensais da matéria-prima, a avaliação da redução do tempo de maturação apenas pelo corpo técnico do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e a necessidade de certificação da propriedade rural como livre de brucelose e tuberculose.

Todo esse processo gerou uma série de dificuldades para que os produtores pudessem se regularizar e, em 2012, criou-se um Grupo de Trabalho de Queijos Artesanais (GTQA), dentro do MAPA, com a participação de diversas entidades envolvidas na produção dos queijos artesanais com o objetivo de discutir e de viabilizar essa cadeia produtiva (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). A partir das discussões geradas pelo GTQA, o MAPA estabeleceu a Instrução Normativa n. 30/2013 como uma solução emergencial.

A IN 30/2013 teve como principais vantagens sobre a IN 57/2011 a permissão da avaliação da redução do tempo de maturação por órgãos de outras esferas (municipais e estaduais), com fiscalização equivalente à do Serviço de Inspeção Federal (SIF), previamente reconhecido pelo Ministério da Agricultura através do Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI – POA); a flexibilização da periodicidade da realização das análises da matéria-prima em laboratórios credenciados pelo MAPA para controle da mastite e contagem bacteriana; e a autorização para que a fazenda seja apenas controlada para brucelose e tuberculose no início do processo, e não mais certificada como livre dessas doenças, conforme estabelecido pelo Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e Tuberculose Animal (PNCEBT).

Segundo Ries *et al.* (2012), são inúmeros os desafios para se trabalhar com a produção artesanal de alimentos no Brasil, especificamente quando se trata de produtos de origem animal, devido aos riscos potenciais desses alimentos à saúde humana. A inexistência de legislação específica para esse tipo de processamento faz com que a produção artesanal seja submetida às

mesmas exigências da fabricação industrial de grande porte, o que torna muito difícil a adequação de pequenos estabelecimentos. Essas dificuldades se referem, principalmente, aos investimentos necessários em instalações e em equipamentos nem sempre acessíveis aos pequenos produtores em função da pequena escala de produção. Apesar da criação da Instrução Normativa n. 30/2013, a inexistência de uma legislação específica continua inviabilizando a adequação do ponto de vista estrutural de pequenos estabelecimentos, como os da agricultura familiar. A legislação existente não é compatível com a realidade desses produtores, fazendo-se necessária uma interação entre o poder público, a ciência e a arte de saber-fazer o queijo para fortalecer a produção artesanal (DINIZ, 2013).

Em 2015, com o apoio do extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), foi aprovado o Decreto n. 8.471/2015, que, juntamente com sua Instrução Normativa n. 16/2015, complementava o decreto, objetivando atender às pequenas agroindústrias familiares (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Mesmo com sua publicação, a Instrução Normativa n. 16/2015 não está sendo aplicada, pois ainda faltam Instruções Normativas que prescrevam cada cadeia de produto de origem animal que, até aquele ano, estavam em fase de discussão. Caso essa discussão continue, surge uma chance para que a agricultura familiar saia da informalidade, situação de muitas famílias produtoras de queijos artesanais.

Apesar das dificuldades encontradas para a fabricação do queijo e a formalização do seu mercado, Lima (2016) ressalta que o queijo artesanal aparece num contexto em que ganha visibilidade nas feiras de agricultura familiar pelo Brasil, contando com o apoio de ONGs e do próprio Movimento Slow Food. Nesse processo de transformações, estão englobadas a preocupação com o meio ambiente, a segurança alimentar e a sanidade do rebanho, cumprindo, assim, os desafios para a agricultura familiar ressaltados por Cruz e Menasche (2014) e por Carvalho, Lindner e Farina (2015). Nesse quadro, isso significa também que há a possibilidade de os agricultores dialogarem com as instituições e de estabelecerem novas formas de trabalho, salvaguardando os modelos de produção realizados em pequenas escalas, pois isso valorizaria a diversidade cultural das famílias produtoras e de suas técnicas.

Nesse sentido, o queijo de leite cru é um produto de origem familiar tradicional que representa um alimento com identificação cultural de determinada localidade e com importância e reconhecimento. Essa prática está inserida no contexto de valorização cultural das famílias produtoras que carregam essa marca. Sendo assim, as ações de movimentos sociais são significativas para a produção desses produtos trazendo uma nova perspectiva para a pequena agricultura no Brasil por meio do fortalecimento de políticas instituídas que incentivam a valorização da produção realizada pela agricultura familiar (LIMA, 2006).

2.2 A SOCIOLOGIA ECONÔMICA E A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA

A sociologia econômica se originou do trabalho dos clássicos da sociologia, como Karl Marx, Émile Durkheim e Max Weber, que lançaram as bases desse campo disciplinar. Porém, da década de 1920 até os anos de 1960, não existiu diálogo entre a sociologia e a economia. Durante esse período, a sociologia ficou limitada apenas aos estudos das consequências sociais das inovações e das condições sociais das transformações econômicas (SERVA; ANDION, 2006).

Durante a década de 1980, houve um avanço nos estudos da sociologia econômica, que voltou o seu interesse para o estudo dos fenômenos econômicos referentes a uma abordagem sociológica. Nesse momento, a sociologia econômica, por meio de diversos autores, passou a estabelecer um diálogo com a ciência econômica neoclássica, contrapondo-se aos seus fundamentos na tentativa de demonstrar que o mercado e os demais fenômenos econômicos são construções sociais.

A contribuição da Sociologia Econômica (SE) reside especialmente na ideia de conceber as diversas modalidades que assumem a ação econômica e, desse modo, ir além da figura do *homo economicus* da Teoria Econômica ortodoxa, ou seja, essa área destaca a centralidade da dimensão socializadora nas relações econômicas e, por conseguinte, nas relações mercantis, em detrimento da perspectiva da relação individual e intimista (CARVALHEIRO, 2010).

Sendo assim, a Sociologia Econômica é um campo de conhecimento que pretende investigar os fenômenos econômicos utilizando-se de instrumentos e das abordagens da Sociologia. Seu objetivo central é analisar a construção social das relações de mercado (concebido de maneira ampla) e a origem histórica social dos fenômenos econômicos (STEINER, 2006). Dessa maneira, a Sociologia Econômica evidencia desde o início as relações sociais que estruturam a troca entre os agentes presentes nos mercados. Os mercados são para a SE estruturas sociais formais mais ou menos permanentes de interação em que os indivíduos estabilizam seus laços sociais e se submetem por aí a recompensas e sanções. A SE tem como tarefa examinar como as relações econômicas são inseparáveis do contexto social, observando o conjunto de regras sociais (e não apenas econômicas, como a maximização dos lucros) que organizam os mercados, sejam eles financeiros, agrícolas, de trabalho etc. (STEINER, 2006).

Como sugere Swedberg (2004a), pode-se dizer que a Sociologia Econômica foi inaugurada por Weber na tentativa de integrar, na mesma análise, a ideia de comportamento guiado por interesse com a ideia de comportamento social. Em síntese, Fontella (2009) afirma que Weber considerava o mercado dotado de caráter impessoal, examinando-o de um ponto de

vista sociológico, representado por interações sociais. Da mesma forma, Fontella (2009) considera as contribuições de Durkheim que enxerga as instituições como determinantes da ação social, com o mercado subordinado a normas morais que orientam a dinâmica das trocas e as transações comerciais. Posteriormente, na Áustria, Schumpeter detalhou os vínculos entre inovação, criação de novos mercados e ação do empreendedor, considerando os empresários atores responsáveis por mudanças que desencadeavam o desenvolvimento econômico (SWEDBERG, 2004).

Da mesma maneira, Mazon (2010) aponta que Weber e Durkheim foram os primeiros a criticar os economistas por estes entenderem os agentes econômicos sempre em busca do seu próprio interesse, isto é, da melhor utilidade dos bens (teoria do *homo economicus*) e atuando em espaços (mercados) desprovidos de uma estrutura social. Segundo a autora, Weber e Durkheim sugerem que os interesses não explicam, por inteiro, as ações econômicas, já que elas constituem e são constituídas no curso da própria ação social, além de serem influenciadas a todo o momento pela moral, pela tradição, pelo direito e por regras de mercado (MAZON, 2010).

Serva e Andion (2006) ressaltam que, para entender o campo atual da Sociologia Econômica, podem ser feitas algumas distinções entre os seus representantes. Primeiramente, destaca-se a clivagem entre os autores clássicos, que deram origem ao campo e construíram as suas bases – Émile Durkheim, Max Weber, Karl Marx, Tornstein Veblen, Vilfredo Pareto, Joseph Schumpeter, Marcel Mauss e Karl Polanyi – e os autores que, principalmente após a década de 1980, constituem a sociologia econômica contemporânea. Destacam-se, de um lado, os trabalhos dos autores franceses, relacionados à sociologia e à antropologia, representados pelo Mouvement Anti-Utilitariste dans les Sciences Sociales (MAUSS)¹³, como Alain Caillé, Serge Latouche e Jacques Goudbout, pela economia solidária e plural, como Bernard Eme, Jean-Louis Laville, Bernard Perret, Guy Roustang e Benoît Lévesque, pela escola da regulação, como Michel Aglietta, Alain Lipietz e Robert Boyer, e pela escola das convenções, como Luc Boltanski, Laurent Thenénot e Jean-Pierre Dupuy. Todos esses autores realizaram uma crítica aos fundamentos e às propostas da economia neoclássica, como também realizaram propostas em termos de transformação social, redefinindo o que deve ser entendido por atividade econômica e buscando responder aos desafios colocados pelos novos contextos da modernidade. De outro lado, se enquadram os trabalhos dos autores de língua inglesa,

¹³ MAUSS é um movimento intelectual surgido na França a partir de 1981. Fortemente inspirado na obra de Marcel Mauss (sobretudo no seu “Ensaio sobre a dádiva”), com o objetivo de fazer, de forma sistemática, a crítica antiutilitarista nas Ciências Sociais.

abrangendo a NSE, como Mark Granovetter, Viviana Zelizer e Neil Fligstein, o institucionalismo, como John K. Galbraith, Gunnar Myrdal e Geoffrey Hodgson, e a socioeconomia, como Amitai Etzioni, Paul Lawrence e Paul Stern (SERVA; ANDION, 2006).

Todas as correntes apresentadas têm em comum o fato de realizarem uma crítica aos fundamentos da economia neoclássica e de afirmarem a construção social da economia. Por isso que Swedberg (2004a) descreve a Sociologia Econômica como o conjunto de teorias que se esforçam por explicar os fenômenos econômicos a partir de elementos sociológicos.

Portanto, para o mesmo autor, a Sociologia Econômica pode ser definida de modo conciso como a aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos – mercados, empresas, lojas, sindicatos, e assim por diante (SWEDBERG, 2004). Apoiando-se no enfoque de Max Weber, a sociologia econômica estuda tanto o setor econômico na sociedade (“fenômenos econômicos”) como a maneira pela qual esses fenômenos influenciam o resto da sociedade (“fenômenos economicamente condicionados”) e o modo pelo qual o restante da sociedade os influencia (“fenômenos economicamente relevantes”).

Sobre a Nova Sociologia Econômica (NSE), Levesque (2007) procura diferenciá-la da antiga Sociologia Econômica fundamentada no paradigma parsoniano (estrutural-funcionalista), cujos estudos foram fragmentados em “economia e sociedade”, deixando para os economistas os objetos centrais da economia, como o mercado e a moeda. A antiga sociologia econômica tratava exclusivamente do que se passava na origem das atividades econômicas (as condições do desenvolvimento) ou nos seus efeitos (as consequências sociais), confirmando, assim, a separação entre o econômico e o social. A NSE se diferencia igualmente da sociologia marxista ao reverter o determinismo econômico da sociedade em favor de uma determinação social da economia.

Para Martes *et al.* (2007), o que atualmente se observa nas pesquisas de interface entre as duas disciplinas é uma espécie de alargamento do campo de interesses e a inovação metodológica. Assim, se até os anos de 1980, os sociólogos econômicos se debruçavam sobre as instituições e se mantinham especialmente atentos às questões relativas a controle, sanções e normas, nas duas últimas décadas, gênero, redes sociais e cultura se tornaram também temas-chave dessa abordagem. No próximo tópico, a NSE será tratada com mais detalhes.

2.2.1 A Nova Sociologia Econômica (NSE)

Rejeitando tanto a defesa de uma autonomização do econômico, em relação às demais esferas da vida social, quanto a possibilidade de existência duradoura do mercado

autorregulável, Polanyi abriu o caminho teórico para a afirmação da ideia de uma inseparabilidade entre o econômico e o social. No que se refere ao mercado, e esse foi um dos mais importantes aportes para os trabalhos desenvolvidos por Zelizer e Granovetter, esse posicionamento levou Polanyi a considerar, como elementos indispensáveis para compreender a construção do mercado, as regras, as leis, os sentidos, as normas e as paixões (BARREIROS, 2015).

A NSE não enfoca apenas a crítica à economia neoclássica, mas se interessa em participar dos debates sobre a economia. Os autores da NSE, mais do que “reformular” a economia neoclássica, buscam dialogar com ela e enriquecê-la, utilizando, muitas vezes, os mesmos conceitos e instrumentos que os economistas. Uma das primeiras aplicações dos princípios teórico-metodológicos que passariam a identificar a Nova Sociologia Econômica (NSE) encontra-se no trabalho de Viviana Zelizer a respeito da construção social do mercado de seguro nos EUA. Se a pesquisa de Zelizer é uma referência concreta na análise da construção social do mercado, constituindo-se numa contraposição empiricamente apoiada da ideia de autonomização do mercado perante a vida social, a resposta teoricamente mais significativa aos modelos da escolha racional viria de um clássico artigo de Mark Granovetter, publicado pelo *American Journal of Sociology*, em 1985 (LOPES JÚNIOR, 2002). O artigo “Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness”, de Granovetter (1985), é considerado um marco para a NSE (SWEDBERG, 1997). Nele, o autor propõe que toda ação do indivíduo, inclusive a econômica, está imersa/incrustada (*embedded*¹⁴) em uma rede de relacionamentos sociais, a qual influencia essa ação e seus resultados. Segundo o próprio autor, ao escrever o texto, ele dialogava com autores da economia funcionalista, tal como Oliver Williamson, e da economia marxista, tal como Samuel Bowles. A imersão social é aplicável a qualquer ação humana, mas Granovetter (1985) enfatiza a sua utilização na ação econômica. Isso ocorre porque o autor busca, com o desenvolvimento do termo, estabelecer o espaço de atuação da Nova Sociologia Econômica.

Portanto, os pressupostos centrais da NSE afirmam: toda ação econômica é uma ação social; a ação econômica é socialmente situada; e as instituições econômicas são construções sociais (SWEDBERG, 2006). Esses pressupostos confirmam a importância da dimensão sociológica e se contrapõem a uma visão ortodoxa dos fenômenos econômicos.

A NSE procura um diálogo entre o que propriamente é a sociologia e a economia, isso significa que grande parte da sociologia econômica atual visa a reposicionar o caráter de ciência

¹⁴ O termo será traduzido neste trabalho como enraizamento, mas possui outras traduções também, como: incrustação e imersão.

social da economia e a conceber um diálogo entre a sociologia e a economia com problemas de pesquisa comuns. Nas palavras de Steiner (2006), a sociologia procura fazer perguntas que a economia pura não foi capaz de responder.

Não obstante, Swedberg (2004a) destaca alguns conceitos centrais que já adquiriram proeminência na literatura da NSE. Entre eles, o já comentado conceito de incrustação/imersão ou enraizamento (*embeddedness*), e, associado a ele, o de redes (sociais). O autor afirma que o conceito mais famoso na sociologia econômica contemporânea é de longe o de incrustação/imersão. Krippner (2001) acrescenta que a noção de incrustação ocupa uma posição privilegiada e largamente incontestada como o princípio organizador da Nova Sociologia Econômica. O termo ganhou uma enorme aceitação como representante do núcleo dos temas unificadores nesse subcampo da sociologia. A centralidade da incrustação para a Nova Sociologia Econômica (desde meados dos anos de 1980 a esta parte) é inquestionável (SWEDBERG, 2006).

Segundo Machado (2010), a ideia de Granovetter (1985) é apoiada na fusão das ideias de Karl Polanyi sobre enraizamento e análises de redes. A análise de redes apresenta-se como uma ferramenta flexível que pode ser usada para explorar diversos tipos de interações econômicas, como a capacidade empresarial. As redes são formas de apoio político em que os atores mobilizam os seus recursos de forma a avançar posições individuais e grupais, mesmo que à custa de perdas ou desvantagens para as organizações das quais são representantes. Essas redes são também mobilizáveis como grupos de pressão, de forma a extrair rendimento e benefícios que serão assimetricamente distribuídos pelos atores sociais, de acordo com a sua centralidade, peso e importância no seio de uma determinada rede social.

As mãos visíveis são múltiplas, mesmo que não tenham necessariamente que conduzir a nepotismos, a corrupção, a subornos ou trocas mafiosas de favores. Em todo o caso, os mercados são mais opacos do que o proclamado pela economia e as informações e dados relevantes estão assimetricamente distribuídos pelas redes sociais. (MARQUES, 2003, p. 9)

Para o Granovetter (1985), uma das questões centrais da teoria social tem sido analisar em que medida o comportamento e as instituições são afetados pelas relações sociais. Sendo assim, em seu artigo, ele procura analisar o grau em que a ação econômica está incrustada em estruturas de relações sociais na sociedade industrial moderna. Machado (2010) contribui com essa ideia ao afirmar que:

As habituais abordagens neoclássicas preconizam uma explicação “subsociada” (*undersocialized*) ou baseada no ator atomizado dessa ação, enquanto os economistas reformistas que procuram reintroduzir a estrutura

social na análise o fazem de um modo “sobressocializado” (*oversocialized*). Ambas as explicações são paradoxalmente similares na sua negligência em relação às estruturas contínuas de relações sociais. (MACHADO, 2010 p. 27)

Ou seja, Granovetter (1985), por meio desses conceitos, discute o caminho para chegar ao termo *embeddedness*. Para ele, o primeiro é em relação à perspectiva supersocializada (*oversocialized*) e subsocializada (*undersocialized*) da ação humana. As duas dizem respeito à atomização humana, mas a primeira é a visão dos sociólogos, em que a sociedade influencia a ação do ator, pois os valores e as normas são interiorizados, sendo o indivíduo influenciado por aquilo que acredita, existindo uma razão social para poder tomar suas decisões (MACHADO, 2010). Já a visão subsocializada é a dos economistas, na qual o indivíduo se preocupa apenas consigo e não leva os outros em consideração na sua decisão. Entre esses dois pontos de vista, Granovetter (1985) propõe uma terceira dimensão, uma teoria meso, em que os atores não tomam decisões de forma atomizada, os indivíduos estão imersos em uma rede de relacionamentos. Assim Granovetter (1985) tenta mostrar, por meio desse artigo, que a ação econômica é influenciada e não autorregulada como propõe Adam Smith e os economistas clássicos, ou então, que as relações sociais não são externas ao comportamento dos indivíduos.

Para Granovetter (1985), é a imersão dos atores em redes sociais contínuas que reforça a confiança e a estima mútua e que acaba por constituir poderosos ativos a mobilizar em situações futuras. A NSE afirma que a regulação econômica não se estabelece de acordo com a transparência e o equilíbrio de um mecanismo de mão invisível do mercado, a NSE prefere falar das mãos visíveis dos atores, das organizações e das instituições (CARVALHEIRO, 2010). Sendo assim, Raud-Mattedi (2005) acrescenta também que o termo *embeddedness* é quando a ação econômica está socialmente situada, ou seja, quando os indivíduos não agem por si só, mas suas ações estão imersas em uma rede de relacionamentos em que as informações são facilitadas e os comportamentos oportunistas são limitados.

Portanto, o advento da NSE surgiu associado a um conjunto de ideias-chave: todas as ações econômicas estão “incrustadas”; os mercados podem ser conceitualizados como “estruturas sociais”; e as ações econômicas possuem não apenas um componente racional, como também um componente sociocultural (SWEDBERG, 2004). Esses estudos abriram caminho para um conjunto de análises, que, dialogando criticamente com economistas interessados na abordagem do papel das instituições na vida econômica (especialmente a chamada “nova Economia institucional”, expressa nos trabalhos de Olivier Williamson), construiu, já no início da década de 1990, um novo movimento teórico na Sociologia. Articulando-se com perspectivas analíticas paralelas (como a análise de rede, os estudos culturais e o neoinstitucionalismo), esse novo movimento teórico tem se traduzido não apenas numa maior

sofisticação da análise sociológica da vida econômica, permitindo uma reincorporação dos clássicos ao “cotidiano” da disciplina, mas também tem possibilitado o desenvolvimento de pesquisas originais e metodologicamente rigorosas que são uma resposta prática ao imperialismo disciplinar da Economia (LOPES JÚNIOR, 2002).

Nesse sentido, a Nova Sociologia Econômica tem foco no interesse pelas condições de funcionamento do mercado, quando as hipóteses sobre a qualidade dos bens e o cenário futuro estão afastadas. A sua contribuição é a possibilidade de descrever de forma empírica os mecanismos e os comportamentos sociais que atuam nas formas de articulação que envolvem as transações mercantis. A segunda possibilidade de contribuição é a elaboração de proposições teóricas a respeito das formas de articulação que permitem as transações de mercado (STEINER, 2006).

2.2.2 Os Mercados como Construções Sociais

O termo “construção social de mercados”, de acordo com Gonçalves Júnior (2010), é um conceito que teria sido utilizado pela primeira vez pelo pesquisador italiano Bagnasco, na obra de 1988, intitulada *La costruzione sociale del mercato*. Englobando a visão de outros autores, Bagnasco (1988) mostra que o processo de desenvolvimento e de construção dos mercados está relacionado às formas específicas de interação social, associadas aos fatores ligados à história, às tradições e à confiança expressa, por exemplo, nos laços comunitários e nos valores sociais, e incluindo aspectos que poderiam ser circunscritos a cultura local com outros mais ligados à lógica dos mercados. O processo da construção social dos mercados seria oriundo de uma série de condições socialmente construídas de forma intencional por diversos atores e organizações (GONÇALVES JÚNIOR, 2010).

Nesse sentido, o processo da construção social dos mercados estabelece e reconhece que os estudos sobre o tema possuem a visão de que a construção dos mercados não pode ser apenas resultante do comportamento egoísta dos atores e da influência dos fatores econômicos, mas sim, resultante de algo agregador que considera e aplica os fatores sociais às análises que conduzem as trocas e as relações estabelecidas nos mercados. Segundo Raud-Mattedi (2005), os estudos sociológicos do mercado em termos de construção social tiveram suas bases lançadas por Weber e por Durkheim. Para ambos, entender o mercado em termos sociológicos – mercado como construção social – implica a análise de sua dimensão socializadora, pois as relações mercantis são relações sociais. Além disso, Weber e Durkheim contribuíram para o surgimento do estudo da econômica contemporânea e, portanto, da regulação do mercado.

O artigo da pesquisadora Marie France Garcia-Parpet (2003), *A construção social de um mercado perfeito, o caso de Fontaines-en-Sologne*, é uma das publicações consideradas referência na abordagem da sociologia econômica e no estudo da construção social dos mercados. O artigo apresenta o histórico e a análise das condições atuais do mercado computadorizado de Fontaines-en-Sologne, que comercializa uma parte da produção de “morangos de mesa” dessa região.

Mas, segundo Marques (2003), não basta proclamar que os mercados são construções sociais, é necessário afirmar sob quais condições e de acordo com quais variáveis os mercados são moldados. Exige-se que a NSE preste atenção às modalidades históricas de formação de mercados nacionais e locais e destaque as linhas de divergência que separam os mercados, em função das suas construções e de seu momento de fixação. Segundo o autor, os mercados são também construções que transportam memórias da sua história. A memória das fundações e o cunho institucional testemunham que a margem de liberdade no mercado é menor do que se pensa. Razões institucionais conduzem mercados e empresas a confluírem em formas, em atos e em valores de tal modo que cabe perguntar por que é que existe tanta confluência, em vez de nos questionarmos sobre a presença de tanta divergência. Em trabalhos pioneiros como os de Herbert Simon, os atores da NSE são obviamente dotados de uma racionalidade limitada ou condicionada que os faz procurar boas razões para as escolhas, mas que não os encaminha na direção de modelos perfeitos ou absolutos. Essas boas razões encontradas pelos atores não são apenas boas razões cognitivas, elas são frequentemente boas razões sociais que obedecem a lógicas sociais prevalentes (MARQUES, 2003).

Portanto, para a NSE, os mercados não são nem claros nem evidentes, e a sua dinâmica é fruto de relações sociais complexas, constantemente trabalhadas e redefinidas. O mercado é uma, entre outras formas, de organização das trocas (a par com sistemas de redistribuição e de reciprocidade), ou seja, na sociedade contemporânea, o grau de desincrustação do econômico relativamente ao social é suficientemente forte para afirmar a sua total independência, ou mesmo certa capacidade de colonizar todas as esferas da vida social. Dessa forma, a NSE assume que as mercadorias não se deslocam sozinhas e que os mercados são espaços conflituais, de luta e de confronto ideológico. Nesse processo, o sistema legal e o governo são parceiros importantes, não podendo ser deixados de lado da explicação sociológica (MARQUES, 2003).

Raud-Mattedi (2005) contribui para a tese de Marques (2003) ao apresentar que, para a Nova Sociologia Econômica, o mercado não é natural, mas sim uma construção social, já que estão embebidos de valor e de significado, além de se tornar cenário para as disputas de interesses entre os atores. Assim sendo, Carvalheiro (2010) afirma que os comportamentos dos

atores econômicos quando estabelecem trocas podem ser definidos como elementos individuais, mas a conduta dos atores deve ser inserida e contextualizada social e historicamente. É nesse cenário que a Nova Sociologia Econômica passa a desenvolver seus estudos baseando-se nas inter-relações sociais estabelecidas pelos atores nos mercados. Assim, a racionalidade econômica vem sendo complementada com a sociologia.

Dessa maneira, é possível entender o mercado como socialmente construído, partindo do fato de que os atores são atuantes nas relações em que há envolvimento de pessoas com instituições representativas, buscando e propondo mudanças nos acontecimentos de suas rotinas, que lutam por espaço com os grupos do *status quo* e por serem reconhecidas e respeitadas pelo Estado (CARVALHEIRO, 2010).

Nesse sentido, há uma necessidade de desconstruir a ideia de mercado tradicional, concepção essa adotada pelas Ciências Econômicas, e de obter uma concepção de um mercado relacional em que há, além das trocas de valores, as relações sociais – a interação social dos atores que recebem influência do novo quadro institucional, bem como da estrutura organizacional que se junta para construção da categoria mercado. São interesses que divergem ou se complementam e que tornam o mercado um campo propício para os embates e também para as convergências (CARVALHEIRO, 2010).

Lopes Júnior (2002) afirma que, na abordagem da NSE, os mercados são constituídos por indivíduos que carregam consigo identidades individuais e coletivas que se refletem nas práticas adotadas no segmento produtivo em que atuam. Os atores sociais, na Nova Sociologia Econômica, têm uma dimensão plural e participam na construção do mercado, tendo em si enraizados (*embeddedness*) sua cultura, os valores intrínsecos ao seu lugar de origem, os valores não apenas econômicos, e sendo guiados por uma subjetividade que deve ser explicada dentro de um contexto social e historicamente construído. Para os autores, precisa-se recorrer a um universo de fatores para explicar o comportamento dos atores sociais, que, de maneira alguma, é somente racional, e, portanto, não pode ser explicado em termos unicamente individuais, e sim enraizados dentro de um contexto mais amplo, abrangendo a dimensão cultural, social, econômica e ambiental, ou seja, a dimensão humana do ser.

Sendo assim, Steiner (2006) colabora com essa ideia ao afirmar que o mercado é um mercado de encontro, no sentido de que as interações concretas entre os indivíduos estão no centro da atividade. Além disso, Steiner ressalta que os seres humanos não são trocadores natos no mercado, é necessário que haja um ajuste das relações entre os atores sociais para que um acordo seja firmado sobre o que é relevante e pertinente no estabelecimento de uma relação de troca de produtos.

Nas sociedades avançadas, as organizações são pautadas por lutas constantes pela sobrevivência em contextos de incerteza, a maior parte das organizações está mais interessada na sobrevivência do que na maximização dos seus resultados. Foi demonstrado que essa sobrevivência não está causalmente relacionada com o desempenho ou com a eficiência, mas sim com a legitimidade social conquistada (POWELL; DIMAGGIO, 1991).

É por meio de um conjunto de relações sociais particulares que se contribui para a emergência de uma formação social específica. Este estudo dá importância à organização social na configuração de um mercado, o que contraria a Economia Ortodoxa, segundo a qual o mercado é composto de atores mais enraizados, e os menos enraizados se organizam individual ou coletivamente na renovação da ideia de um mercado tradicional para um mercado mais “relacional/social”. A maneira como as empresas se vinculam, o papel da família e as instituições políticas são considerados elementos culturais de expressiva capacidade para estruturar as relações econômicas numa região (CARVALHEIRO, 2010).

A NSE afirma que as questões sociais de legitimação e de controle político-cultural são mais decisivas para a sobrevivência organizacional do que o jogo econômico, daí a importância da crítica à teoria econômica pelo irrealismo dos seus modelos de mercado, o que não significa que as escolas econômicas sejam ignoradas pela NSE: “A NSE opta por privilegiar a explicação e a descrição ainda que a custa de algumas perdas ao nível da capacidade previsional” (MARQUES, 2003, p. 31). Portanto, para analisar a construção social dos mercados, além da visão estritamente econômica, o estudo do mercado é um meio que fornece uma forte relação entre essas duas vertentes teóricas, em que os mercados não são vistos como mecanismos abstratos de equilíbrio e de formação de preços, e sim vistos como construções sociais. Nessa medida, considera-se que a NSE procura um diálogo entre o que propriamente é a sociologia e a economia, isso significa que grande parte da sociologia econômica atual tende a reposicionar o caráter de ciência social da economia e um diálogo entre a sociologia e a economia com problemas de pesquisa comuns.

2.2.3 A Concepção Político-Cultural dos Mercados: as estruturas sociais do campo econômico

Segundo Grisa (2009), embora Granovetter tenha mencionado Polanyi no artigo de 1985, quando ele trata da origem do conceito de enraizamento, o autor reconhece em um artigo posterior que utiliza o conceito de modo particular. Granovetter (1985) afirma que, em *Ação econômica e estrutura social: o problema da incrustação*”, ele se referiu a enraizamento a partir

de suas “velhas anotações de aula” (nem mesmo teria lido “A grande transformação” até então) e só apontou Polanyi quando lembrado por um colega da utilização do conceito por esse autor. Mesmo assim, isso não dispensa o autor das críticas sofridas, sobretudo na omissão da dimensão macroestrutural. Autores como Swedberg (2003), Beckert (2007b) e Raud-Mattedi (2005) têm apontado a necessidade de incorporar a cultura, a dimensão jurídico-política e, ainda, a dimensão cognitiva nas análises da sociologia econômica. Como afirma Swedberg (2003), associar o enraizamento apenas à análise das redes sociais seria restringir a análise. Segundo Krippner (2004), o próprio Granovetter reconhece essa deficiência, ressaltando a necessidade de articular seu enfoque meso com análises nos níveis macro e micro, mas, ao mesmo tempo, informa que a compreensão das relações sociais em termos de rede é uma condição necessária para o entendimento daquelas.

Nesse sentido, além do enraizamento estrutural associado à perspectiva de Granovetter (1985), destaca-se mais três tipos:

- a) O enraizamento cultural se refere ao papel de entendimentos coletivos compartilhados em dar forma a estratégias e metas econômicas. Como exemplo, pode ser citado o trabalho de Zelizer (1992) que discute a resposta cultural à emergência dos seguros de vida na América no século XIX, quando o valor sagrado atribuído à vida se confrontou com a expectativa de determinar o preço da morte dos maridos.
- b) O enraizamento cognitivo que se relaciona aos fatores que limitam o pensamento humano nos processos mentais. Aqui se destaca o estudo de Callon (1998) sobre o modo como a disciplina Economia formata os processos econômicos.
- c) O enraizamento político ressaltado pelos trabalhos de Fligstein (2003), cuja análise da ação econômica associa um contexto específico de lutas políticas, envolvendo atores econômicos e instituições não mercantis, como o Estado e as classes sociais.

Esses tipos de enraizamento abrangem diferentes dimensões da ação econômica e se relacionam de formas não totalmente claras (GRISA, 2009).

Como mencionam vários autores, ao centrar-se sobre redes interpessoais, Granovetter retirou o foco do papel das instituições, inclusive no que tange ao papel destas na formação das redes. Na verdade, o autor trata as instituições como “redes sociais consolidadas” (GRANOVETTER, 1992). Sua aversão às leituras sobressocializadas, que priorizam disposições e esquemas de percepção que encapsulam os atores por meios de normas e regras generalizadas, o fez se desviar da análise da real importância das instituições. Outrossim, como apontam Nee e Ingram (1998), as redes não são um substituto às instituições, sendo de

fundamental importância que os estudos de redes sociais se abram para as contribuições de abordagens institucionalistas. A perspectiva político-institucional do enraizamento proposta por Fligstein parece ser interessante para envolver dimensões ausentes no esquema analítico de Granovetter, especialmente pela compreensão da dinâmica estrutural dos fenômenos econômicos, sobretudo no que tange ao funcionamento do mercado (GRISA, 2009).

Portanto, para Fligstein (2003), os mercados se referem a espaços em que bens ou serviços são vendidos a clientes por um preço, pago em dinheiro. Para além dessa explicação mais fundamental, os mercados são campos econômicos, constituídos por agentes com determinados sistemas de disposições e por estruturas objetivas (hierarquia de posições, instituições e tradição), sendo todos os aspectos socialmente constituídos. Assim, os mercados são entendidos como estruturas sociais, instituições ou propriedades emergentes resultantes da interação dos agentes sociais e possuem a capacidade de serem estruturantes, retroagindo sobre os indivíduos que o compõem. A noção de instituição empregada neste trabalho se refere às regras compartilhadas, tanto juridicamente instituídas como na forma de esquemas coletivos de entendimento, e sustentadas concretamente nos hábitos explícitos ou tácitos (FLIGSTEIN, 2003).

Numa abordagem político-cultural, o mercado é um espaço social sempre marcado pela assimetria de poder (BOURDIEU, 2008). Isso quer dizer que cada agente possui níveis diferentes de poder, a depender do volume e da estrutura do capital que possui. Entre os tipos de capital no campo econômico, estão: a) cultural (grau de escolaridade, nível de conhecimento de uma dada empresa sobre o mercado); b) simbólico (reputação do grupo social, credibilidade das marcas empresariais); c) financeiro (renda mensal média da classe social, volume de capital disponível para investimentos em tecnologia); d) tecnológico (técnicas disponíveis para a produção e para a distribuição); e) jurídico (capacidade de uma empresa de antecipar leis e normas); f) organizacional (conhecimento sobre o campo econômico); e g) comercial (competência da equipe de vendas) (BOURDIEU, 2005).

Com esse mesmo pensamento, Fligstein (2007b; 2003; 2001) entende o mercado como um “campo”, ou seja, o local onde grupos organizados de atores se reúnem e desenvolvem ações de troca face a face, tentando reproduzir um sistema de dominação em um dado espaço. Assim como Granovetter, Fligstein se contrapõe às análises sobressocializadas e subsocializadas, no entanto, a despeito da perspectiva de redes, Fligstein fica com a noção de campo estabelecida por Bourdieu ao estudo da formação dos mercados e dos processos localizados de cooperação. Para Fligstein, a teoria dos campos consegue deixar à mostra a

habilidade dos atores em interpretar seus acontecimentos e construir estruturas de ação e de inovação, dessa forma, os atores constroem campos e lutam para mantê-los (GRISA, 2009).

Para Bourdieu (2003), o mercado não é o resultado entre oferta e demanda, assim como não surge da interação do pensamento racional como aceita a teoria econômica. O ajuste entre os participantes do mercado não é uma simples dominação de um campo sobre o outro, da produção sobre o consumo, da oferta sobre a demanda. Nessa perspectiva, leva-se em conta a consideração de que as interações apenas ocorrem dentro de contextos e de regras sociais mais amplos. Nesse sentido, os mercados são produtos de uma construção social, e Bourdieu considera o Estado um agente decisivo no processo por dois motivos: a) na construção da demanda, pois produz as preferências e as disposições individuais; e b) na construção da oferta, por meio de incentivos, normas e leis capazes de garantir o acesso ao mercado e às posições na estrutura do campo ocupadas pelos agentes (BOURDIEU, 2003).

A análise de Bourdieu (2003) também compreende o Estado como um resultado de um lento processo de acumulação e de concentração de diversos tipos de capital: econômico, cultural e simbólico. O Estado funda categorias essenciais ao campo econômico, influenciando a todo o momento tanto o surgimento como a perenidade dos mercados (BOURDIEU, 2003; FLIGSTEIN, 2003). O Estado cria condições de estabilidade para os mercados como parte de seu próprio desenvolvimento: “[...] as empresas capitalistas não podem operar sem conjuntos de normas coletivas que regulem as interações” (FLIGSTEIN, 2003, p. 203).

Fligstein (2003) afirma que a compreensão do mercado deve ser política, isto é, no âmbito das lutas que ocorrem dentro das empresas, além da disputa de determinadas empresas em fixar as normas do mercado (detentoras *versus* desafiadoras), em construir o que ele chamou de concepções de controle, ou seja, as representações coletivas de legalidade e de informalidade. As barreiras de entrada que as detentoras colocam para as desafiadoras permite explicar a reprodução dos campos ao longo do tempo (BOURDIEU, 2005). Nessa perspectiva político-cultural, a ação do Estado é considerada estrutural, já que suas ações (políticas, leis, normas) criam estruturas sociais capazes de definir as regras do jogo de mercado, em que os diversos agentes irão realizar suas trocas (BOURDIEU, 2003; FLIGSTEIN, 2003; WEBER, 2004).

Bourdieu (2003) aponta que esses aspectos fazem do campo burocrático um estimulador macroeconômico, conferindo ao campo econômico estabilidade e previsibilidade. Um exemplo disso é a sua pesquisa, realizada em 2003, sobre a emergência do mercado de casas próprias na França. Em seu estudo, ele mostra como o Estado atua sobre a criação desse mercado por meio de regulamentação específica (direitos de propriedade comercial, padrões de

qualidade, etc.) e de regulamentação geral (controle de preços, de crédito, etc.). Essa análise revela principalmente que o desejo dos consumidores pela casa própria não é uma preferência dada *a priori* e independente do contexto social, como sugerem os economistas. Ao contrário, essa preferência é um arbitrário cultural, tanto em termos da constituição da oferta como da demanda. Por esse motivo, Bourdieu considera o Estado um protagonista na construção social dos mercados, pois as ações dos participantes são condicionadas pelo poder estruturante do Estado atuante no campo, constituído por meio de alianças e de competições entre agentes do campo da burocracia estatal e diversos grupos, por exemplo, grupos empresariais de pressão que interagem com os agentes burocráticos para definir regras alinhadas aos seus interesses (BOURDIEU, 2003).

Portanto, os mercados podem ser interpretados como construções sociais que refletem a construção político-cultural da relação entre organizações e Estados, que é sempre contextual. “Certos Estados possuem uma capacidade de intervenção superior a de outros, e a probabilidade da intervenção depende da natureza da situação e da história institucional do Estado” (FLIGSTEIN, 2003, p. 203). Há, por exemplo, Estados intervencionistas que se envolvem nas decisões substantivas de muitos mercados e há Estados reguladores que criam agências para assegurar o cumprimento das regras e normas, mas não decidem quem pode ser proprietário de quê e o modo como os investimentos ocorrem. Contribuindo com as ideias de Fligstein, Grisa (2009) assegura, então, que é mister considerar que, mesmo que os Estados sejam essenciais para a construção e funcionamento dos mercados, sua ingerência depende do contexto e das condições históricas locais.

De tal modo, as ações econômicas jamais são individuais, mas sempre coletivas: elas se referem sempre a um grupo social, como uma empresa ou até mesmo uma família (BOURDIEU, 2005). Seria simples, se não fosse irreal, assumir que as escolhas econômicas resultam de processos decisórios racionais e a-históricos de agentes isolados, como sugere a teoria econômica, pois as escolhas também não ocorrem em um vácuo social e histórico, mas sim em um campo econômico, em constante processo de estruturação e com capacidade estruturante (BOURDIEU, 2005). De fato, os agentes são a origem do processo de análise como sugere Weber, já que eles criam os campos econômicos (BOURDIEU, 2005) ou arenas econômicas (FLIGSTEIN, 2003). Contudo, uma vez que as relações sociais ocorrem, as estruturas sociais, como propriedades emergentes, retroagem sobre os agentes, limitando suas escolhas, ao contrário do que acredita o liberalismo econômico. O campo econômico impõe a todos os fins e os respectivos meios razoáveis para alcançá-los (BOURDIEU, 2005).

Fligstein (2003) apresenta que no campo existem dois tipos de atores: os “detentores” e os “desafiadores”. Os detentores são aqueles atores que comandam o campo: geralmente são as empresas maiores que conhecem seus concorrentes, sabem de suas ações e influenciam a dinâmica no campo. Os segundos, são os comandados, geralmente são as empresas menores que criam suas ações a partir das ações das maiores, e a sua experiência é a de um mundo dado, concebido, já que não possuem o controle do campo. Sendo assim, Fligstein (2003) estabelece que um mercado é estável quando as identidades e as hierarquias de *status* das empresas são conhecidas e quando existe uma ideia de controle compartilhada entre os diretores das empresas que norteiam as suas ações. Essas ações estabelecem semelhanças entre as empresas em termos de estratégias de ação e de estrutura organizacional, assim como reproduzem a posição dos grupos dominantes.

Nesse sentido, o autor afirma que para viabilizar a organização, as relações de competição, a cooperação e a troca dos atores envolvidos nos mercados, de modo que esse permaneça estável, são necessárias instituições compreendidas como regras partilhadas (leis, práticas ou entendimentos coletivos) e mantidas por hábito, como um acordo explícito ou tácito. Essas instituições assumem diferentes formas, como: de direitos de propriedade (regras que definem quem tem direito aos lucros de uma empresa); de estruturas de governança (normas gerais de uma sociedade que definem as relações de competição e cooperação entre empresas e como se organizam); de concepções de controle (entendimentos específicos de mercados entre atores de uma empresa); e de normas de transação (definem quem pode negociar com quem e estipulam as condições sob as quais se processam as transações). Cada uma dessas formas se dirige à resolução de problemas de instabilidade percebido no mercado (FLIGSTEIN, 2003).

2.2.4 As Forças Sociais que Regem o Mercado: o modelo das três forças sociais de Beckert

Para estruturar o seu plano de análise, Beckert utiliza vários autores de diferentes perspectivas da NSE, como Granovetter, Callon, Fligstein, Zelizer, DiMaggio, Lawrence, Bourdieu e White. Por meio das ideias desses autores, Beckert (2010), ao analisar a estruturação dos mercados, compõe um modelo que parte das três principais construções sociais abordadas pela sociologia econômica: redes sociais, instituições e quadros cognitivos. Segundo o autor, essa contribuição é motivada principalmente pelo fato de que, embora a sociologia econômica tenha trazido avanços importantes para a compreensão das relações existentes entre estrutura social e economia, normalmente os três elementos citados anteriormente são tratados

separadamente, o que reduziria, ou mesmo distorceria, o potencial de análise das relações existentes entre sociedade e economia:

[...] é apenas a partir da consideração simultânea de todas as três forças estruturais que aspectos importantes da dinâmica dos mercados tornam-se compreensíveis. Eu argumento que redes, instituições e quadros cognitivos são irredutíveis e que uma importante fonte da dinâmica dos mercados nasce das suas inter-relações [...] Embora possa ser útil distinguir analiticamente as três forças estruturais, qualquer abordagem que não leve em consideração todas as forças influenciando a ação permanece necessariamente incompleta nas suas análises e corre o perigo de desenhar um cenário distorcido do imbricamento da ação econômica e da dinâmica dos campos mercadológicos. (BECKERT, 2010, p. 606)

Segundo Marconatto e Pedrozzo (2011), a elaboração principal do modelo de Beckert e a essência do seu estudo significam que nenhuma estrutura social tem um papel primordial *ex ante*. Pelo contrário, as diferentes estruturas sociais são susceptíveis de estarem em jogo simultaneamente, o que significa que suas interconexões precisam ser levadas a sério, não podendo ser isoladas. Dessa forma, Beckert (2010) propõe um modelo integrado, que objetiva possibilitar uma análise mais abrangente e fiel das relações estabelecidas entre estrutura social e economia. Seu pressuposto central é o do caráter irredutível de redes, das instituições e dos quadros cognitivos (todas as três formas são interdependentes e não exclusivas).

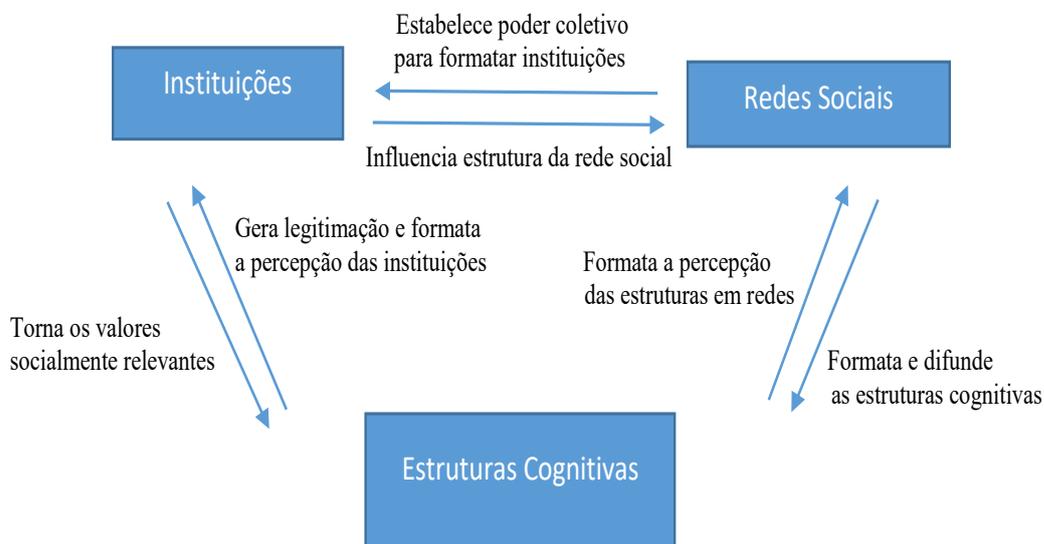
Ao invés do mercado propriamente dito, Beckert (2010) utiliza-se da definição de campo para posicionar essas três forças sociais uma em relação às outras. Os principais pontos a considerar sobre essa abordagem são os seguintes: (1) utilização de uma concepção de agência que considere todas as três estruturas sociais concomitantemente, ao contrário da visão econômica de agência que pressupõe indivíduos atomizados que buscam apenas seu interesse próprio. A soma dessas forças sociais (instituições, redes e quadros cognitivos) faz emergir algum tipo de ordem local – mais ou menos estável – em que os atores desenvolvem expectativas mútuas em relação aos comportamentos uns dos outros; (2) mudança do foco de análise para as forças sociais de estruturação, ao invés da transação econômica em si; (3) a delimitação do campo é dada pelo compartilhamento de aspectos culturais, políticos e sociais e não por limites geográficos; e (4) essa delimitação leva os mercados a serem entendidos como:

[...] reinos de interação estruturados por instituições ou por redes ou por culturas locais. Cada uma destas forças de estruturação contribui para a organização das trocas de mercado ao formatar tanto as oportunidades e restrições dos agentes como suas percepções de legitimidade e ilegitimidade [Todas as três forças são analiticamente independentes, mas empiricamente entrelaçadas]. (BECKERT, 2010, p. 609)

Dessa forma, Marconatto e Pedrozzo (2011) explicam que enquanto (1) as redes posicionam organizações e indivíduos no espaço estrutural (revelando reputações, permitindo

a difusão de ideias e a criação de entradas ou então de barreiras à entrada aos mercados), (2) as instituições servem como suporte para determinadas ações dos atores, enquanto desencorajam outras; e (3) os quadros cognitivos oferecem “organização mental” ao ambiente social e, então, contribuem para a ordenação dos campos em que esses elementos coexistem. A inclusão dos quadros cognitivos nesse contexto também é importante por mostrar que a agência dos atores sociais não é nem totalmente determinada pelas estruturas sociais circundantes (redes e instituições), nem totalmente autônoma ou desvinculada delas, o modelo integrado de Beckert está reproduzido na Figura 1.

Figura 1 – O posicionamento das três forças sociais no campo



Fonte: Beckert (2010, p. 612)

Marconatto e Pedrozzo (2011) apontam que um primeiro ponto essencial a ser considerado no modelo proposto por Beckert (2010) é a postura dos atores sociais frente a essas forças estruturantes. Como esses atores virtualmente sofrem influências – e influenciam – assíncronas ou simultâneas, diretas ou indiretas, das mais diversas intensidades, de todas essas três forças, apenas a análise mútua de redes, de instituições e de estruturas cognitivas permitiria uma visão coerente dos efeitos das suas ações e da estrutura social sobre o mercado. Os agentes precisam sintetizar nas suas respostas as demandas que partem de diferentes forças sociais. As demandas são multifacetadas e podem ser contraditórias umas às outras, o que abre uma variedade de modos que podem ser utilizados para responder à situação e, assim, recompor o campo (BECKERT, 2010, p. 610).

O segundo ponto fundamental de Beckert (2010) reflete a natureza das interdependências existentes entre as três forças estruturantes que, melhor entendidas, podem ajudar a compreender a estabilidade ou a dinâmica de mudança de instituições, redes e quadros cognitivos: a ocupação de posições privilegiadas em redes pode ser usada para influenciar regras institucionais e crenças dominantes; instituições podem se tornar uma fonte de mudanças em redes e podem influenciar mapas mentais; e ideias populares em um campo podem ser utilizadas na negociação de mudanças em regras institucionais e no formato ou na composição de redes. A estabilidade do campo analisado tenderá a sustentar-se se essas três forças estruturantes se apoiarem mutuamente. Inversamente, é provável que haja maior instabilidade se a mudança em uma das forças gerar novas oportunidades ou eliminar fontes de ganhos previamente existentes e para a disposição dos atores sociais. Essa mudança na estrutura de incentivos do campo pode gerar conflito entre a configuração e o conteúdo de redes, de instituições e de estruturas cognitivas e pode, ainda, redirecionar o fluxo dos recursos que são fontes de poder, afetando as vias de ação dos atores envolvidos (MARCONATTO; PEDROZZO, 2011).

Vian *et al.* (2006) também analisam a proposta de Beckert (2009; 2010) e afirmam que, para o autor, as redes sociais podem ser definidas como estruturas de interação regular que se apoiam na confiança, na reciprocidade e na trajetória de relacionamento, rompendo com a interpretação de atores anônimos e impessoais. Essa abordagem enfatiza a importância das relações sociais para o desenvolvimento das relações econômicas no mercado, pois a escolha entre um contrato e outro, por exemplo, pode variar, conforme a trajetória das interações estabelecidas ao longo de uma transação econômica. Portanto, a geração de confiança é uma condição prévia fundamental para as relações de troca entre os atores, além de ser um dos instrumentos que as mantém. Isso pode ser visto nos acordos verbais entre produtor e empresa e nas relações contratuais que fogem à legalidade, ao considerarem as trocas de favores, as obrigações mútuas, os vínculos comunitários, as relações de proximidade e os laços de amizade (WESZ JUNIOR, 2014).

Segundo Granovetter (2005), toda a interação social transmite informação: o fluxo e a qualidade das informações transacionadas são afetados principalmente pela densidade da rede social, pela frequência relacional e pelas normas que regem tais relações. Normalmente, quanto mais densa uma rede, maior a frequência relacional, a redundância e a assertividade das informações que transitam dentro dela, o que, portanto, reduz a assimetria informacional e, conseqüentemente, atenua os riscos derivados desta.

Coleman (1988) ressalta que as relações sociais mais próximas, organizadas em redes mais densas, facilitam a aquisição de informações que podem ser captadas por meio de relacionamentos que *a priori* tenham outros objetivos. Para ele, a aquisição de informações é menos custosa pela utilização das redes sociais normalmente do que por meio de mecanismos formais de coleta de dados.

Granovetter (2005) afirma que a densidade das redes sociais facilita a fixação de regras, de comportamentos desejáveis e de normas que objetivam manter a disciplina e promover a concordância entre atores. Ebers (1999) destaca que as redes sociais criam uma infraestrutura invisível de ligações entre os atores envolvidos, sustentada sobre um clima de confiança, que, por sua vez, se fundamenta sobre a possibilidade e a viabilidade de sanções morais em oposição às sanções materiais.

Considerando essa afirmação, Coleman (1988) ressalta as propriedades das estruturas sociais, segundo ele, elas podem funcionar como sanções efetivas e como fonte de desenvolvimento de um sentimento de “reciprocidade obrigatória”. Corroborando com essa ideia, Putnam (2002) garante que as redes sociais interconectadas entre si e permeadas de confiança podem gerar o que ele chama de “reciprocidade generalizada”.

Vários níveis e relações sociais (individual, diádico, grupal, social) preenchidos com diversos conteúdos (formais e informais, estruturados de diferentes modos) interagem de modo contínuo para construir diferentes realidades econômicas e sociais que, por vezes, ganham forma de instituições (WILLIAMSON, 2000), as quais, segundo North (1991, p. 97), são:

Restrições humanas planejadas, que estruturam interação políticas, econômicas e sociais. Elas consistem tanto de restrições informais (tabus, costumes, tradições e códigos de conduta) quanto de restrições formais (constituições, leis e direitos de propriedade).

Para Williamson (2000), as instituições presentes no nível informal (costumes, normas, religião, entre outras de alcance e de profundidade social) têm efeito duradouro sobre o modo como a sociedade rege a si mesma; são construídas por séculos, seu caráter deliberado é mínimo e seu prolongamento, ao longo do tempo, é evolucionário. Já aquelas que estão no nível formal da sociedade (leis) oferecem as “regras gerais do jogo”, que são os chamados códigos de conduta formalizados (constituições, leis, direitos de propriedade) e a distribuição de poder (executivo, legislativo e judiciário). As instituições formais mudam com maior velocidade do que as de nível informal, elas operam direitos de propriedade e têm o papel de arbitrar as disputas existentes. Esses mecanismos representam o esforço para criar ordem, mitigar conflitos e realizar ganhos mútuos, formatando os incentivos comportamentais dos atores envolvidos.

Os diferentes níveis institucionais mantêm importantes relações com as atividades de avaliação, monitoramento e sanções sociais. Antigas instituições informais, quando incorporadas nas tradições de um povo, podem facilitar o florescimento de confiança generalizada, normas sociais efetivas, associativismo e cooperação generalizada, os quais, ensinam a criação de grandes redes horizontalizadas, com maior fluxo de informações entre os atores, maior desburocratização das trocas econômicas e a aplicação de sanções sociais em complemento às sanções legais-formais (PUTNAM, 2002).

Portanto, as instituições são as regras formais e informais estabelecidas pelos atores do mercado, Estado e grupos de interesse, que pretendem regular os limites, as capacidades, a configuração e as normas do mercado. Para reduzir a incerteza da transação, construir instrumentos de proteção e confirmar as expectativas, as regras podem ser materializadas em acordos, contratos, etc., que, muitas vezes, definem preços, prazos, formas de pagamento, etc. (BECKERT, 2010). Um aspecto importante foi trazido por Bourdieu e Garcia-Parpet em seus estudos, quando eles afirmaram que as normas são construídas a partir dos diferentes interesses dos atores, e, por isso, a orientação acaba sendo definida por aqueles que apresentam maior poder mobilizador.

Já os quadros cognitivos reconhecem a importância das crenças morais, religiosas, simbólicas, políticas, ideológicas e intelectuais, visto que esses valores indicam as preferências dos agentes e, também, definem a demanda do mercado. Essas percepções e qualificações vão se refletir nas escolhas dos atores, na posição assumida frente a determinados contextos e na definição das estratégias (BECKERT, 2010). Nessa abordagem, é possível verificar que grupos sociais formados por uma maioria de indivíduos que já se conhecem previamente e que tenham propensão para a colaboração, para um relacionamento mais aberto (que facilita o fluxo de informações e, então, a execução das atividades de avaliação e monitoramento) e para a execução de sanções sociais têm maior probabilidade de sucesso na busca de seus objetivos do que grupos formados por integrantes anônimos entre si, mais individualistas e focados em resultados de curto prazo (OSTROM, 2000). Assim, também, Fligstein (2001) afirma que atores situados em posições-chave podem imprimir em toda a organização/rede, em maior ou menor grau, seu próprio sistema cognitivo. Os atores devem ser posicionados um em relação aos outros, de modo a ser possível identificar suas interações mútuas e o fluxo de influências gerado pela sua configuração particular sobre as atividades de avaliação, monitoramento e sanções sociais. O modelo das três forças sociais de Jens Beckert (2010) representa a totalidade do contexto da existência das organizações como a interação contínua e multilateral de quadros

cognitivos, redes e instituições, por isso ele é utilizado para esta construção do entendimento do mercado artesanal de queijo de leite cru.

2.2.4.1 Redes Sociais

De maneira geral, uma rede é um conjunto de atores ligados por uma relação; uma rede caracteriza, assim, os sistemas formados pelos vínculos diretos e indiretos entre os atores. Por analogia, é uma forma de interação social que põe atores em contato; as interações podem ser transações realizadas em um mercado, trocas de serviços entre indivíduos de um mesmo bairro e podem ser devidas à presença dos atores nos conselhos de administração de um conjunto de empresas (STEINER, 2006).

A abordagem das redes sociais na sociologia econômica tem o propósito de explicar o funcionamento dos mercados. A rede social se caracteriza por um sistema formado pelos vínculos diretos e indiretos estabelecidos entre os atores. É uma forma de interação social que coloca os atores em contato. O enfoque de redes sociais está diretamente relacionado à criação de confiança nas relações econômicas. Vélez-Ibáñez (1993) trata confiança como um ideal cultural que diz respeito, entre outros fatores, à boa vontade de pessoas dispostas a estabelecerem uma relação recíproca. Contudo, o autor ressalta que, se a confiança é um ideal cultural para organizar as expectativas acerca das relações sociais, ela evolui com as redes sociais em que é utilizada, ou seja, é ampla e flexível para possibilitar que a dinâmica da vida social modifique suas fronteiras. Se a confiança constitui uma expectativa psicocultural, ela recebe vida do estado das relações sociais existentes, da natureza das relações que estão sendo estabelecidas e da estabilidade ou instabilidade dessas relações (SCARABELOT e SCHNEIDER, 2012).

A importância da análise de rede está na sua capacidade de fornecer outra maneira de conceber o ator e a ação econômica dentro de sua articulação com a estrutura de relações sociais e, então, explicar o funcionamento dos mercados com base nessa concepção. O modo como a estrutura da rede, a posição e a qualidade dos vínculos que os atores detêm influencia a possibilidade ou a restrição da própria ação econômica e dos seus resultados, formando uma determinada característica de funcionamento de um dado mercado (STEINER, 2006).

A noção de ator envolve figuras diversas: no âmbito da Sociologia Econômica, podem-se considerar atores os indivíduos que estão em um mercado, ou as firmas que estão em um ramo da economia, ou as nações no comércio mundial. Diferentemente do individualismo

metodológico no sentido estrito, a análise de rede realça deliberadamente as relações existentes entre os atores, mais do que os próprios atores (MARQUES, 2003).

A rede social pode estar baseada em uma única relação ou em várias. No âmbito da sociologia econômica, a rede social constitui uma forma de articulação dos atores paralela ao mercado e à empresa e pode se apoiar na ideia de integração social de um grupo para estudar suas características de centralidade, densidade, facções, entre outras, ou, ainda, se desenvolver em torno da ideia de que os atores podem ser agrupados mesmo quando não se encontram diretamente conectados (STEINER, 2006, p. 94-95).

Marconatto e Pedrozzo (2011) afirmam que as mudanças institucionais podem afetar as estruturas das redes quando evitam que atores dominantes apliquem estratégias que fazem com que eles reproduzam sua posição dentro dessas mesmas redes. Entretanto, a persistência de uma ou mais instituições pode “cristalizar” posições dominantes nas estruturas das redes. Assim como mudanças nos quadros cognitivos podem afetar a estrutura das redes ao tornar atores no mercado conscientes de oportunidades de ganho não vistas ainda, ou então alinhando atores em atividades conjuntas para desempenhar projetos de controle sobre essas redes. Inversamente, um conjunto fortemente compartilhado de crenças por integrantes da rede pode tornar mais difícil a sua modificação estrutural por desencorajar atitudes entendidas como “desviantes”.

Conforme aponta Beckert (2015), as redes normalmente exigem uma perspectiva horizontal, dando menos peso para hierarquias e para a agência individual. Aspectos relacionais e coletivos são colocados no centro das atenções. A tendência é eles se tornarem instrumentos para a transmissão de informações. A posição do indivíduo dentro da rede tem um significado hierárquico quando o posicionamento estratégico de certos indivíduos ou empresas é levado em conta.

2.2.4.2 Instituições

Segundo Swedberg (1994) e Smelser (1994), mercado é uma palavra que jamais deveria ser pronunciada no singular: não existe uma entidade abstrata, funcionando sob leis universais e que seja capaz de se impor de forma soberana a qualquer situação, independentemente da organização social e de suas raízes históricas. Mercados não são pontos neutros de equilíbrio entre oferta e procura, mas, ao contrário, devem ser encarados como estruturas sociais, capazes de fornecer a seus participantes as regras de interação e as referências cognitivas que moldam suas ações. Na medida em que o ator econômico se enquadra na regulamentação contratual, isto é, conforme respeita uma série de regras sociais, sejam formais (direito), sejam informais

(tradição e normas morais), elaboradas coletivamente e inscritas numa dimensão temporal de longo prazo, ele participa da criação de uma verdadeira relação social (RAUD-MATTEDI, 2005). Portanto, a relação mercantil gera um laço social mesmo sem passar por relações pessoais íntimas, na medida em que esse laço não se esgota no único ato da troca, mas se enraíza e participa do processo de reprodução das instituições sociais.

Dessa maneira, a evolução de uma Sociologia dos mercados está relacionada à criação de condições sociais que possibilitem a existência dos mercados, sendo tais condições garantidas pelo Estado por meio das instituições. Conforme destaca Fligstein (2001), essas instituições, entendidas como regras formais e informais compartilhadas, são os meios adequados que permitem aos atores, num mercado, se organizarem para competir, cooperar e trocar. Nesse sentido, as instituições são condições necessárias para a existência de um mercado, viabilizando a sua construção social. Para reforçar esse pensamento, Granoveter (1985) relata que as instituições resultam da agregação das ações individuais e são construções sociais, subindo do nível micro para o macro. O autor mostra que as atividades econômicas se enraízam não somente em redes pessoais, mas que essas redes pessoais formam também as redes de empresas. O mercado, portanto, não se constitui de firmas isoladas, como nos modelos de concorrência perfeita da ciência econômica, mas de aglomerados de firmas formando uma estrutura social mais ou menos coerente (CARVALHEIRO, 2010).

Tanto na sociologia econômica de Durkheim como na de Weber, as instituições organizam as relações sociais e as atividades econômicas, não somente porque regulamentam os conflitos de interesse, mas, sobretudo, porque permitem a definição mesma dos interesses individuais. Nesse sentido, é preciso entender as instituições em termos de regras, formais ou informais, e de valores (RAUD-MATTEDI, 2005).

Boltanski e Thévenot (1991) acreditam que os indivíduos em suas atividades são responsáveis por propiciar um mundo social inteligível, constituindo uma condição indispensável para a coordenação de suas ações. Esse processo está na base da formação de acordos e da criação de princípios comuns que permitem aos atores se entenderem e conduzirem as trocas sociais. A estabilidade das relações entre os atores passa a ser vista como o resultado dos “investimentos” que eles fazem para criar dispositivos convencionais que lhes “rendem” certa estabilidade frente a um espaço de múltiplas possibilidades.

Em primeiro lugar, o papel das regras morais é o de permitir a passagem do nível micro ao nível macro, ou seja, o de realizar a adequação entre os interesses individuais e os interesses coletivos. De fato, para Durkheim, fazer do ser humano (egoísta) um ser social (moral) supõe uma instituição que o obrigue a respeitar e se conformar aos interesses sociais, isto é, supõe

uma disciplina moral, internalizada por meio do processo de socialização. Assim, diferentemente do que afirma a teoria liberal, Durkheim mostra que o bem-estar coletivo não pode decorrer da busca egoísta dos interesses individuais. Pelo contrário, existe um antagonismo entre ambos, pois, sem disciplina moral, a sede de riqueza é sem fim (RAUD-MATTEDI, 2005).

Por fim, a coordenação depende da construção de mecanismos que permitam às pessoas associar as práticas e os discursos a diferentes noções de justiça e bem comum. Segundo os autores, comumente, as interações sociais transcorrem com base em equivalências estabelecidas no curso de um processo histórico de construção de quadros normativos. A maior parte da vida segue seu curso sem a necessidade de as pessoas e as organizações estabelecerem um novo acordo a cada instante que precisam interagir. Esse é basicamente o papel das instituições como um meio de recursos objetivos e normativos que permite coordenar a vida social. Porém, existem “momentos críticos” em que as instituições estabelecidas são objeto de contestação (BOLTANSKI, 2009).

São situações em que as instituições são questionadas e colocadas à prova por uma realidade emergente. Momentos que catalisam a atividade reflexiva dos indivíduos, os quais são impelidos a encontrar mecanismos que permitam sair da situação transitória de incerteza e de conflito. Dessa maneira, as instituições são entendidas aqui de modo amplo, como padrões socialmente compartilhados de comportamento e/ou de pensamento (DEQUECH, 2011). Isso inclui padrões que não apenas são seguidos, mas que também são prescritos ou descritos – no sentido de que eles indicam ou representam o que (não) fazer ou pensar em determinadas circunstâncias – e, nesse sentido, podem ser chamados de regras morais. As regras morais permitem assegurar a confiança no mercado, mesmo entre pessoas que não se conhecem diretamente, pelo respeito aos mesmos valores fundamentais da sociedade moderna, ou seja, os direitos do indivíduo (RAUD-MATTEDI, 2005). Socialmente compartilhados quer dizer aqui compartilhados por razões sociais, por contraste com causas genéticas ou outro tipo de causa natural ou inevitável. O conceito de instituições tem uma dimensão comportamental, assim como uma dimensão mental. A dimensão mental inclui não apenas expectativas, mas também modelos mentais compartilhados. Existem diferentes tipos de instituição. Normas socialmente compartilhadas indicam o que um indivíduo deveria fazer, trazem consigo a possibilidade de sanções externas, mas, ao menos no caso de alguns indivíduos, são internalizadas. Normas formais ou legais são mantidas em prática em última instância pelas organizações do sistema legal, enquanto as normas sociais informais estão ligadas a sanções por outras pessoas no grupo relevante (DEQUECH, 2011).

Para Marconatto e Pedrozzo (2011), as instituições podem ser vistas como “redes congeladas”, segundo a perspectiva de Granovetter (1992), a repetição das interações entre as pessoas passa a adquirir um caráter mais objetivo e formalístico ao longo do tempo. Embora a postura de Granovetter possa ser um tanto exagerada, por tornar redes e instituições indistinguíveis, ela serve para mostrar a estreita inter-relação entre ambos e para sugerir que mudanças – ou permanência – da estrutura e dos conteúdos das redes ensejam mudanças – ou permanência – nas estruturas institucionais que se servem dessas mesmas redes como suporte. Já em relação aos quadros cognitivos, as instituições também são analisadas como mitos racionalizados (MARCONATTO; PEDROZZO, 2011). Nesse sentido, quadros normativos e cognitivos, crenças culturais e ideologias – sistemas de crença, no geral – presentes nos mercados são elementos que influenciam a percepção do quanto desejável e viável são as formas institucionais vigentes. Mudanças nesses “sistemas hegemônicos de crença” normalmente implicam mudanças nas estruturas institucionais, visto que aqueles são parte integrante destas. Ao contrário, o reforço hegemônico dessas crenças acarreta no fortalecimento das instituições já existentes.

2.2.4.3 Estruturas Cognitivas

Como destacam Niederle e Grisa (2013), para compreender as estruturas cognitivas, é inegável reconhecer que as referências institucionais não se formam fora das redes sociais e são fundamentais para a existência e a estabilização das interações. Um preceito desse raciocínio é que as próprias políticas emergem como resultado de um acordo coletivo que se processa em um ambiente social de disputas normativas. Ao mesmo tempo em que se supera a concepção naturalizada das instituições, destaca-se que as dimensões cognitivas e valorativas têm como origem a interação social. Ideias, crenças e representações não se formam fora da ação situada, mas enraizadas em diferentes contextos sociais. Contudo, as instituições também carregam consigo memórias que reduzem as possibilidades dos atores. Sobre a ação socialmente situada pesam os constrangimentos de leis, normas, regras e convenções definidas previamente.

Segundo Beckert (2015), as estruturas cognitivas tendem a ter um significado cultural compartilhado, ou uma “organização mental do ambiente social” (BECKERT, 2010, p. 63). Eles agem como filtros que fazem a diferença entre a realidade objetiva e a realidade percebida. Nesse sentido, a função cognitiva influencia o modo como os indivíduos selecionam, organizam e interpretam informações. Nesses casos, as instituições não apenas dão incentivos, como é usualmente enfatizado por economistas *mainstream*, mas também influenciam os próprios

objetivos que as pessoas buscam e as obrigações que os indivíduos se atribuem (DEQUECH, 2011).

Segundo Marconatto e Pedrozzo (2011), os quadros cognitivos podem ser afetados por instituições de socialização, por exemplo, universidades, escolas de negócio e associações profissionais. As instituições também impactam os quadros cognitivos por meio de sua capacidade de sanção, tornando menos custoso ao ator social a sua própria adequação à estrutura do que a sua ação desviante. O que mostra como os quadros cognitivos individuais ganham certa convergência, já que eles são, de certa forma, “ancorados” no direcionamento dado pelas instituições vigentes. Nesse sentido, as instituições tornam relevantes e estabilizam orientações cognitivas, o que sugere que as mudanças institucionais podem ser fonte também de mudanças nos quadros cognitivos.

Em relação às redes, para que um determinado quadro cognitivo tenha capacidade de influência, é necessário que ele seja socialmente compreendido, comunicado, negociado e legitimado. As redes sociais são fundamentais para a viabilidade dessas ações. É por meio das redes que os quadros cognitivos são difundidos e é, então, por meio das redes que as reformas institucionais são viabilizadas. A estrutura das relações sociais e o posicionamento dos atores dentro da rede têm relevância na determinação do que pode ser alcançado e influenciado sobre novas ideias e visões de mundo.

O Quadro 3 resume as principais inter-relações existentes entre instituições, redes e estruturas cognitivas, mencionadas por Beckert (2010).

Quadro 3 – Resumo das Principais Interinfluências de Instituições, Redes e Atores Sociais Para a Sua Transformação ou Estabilidade

Forças estruturantes influenciadas	Influenciantes	Influências
	Instituições	Mudanças institucionais podem afetar as estruturas das redes ao evitar que atores dominantes apliquem estratégias as quais fazem com que eles reproduzam sua posição dentro destas mesmas redes. Entretanto, a persistência ‘de uma ou mais instituições pode “cristalizar” posições dominantes nas estruturas das redes.
Redes		
	Estruturas Cognitivas	Mudanças nos quadros cognitivos podem afetar a estrutura das redes ao tornar atores no mercado conscientes de oportunidades de ganho não vistas até então, ou então alinhando atores em atividades conjuntas para desempenhar projetos de controle sobre estas redes. Inversamente, um

		conjunto fortemente compartilhado de crenças por integrantes da rede pode tornar mais difícil a sua modificação estrutural por desencorajar atitudes entendidas como “desviantes”.
	Redes	Instituições podem ser vistas como “redes congeladas” (GRANOVETTER, 1992, p. 5), pois a repetição das interações entre as pessoas passa a adquirir um caráter mais objetivo e formalístico ao longo do tempo. Embora a postura de Granovetter possa ser um tanto exagerada, por tornar redes e instituições indistinguíveis, ela serve para mostrar a estreita inter-relação entre ambos e para sugerir que as mudanças ou as permanências das estruturas e dos conteúdos das redes ensejam mudanças ou permanências nas estruturas institucionais que se servem dessas mesmas redes como suporte.
Instituições		
	Estruturas Cognitivas	Instituições também são analisadas como mitos racionalizados (MEYER; ROWEN, 1997). Logo, quadros normativos e cognitivos, crenças culturais e ideologias (sistemas de crença no geral), presentes no mercado são elementos que influenciam a percepção do quanto desejável e viável são as formas institucionais vigentes. Mudanças nesses “sistemas hegemônicos de crença”, normalmente implicam mudanças nas estruturas institucionais, visto que aqueles são parte integrante destes. Ao contrário, o reforço hegemônico dessas crenças acarreta no fortalecimento das instituições já existentes.
	Instituições	As estruturas cognitivas podem ser afetadas por instituições de socialização, por exemplo, universidades, escolas de negócio e associações profissionais. As instituições também impactam as estruturas cognitivas por meio de sua capacidade de sanção, tornando menos custoso ao ator social a sua própria adequação à estrutura do que a sua ação desviante. Isso mostra como as estruturas cognitivas individuais ganham certa convergência, já que são, de certa forma, “ancoradas”, no direcionamento dado pelas instituições vigentes. Nesse sentido, as instituições tornam relevantes e estabilizam orientações cognitivas, o que sugere

		que mudanças institucionais podem ser fonte também de mudanças nas estruturas cognitivas.
Estruturas Cognitivas		
	Redes	Para que uma determinada estrutura cognitiva tenha capacidade de influência, é necessário que ela seja socialmente compreendida, comunicada, negociada e legitimada. As redes sociais são fundamentais para a viabilidade dessas ações. É por meio das redes que as estruturas cognitivas são difundidas e é então pelas redes que as reformas institucionais são viabilizadas. A estrutura das relações sociais e o posicionamento dos atores dentro da rede têm relevância na determinação do que pode ser alcançado e influenciado sobre novas ideias e visões de mundo.

Fonte: Marconatto e Pedrozo (2011, p. 10)

Pelo resumo apresentado no Quadro 3, é possível observar como as forças são influenciadas e podem afetar todo o sistema que compõe as estruturas de rede. Por meio da influência das forças sociais, os atores podem se tornar conscientes de determinada ação, aplicar novas estratégias, estabelecer conexões que sejam compartilhadas, provocar a mudança do posicionamento entre os atores pertencentes à rede e até mesmo reforçar as crenças e as ideias já preexistentes e estabelecidas, dificultando a sua mudança.

2.3 O MOVIMENTO SLOW FOOD

Nesta subseção serão apresentadas as características do movimento Slow Food no Brasil e no mundo, começando por sua fundação como associação “enogastronômica” (de vinhos e alimentação) pelo ativista alimentar Carlo Petrini, em 1986, que teve como seu primeiro objetivo apoiar e defender a boa comida, o prazer gastronômico e um ritmo de vida mais lento. Mais tarde, essa iniciativa foi ampliada para abranger a qualidade de vida e, como consequência lógica, a própria sobrevivência do planeta em que vivemos (SLOW FOOD, 2016a).

2.3.1 As Origens do Movimento Slow Food

Segundo Schneider (2015), o Movimento Slow Food, é um descendente de vínculo direto com os movimentos sociais que nasceram na década de 1960 e 1970 que tinham como

principal foco a crítica ao padrão de consumo estimulado pelos países hegemônicos durante o pós-guerra e aos arranjos homogeneizadores. Pregavam, assim, uma ideia de paz global e uma aproximação entre a sociedade e a natureza e eram chamados de Movimentos de Contracultura. Entre eles, o Movimento Hippie se destaca em especial pelo ato chamado Maio de 1968. Segundo a autora, essa descendência é demonstrada em trabalhos como os de Luca Simonetti (2010; 2012) e o de Geoff Andrews (2010). Esses movimentos foram marcados por uma forte resistência que busca um discurso de anticonsumismo e um desenvolvimentismo desenfreado.

Após esses acontecimentos, movimentos de estudantes e operários, jovens e intelectuais de esquerda deram início a ações de protesto político e social com o intuito de encontrar caminhos alternativos aos dos partidos políticos, criando estruturas de base e formas de ação mais autônomas e diretas. Um grupo de jovens ativistas italianos de esquerda, entre os quais estavam Carlo Petrini, Azio Citi e Giovanni Ravinale – todos eles nascidos em Bra, cidade italiana famosa pela produção de vinhos e do precioso tartufo bianco – inspirados por ideais comuns, começaram a se dedicar a iniciativas sociais e cívicas de cunho popular (GENTILE, 2013).

Em 1974, Carlo Petrini, Azio Citi e Giovanni Ravinale se articularam para criar o periódico de esquerda *In Campo Rosso*, passando pela abertura da estação de rádio política e independente *Radio Bra Ombre Rosse*, em 1975, até chegar à fundação da Cooperativa Libreria La Torre e da pequena revenda de produtos alimentares locais (em 1975, em Alba, cidade próxima a Bra), o grupo operava ativamente na região realizando iniciativas destinadas às classes proletária e campesina (GENTILE, 2013).

A continuidade desses eventos se deu logo em 1975, quando um membro do grupo, Carlo Petrini, foi eleito vereador na prefeitura de Bra, trazendo mais visibilidade para o grupo e para as ações que estavam sendo formadas. A política do grupo se demonstrava ligada a modelos de expressão cultural da identidade regional. No sentido de expandir o movimento, os jovens participaram e foram fundadores de outras associações político-culturais, trabalhando na realização de eventos geridos autônoma e coletivamente com o intuito de ampliar cada vez mais a rede de colaborações com grupos similares em outras regiões da Itália (especialmente na Toscana e em Roma) visando à promoção das tradições camponesas e enogastronômicas locais (PETRINI, 2005; PETRINI; PADOVANI, 2005; ANDREWS, 2008 *apud* GENTILE, 2013).

Para Gentile (2013), na visão de Petrini e de seus amigos, a célebre frase “o privado é político”, dominante nos debates das décadas de 1960 e 1970, conectava temas como a liberdade, o interesse pelas artes, o uso do tempo livre e a qualidade de vida. Desde o início do

movimento, o tema qualidade de vida, incluindo o acesso a alimentos de qualidade e à sua valorização, foi se tornando uma questão de política e de democracia acerca do “conheça quem planta o que você come e compre com ele”. Não enfrentando, assim, diretamente a forma como se estruturam os padrões econômicos, e sim querendo estabelecer uma reforma nesses padrões. Diante desse fato, Schneider (2015) ressalta que o Movimento Slow Food não nasceu como um movimento anticonsumista nos moldes propostos nos de 1960. Ele mesclava uma visão de anticonsumismo e de consumismo consciente. Anticonsumismo quando resgatava elementos e mobilizações acerca de hortas urbanas, do plantar o que se come. Consumismo consciente quando apresentava elementos discursivos. Segundo Portilho (2009, p. 208):

Os movimentos pró-consumo responsável surgem na esteira dos movimentos de ampliação da cidadania, percebendo os consumidores, não como vítimas, mas como importantes e decisivos atores do mercado e enfatizando a auto atribuição de responsabilidades por parte dos consumidores individuais.

Já para Oliveira (2014), o Movimento *Slow Food* pode ser entendido como uma proposta de um novo estilo de vida que questionava o processo de racionalização e de padronização alimentar, que buscava a produtividade a qualquer custo, principalmente quando ela resulta na perda das tradições culinárias, da naturalidade e do sabor do alimento.

Outro evento que culminou para a criação do Movimento Slow Food foi que, na Itália, na década de 1980 chegavam os primeiros *fast foods*, acompanhados por certo esquecimento das receitas, ingredientes e hábitos alimentares tradicionais (GENTILE, 2013). Em 1986, logo após a manifestação contra a abertura de um restaurante McDonald's próximo à histórica Praça de Espanha, em Roma, pela primeira vez apareceu o termo “*slow food*”. A expressão, que se tornaria o nome do movimento fundado por Petrini e seus colaboradores, aparecia no Manifesto do Slow Food, redigido pelo poeta e intelectual Folco Portinari em ocasião da manifestação anti-McDonald's (GENTILE, 2013).

O Manifesto Slow Food contestava a base ética daquela que era definida a “vida veloz”, criticava a confusão entre eficiência e frenesi e exaltava as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria. Teve como inspiração o *Manifesto Futurista*, de Marinetti (1909), e a máquina para a nutrição humana do filme *Tempos Modernos*, de Charlie Chaplin (GENTILE, 2013). Após a publicação do Manifesto (1987) e a tradução de uma versão menor em vários idiomas, Petrini e colaboradores decidiram celebrar o lançamento oficial do Movimento Slow Food, que ocorreu em Paris em 10 de dezembro de 1989, quando intelectuais de 15 países ratificaram sua adesão aos princípios ideológicos contidos no Manifesto Slow Food, que se tornou, oficialmente, uma associação internacional (GENTILE, 2013; OLIVEIRA, 2014). Schneider (2015), ao citar o manifesto, acredita que é diante do prazer

que o movimento se foca e afirma que foi o prazer que motivou Geoff Andrews (2010) a escrever seu livro intitulado *Slow Food – uma storia tra politica e piacere*. Esse prazer está vinculado ao produto local e pertencente a essa cultura local. A visão de prazer reforça ainda mais suas origens nos movimentos de contracultura em que a resistência à massificação é realizada a partir do direito ao prazer, que é perdido quando se homogeneíza (SCHNEIDER, 2015).

O Movimento Slow Food é hoje constituído como associação internacional ativa em 160 países do mundo, com membros e projetos empenhados na proteção e na promoção de alimentos tradicionais e de qualidade e de ingredientes primários, na conservação de métodos de cultivo e de processamento ecologicamente atentos, na defesa da biodiversidade (tanto de espécies cultivadas como silvestres), na tutela das comunidades de produtores, de locais de valor histórico, artístico ou social que formam parte de heranças alimentares e exprimem valores identitários de grupos e culturas (GENTILE, 2013; SLOW FOOD, 2016a).

De acordo com Ferreira (2009 *apud* LIMA, 2016, p. 8), o Movimento Slow Food pretendia redescobrir o bem-estar advindo de uma alimentação saudável, preconizando que o prazer à mesa é a chave para amenizar as consequências das patologias alimentares. Dessa forma, o Movimento Slow Food buscava ao mesmo tempo resgatar a responsabilidade civil e política e o hábito alimentar, expresso pelo conceito da ecogastronomia.

Conforme aponta Oliveira (2014), o Movimento Slow Food tem sido objeto de vários estudos acadêmicos. Trabalhos como os de Leitch (2009), Andrews (2008), Mintz (2006), Pilcher (2006), Laudan (2004) e Davolio e Sassatelli (2010) são exemplos de estudos internacionais que procuram entender melhor o movimento. Nos últimos anos, o Movimento Slow Food tem atraído a atenção de parte do setor midiático e da comunidade acadêmica. Porém, grande parte das pesquisas realizadas sobre o Slow Food é descritiva e não chega a uma análise detalhada das iniciativas do movimento. Dessa maneira, o Movimento Slow Food seria um objeto multifacetado, merecendo atenção, portanto, suas estruturas organizacionais, os valores culturais e suas representações. Para Oliveira (2014), o movimento é um organismo híbrido que articula princípios convencionais do mercado com seus próprios valores. Oliveira (2014) também destaca que o Movimento Slow Food se insere em um conjunto mais amplo de movimentos sociais ligados à alimentação, como o Fair Trade, o movimento de alimentação orgânica, a agroecologia, o movimento vegano e a economia solidária, que são bem analisados e debatidos na academia.

2.3.2 Slow Food: como a rede funciona

Slow Food é uma organização internacional sem fins lucrativos mantida pelos seus associados e é o centro conector de uma rede. Segundo Guivant, Spaargaren e Rial (2010), o Slow Food vem se consolidando em várias partes do planeta, devido ao ritmo frenético atual da sociedade, ao desaparecimento das tradições culinárias regionais e devido ao decrescente interesse das pessoas pela própria alimentação, sua procedência e o sabor dos alimentos. Esse movimento procura enfocar que a escolha alimentar de cada indivíduo afeta outras pessoas em várias partes do mundo. O Slow Food reúne milhões de pessoas no mundo e conta com 100.000 associados interconectados em 160 países, com sedes nacionais na Itália, na Alemanha, na Suíça, nos EUA, no Japão, nos Reino Unido e nos Países Baixos (SLOW FOOD, 2016).

Naigeborin (2011) destaca que as atividades do Slow Food têm um escopo bem amplo e vão desde ações mais pontuais e focadas, como a publicação de revistas, guias com produtos e de restaurantes adeptos do movimento, até ações concretas e estratégicas para preservar a biodiversidade agrícola do planeta. É nesse sentido que Lima (2016) aponta que o Slow Food, além de defender um estilo de vida, constitui-se como uma rede que busca organizar propostas e assinaturas em manifestos internacionais. Lima (2016) cita em sua tese um caso ocorrido em 2001, quando o Slow Food conseguiu 20 mil assinaturas no Manifesto em Defesa dos Queijos de Leite Cru.

Os queijos de leite cru são fabricados artesanalmente, à moda tradicional, isto é, são elaborados a partir de leite recém-ordenhado e não pasteurizado. Este manifesto foi feito devido às leis consideradas excessivas para a higiene que é originada com a produção industrial, prejudicando a fabricação dos queijos artesanais com leite cru. A produção do queijo em pequenas escalas, caracterizada pela fabricação familiar, não faz uso da pasteurização, já que esta forma de produção mata as bactérias e descaracteriza o sabor do queijo. (LIMA, 2016, p. 17)

Algumas atividades podem ser listadas, como: a) Arca do Gosto: busca salvar tradições gastronômicas ameaçadas de extinção; b) Prêmio: o Slow Food premia os melhores exemplos de preservação da herança gastronômica; c) Educação: programa que promove nas escolas públicas a consciência sobre a tradição dos alimentos; d) Mesas da Fraternidade: incentiva a alimentação de comunidades carentes em países pobres ou em guerra; e) Convívios: articulam relações com os produtores, realizando campanhas para proteger os alimentos tradicionais (NAIGEBORIN, 2011).

Outro projeto importante para o movimento são as Fortalezas que, ligadas à Arca do Gosto, se caracterizam, segundo Oliveira (2015, como projetos em pequena escala, que

auxiliam os produtores de alimentos artesanais a preservarem seus métodos de processamento tradicional e seus produtos finais. Um marco importante desse processo foi a criação, em 1996, de um catálogo de produtos gastronômicos em vias de extinção, denominado “Arca do Gosto”. As “Fortalezas” são os meios operacionais desse catálogo, implantadas em contextos geográficos específicos, em diversas localidades do globo. Em suma, os objetivos dos dois projetos são promover a produção artesanal, estabelecer padrões de produção e de qualidade e garantir um futuro viável para os alimentos em questão (OLIVEIRA, 2015).

O evento mais importante para o movimento é o Terra Madre, pois é onde o Slow Food tem a oportunidade de reunir agricultores, produtores dos mais variados tipos, pescadores e, também, consumidores, intelectuais e ativistas dos cinco continentes, que se encontram com o objetivo de compartilhar histórias, experiências e saberes ligados à produção e ao consumo alimentares (GENTILE, 2013).

A partir do primeiro Terra Madre, ocorrido em 2004, tornou-se central a preocupação e o ativismo em relação ao futuro alimentar do mundo, ao uso e à distribuição dos recursos, à fome, à pobreza, à agroindústria, às formas de produção e extração, às consequências sobre o meio ambiente, aos mercados global e local, ao papel das mulheres na produção de alimentos e ao turismo e seus efeitos sobre as comunidades. A preocupação e os debates começaram a ser acompanhados por apelos, estudos e pelo apoio a propostas de alternativas concretas (GENTILE, 2013). De acordo com Oliveira (2015), a rede virtual se torna presencial a cada dois anos, em Turim (Itália), para onde as comunidades convergem para um evento internacional chamado Terra Madre, que acontece em torno de reuniões informais e de seminários formais para trocas de pontos de vista e de soluções para problemas comuns. O objetivo desses projetos é demonstrar que a comida pode se tornar um instrumento de educação, de consciência cultural e de emancipação social (OLIVEIRA, 2015).

2.3.3 Conceito do Alimento Bom Limpo e Justo

O Slow Food acredita que a única forma de agricultura que pode oferecer uma perspectiva de desenvolvimento, sobretudo para as regiões mais pobres do mundo, é a agricultura baseada nos conhecimentos das comunidades locais em harmonia com os ecossistemas que as rodeiam (SLOW FOOD, 2008), e, para isso, acredita que o sistema de produção de alimentos deve ser bom, limpo e justo.

Segundo o *Manual Slow Food* (2008, p. 3), a transformação para a agricultura sustentável deve se originar a partir de novas constituições de mercados, estabelecidas pela

relação direta entre produtor e consumidor. Como consequência dessa ação, o consumo de alimentos constitui-se num ato agrário. Para o Slow Food, alimentar-se é um ato agrário, as escolhas do consumidor contribuem para a coprodução ao exigir que o alimento seja bom, limpo e justo. Toda produção deve ser boa, limpa e justa. Limpa no sentido de não prejudicar o meio em que vivemos e sem prejuízos à saúde humana; justa porque todo o processo, desde a produção até o seu consumo, deve obedecer a uma justiça social para os envolvidos. O alimento deve ser bom, sendo capaz de saciar e estimular nossos sentidos, ser saboroso e apetitoso. Portanto, o consumo do alimento constitui-se num ato político, no qual o consumidor se torna um elemento participativo nas transformações do mercado, exigindo que a produção alimentícia contribua para a preservação do meio ambiente e que não perca suas características essenciais, o sabor e o aspecto cultural (LIMA, 2016).

Segundo Gentile (2013), com base nesses critérios, o conceito holístico de alimento “bom, limpo e justo” é o fulcro filosófico do movimento, o ideal que norteia todas as suas ações e seus projetos. Fruto das reflexões surgidas em preparação, durante e após o primeiro encontro do Terra Madre, definida e divulgada por Carlo Petrini (2005) em seu livro, tal declaração de princípios condensa empenho político e consciência ambiental, incorporando instâncias múltiplas: promoção do direito universal à alimentação saudável e de qualidade (bom); defesa da naturalidade dos produtos alimentares, das diversidades biológica e cultural ligadas à produção, ao preparo e ao consumo; promoção de formas produtivas em pequena escala (familiar, comunitária), ecologicamente corretas e capazes de respeitar o equilíbrios dos ciclos que ligam o sistema ambiente/homem/matéria-prima (limpo); denúncia das contradições globais entre fome e obesidade, carência e desperdício; respeito ao trabalhador e seu *know-how*, por meio da condenação de processos de produção e comercialização caracterizados por formas exploratórias (justo).

Segundo Nascimento (2014), atualmente, o Slow Food fortaleceu a ideia do alimento como central nas questões humanas/sociais. No Congresso Internacional de 2012-2016, o documento *A centralidade do alimento*, do Slow Food, diz que

A centralidade do alimento que este documento pretende afirmar com determinação implica a convicção de que o alimento é o direito primário da humanidade, para garantir a vida não apenas do gênero humano, mas de todo o planeta. (PETRINI *et al.*, 2012, p. 4)

O ideal do Slow Food é que se encontrem alternativas viáveis para uma alimentação de qualidade e uma produção sustentável, seguindo uma abordagem que considere não somente as características sensoriais do alimento, mas também os recursos ambientais, o equilíbrio global, a dignidade dos trabalhadores e a saúde do consumidor (SLOW FOOD, 2008). O princípio ético

de alimento bom, justo e limpo, portanto, logo passou a incluir todos os elementos e os momentos a montante e a jusante da comida (acesso aos recursos, produção, distribuição/mercado e consumo). Ou seja, o Slow Food passou a pregar a sustentabilidade ambiental, social e econômica de cada ação do ciclo alimentar (SLOW FOOD, 2008).

2.3.4 O Slow Food no Brasil

Conforme destaca Oliveira (2014), a oportunidade de estudar o Slow Food vem acompanhada de desafios, pois não há síntese ou documentação presentes no Brasil para embasar a pesquisa. Os trabalhos sobre o Slow Food, no âmbito internacional, muitas vezes, se tornam objetos descritivos. No Brasil, até então, a academia tinha dedicado pouca atenção ao movimento, o que fez com que Oliveira (2014), na época de sua tese, resgatasse todo o histórico do Slow Food por meio de entrevistas e de depoimentos dos membros. O autor relata que:

Não foi encontrada nenhuma síntese documental que poderia servir de base para a pesquisa; as informações estão dispersas em um conjunto de espaços como o próprio site do *Slow Food* Brasil, colunas gastronômicas de jornais e revistas, além de blogs e sites especializados em alimentação. Tudo isso faz com que uma pesquisa sobre o *Slow Food* ganhe percursos inexplorados. (OLIVEIRA, 2014, p. 4)

Dessa maneira, Gentile (2016) e Oliveira (2014) afirmam que uma das primeiras pessoas a ter contato sobre o conhecimento e a prática da filosofia Slow Food, especialmente no que diz respeito ao apoio aos pequenos produtores, no Brasil, foi a chefe de cozinha Margarida Nogueira. Ela viajou em 1999 para a Itália, onde conheceu a rede de sócios e encontrou líderes do Slow Food. Ao voltar para o Brasil, criou o Convívium do Rio de Janeiro, em 2000, o primeiro movimento desse tipo no Brasil. Gentile (2016) ainda ressalta que o movimento era conhecido no Brasil já desde antes de 2003, isto é, do ano do prêmio aos Krahôs, e que algumas pessoas, por iniciativas pessoais isoladas e conhecimento, já tinham aderido a ele. O prêmio trata-se, para Gentile (2016), de um dos primeiros contatos do Movimento Slow Food com o Brasil.

Gentile (2016) relata que em 1995 e com a colaboração e apoio técnico da Embrapa, os Krahôs¹⁵ reintroduziram o cultivo do milho antigo, chamado pôhypey. Em 2003, a equipe técnica do Slow Food, então coordenada por Roberto Burdese, teve oportunidade de conhecer o trabalho dos Krahôs com a Embrapa por meio de uma reunião ocorrida no Ministério Especial de Segurança Alimentar (MESA). O milho pôhypey foi um dos primeiros contatos do Slow

¹⁵ Povos indígenas que vivem na região do Tocantins.

Food no Brasil, no entanto, outro fator que contribuiu para o ingresso do Slow Food no Brasil foi a circunstância histórico-política específica da época: as oportunidades abertas pelos programas e as políticas públicas iniciadas a partir de 2002.

Em agosto de 2004, o Ministro do Desenvolvimento Agrário, Miguel Rossetto, o Secretário do Desenvolvimento Territorial, Humberto Oliveira, e Carlo Petrini assinaram o acordo de cooperação técnica internacional entre o Ministério do Desenvolvimento Agrário e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade (GENTILE, 2016). No ano de 2007 foi realizado o do evento Terra Madre Brasil junto com a IV Feira Nacional da Agricultura Familiar e Reforma Agrária. Esse foi o maior encontro Terra Madre realizado fora da Itália. O evento aconteceu em Brasília e participam cerca de 77 representantes das Comunidades do Alimento, 26 chefes de cozinha, representantes de 10 universidades brasileiras, representantes do Slow Food da Itália e todas as Fortalezas brasileiras criadas na época (2004 a 2007) – cada Fortaleza dispõe de um *stand* para apresentar e vender seus produtos diretamente aos visitantes da Feira (GENTILE, 2016).

De acordo com Oliveira (2014), em 2013, Georges Schnyder, presidente do Slow Food Brasil, anunciou a formalização do Slow Food no Brasil, enfatizando a sua contribuição para uma sociedade mais justa. A criação do Slow Food no Brasil foi oficializada no evento Mesa Tendencial, realizado em 2013, na cidade de São Paulo, SP, e contou com a participação do Presidente, do Vice-Presidente e do Secretário Geral do Slow Food. O evento se encerrou com a enfática alusão ao momento histórico de formação, no Brasil, da Associação Nacional, que poderá se tornar exemplo para outros países, bem como uma forma de ajudar na construção de um planeta melhor (OLIVEIRA, 2014, p. 127). Dessa forma, com a criação de uma estrutura nacional própria, foi possível amenizar os problemas acerca da administração e consolidar o Slow Food no espaço brasileiro. Segundo o relato dos entrevistados no trabalho de Oliveira (2014), a criação dessa estrutura foi necessária devido ao crescimento do número de associados, foi um passo importante para administrar melhor os recursos e expandir os projetos do Slow Food por meio de parcerias com outras associações, o que contribuiu para popularizar e fazer crescer a rede no Brasil.

O Movimento Slow Food, atualmente, conta com a presença de 58 Convívios¹⁶ em todo o país (SLOW FOOD, 2016a). Segundo Gentile (2016), esses espaços são iniciativas para educação alimentar, publicações, valorização dos produtos locais e das produções agrícolas

¹⁶ Convívio é o nome dado aos grupos locais do Slow Food. Os Convívios articulam relações com os produtores, fazem campanhas para proteger alimentos tradicionais, organizam degustações e palestras e encorajam os *chefs* a usar alimentos regionais.

familiares e contam com o envolvimento de chefes e restaurantes e com o grupo de sócios. São mais de 50 produtos brasileiros registrados na Arca do Gosto Slow Food, entre esses produtos, há peixes, tipos de mel, moluscos, frutas e semente. Existem cerca de oito Fortalezas brasileiras reconhecidas e interessadas por projetos de apoio, capacitação dos produtores e valorização dos produtos (GENTILE, 2016).

Além da Associação Nacional Slow Food Brasil, desde novembro de 2014, o movimento conta também com um consultor, mantido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), específico dentro do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), atual Secretaria de Agricultura Familiar, Departamento de Geração de Renda e Agregação de Valor (SEAD), contratado exclusivamente para acompanhar e executar os projetos do Slow Food no Brasil. E, além disso, surgiu em 2015, também por meio do MDA, em parceria com a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), o projeto de extensão “Alimentos bons, limpos e justos: ampliação e qualificação da participação da Agricultura Familiar brasileira no movimento Slow Food”, com o envolvimento de colaboradores de outras instituições, como a UFRGS, a UFPR, a UFV, a UFPA, a UFAL, localizadas em diversas regiões do Brasil, e da Rede Slow Food.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos empregados para a análise da pesquisa. Aqui serão discutidos aspectos metodológicos da pesquisa e do trabalho de campo, enfatizando a opção por um método qualitativo por meio do estudo de caso múltiplo, com a utilização de entrevistas, de questionários semiestruturados e de observação direta.

Lakatos e Marconi (2010, p. 139) definem pesquisa como “[...] um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”. Assim, utiliza-se uma sequência de passos que caracterizam o planejamento da pesquisa, disciplinando sua preparação e fases estruturais, a execução da pesquisa e o relatório final.

Nesse sentido, a tese se desenvolve a partir da formulação da questão de pesquisa, da identificação dos objetivos, geral e específicos, da justificativa e do contexto analítico. Isso tudo estabelece os princípios para investigar a contribuição da Nova Sociologia Econômica como base teórica para o estudo de mercado dos alimentos artesanais, particularmente o queijo de leite cru, em dois municípios do Estado de Santa Catarina, por meio da teoria de Jens Beckert (2010).

É com esse intuito que esta proposta de trabalho foi estruturada, visando a atingir os objetivos deste estudo e buscando, assim, sua cientificidade.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Nesta tese optou-se por realizar uma pesquisa de abordagem qualitativa com intuito de conhecer com mais profundidade o campo empírico a ser trabalhado e os principais atores a serem entrevistados.

Uma pesquisa qualitativa visa a analisar e a interpretar informações, atitudes e padrões dentro de um contexto e a descrever suas possíveis relações, sem que haja necessariamente a utilização de dados quantificáveis (GODOY, 1995; OLIVEIRA, 1997; TRIVINOS, 2009). Nessa abordagem, é possível analisar pequenas amostras sem a necessidade de representar a população, pois a intenção é entender e não mensurar a razão dos processos, já que se propõe investigar as características de um determinado fenômeno (GIL, 2010).

Dentro da abordagem qualitativa são utilizados diversos instrumentos e técnicas metodológicas para atingir os vários níveis de necessidades e de realidade que o presente trabalho requer. Assim, neste estudo, foram utilizados os seguintes tipos de pesquisas:

- a) Pesquisa bibliográfica: buscou uma visão dos objetos que têm foco principal neste trabalho, entre eles, a Nova Sociologia Econômica, o mercado dos alimentos tradicionais, a agricultura familiar, o Movimento Slow Food e o mercado artesanal de queijo de leite cru. A partir de estudos já estabelecidos e realizados sobre esses temas, é que a pesquisa bibliográfica pode trazer contribuições importantes para a tese.
- b) Pesquisa documental: complementou as informações da pesquisa bibliográfica, especificamente sobre legislação e certificações aplicadas à fabricação e à venda do queijo de leite cru.
- c) Observação direta: para a realização da pesquisa, foi adotada a técnica de observação não participante para verificar as ações dos seguintes atores presentes no mercado de queijo de leite cru: agricultores, atravessadores, especialistas, técnicos agrícolas, extensionistas, acadêmicos, órgãos reguladores e fiscalizadores e consumidores. Segundo Ferreira *et al.* (2012), os métodos de observação são aplicáveis para a apreensão de comportamentos e de acontecimentos no momento em que eles são produzidos, sem a interferência de documentos ou pessoas.
- d) Entrevistas: as entrevistas foram aplicadas aos seguintes atores:
 - 1) Major Gercino: em setembro de 2018, foram visitadas 15 propriedades e lá realizadas entrevistas com as famílias que produziam o queijo, além disso, foi aplicada uma entrevista com o extensionista da Epagri, o único da cidade. O extensionista e alguns produtores têm envolvimento com o Movimento Slow Food. A pesquisadora permaneceu cinco dias hospedada na casa de um produtor para a realização das visitas e das entrevistas, assim, houve uma observação direta na produção do queijo, além da participação em reuniões informais sobre a legalização do produto e a construção das queijarias. O critério de escolha dos entrevistados se deu por meio de indicação do extensionista da Epagri, em visita prévia (julho/2018) à localidade, assim como, também, dos próprios produtores que indicavam e ligavam para os outros produtores, perguntando sobre possibilidade de conceder uma entrevista, estabelecendo um critério de confiança.
 - 2) Seara: em janeiro de 2019, foram realizadas visitas em oito propriedades e aplicadas 12 entrevistas. Além dos produtores, foram realizadas entrevistas com um representante e ex-produtor da cooperativa CREDISEARA e uma entrevista com a representante da vigilância sanitária do município. A

pesquisadora ficou hospedada durante três dias na casa do representante da cooperativa, onde ele realizava as visitas para a feitura das entrevistas juntamente com a pesquisadora. A presença do representante da cooperativa foi um critério que contribuiu para que os produtores pudessem me receber e confiar em ceder informações sobre a fabricação e a venda do queijo de leite cru. A escolha dos entrevistados se deu por meio de indicações do representante da cooperativa, que deu preferência para visitar produtores envolvidos com o Movimento Slow Food, já que, segundo ele, os participantes desse movimento são mais engajados na luta pela comercialização do produto.

O objetivo das visitas e das entrevistas foi o de reunir as informações compartilhadas pelos entrevistadores sobre o funcionamento da fabricação e da venda dos queijos de leite cru. As perguntas foram semiestruturadas e feitas pela pesquisadora, de modo a conceder mais liberdade para os respondentes, além de facilitar a compreensão deles, já que alguns mostravam dificuldades para escrever e ler. Os questionários tiveram o intuito de estabelecer um perfil social e demográfico dos produtores e de captar a visão de produtores, atravessadores, atores das agências de pesquisa, órgãos fiscalizadores e do representante de cooperativa sobre a fabricação e a venda do queijo de leite cru nas localidades.

Portanto, foram utilizados, como instrumentos de coleta de dados, questionários e entrevistas com os atores pertencentes ao mercado artesanal de queijo de leite cru nos municípios de Seara e de Major Gercino no Estado de Santa Catarina.

A opção metodológica para a construção desta tese foi a realização de estudos de multicasos, já que tal prática possibilita a compreensão dos mercados artesanais de queijo de leite cru por meio das experiências demonstradas entre seus participantes.

Considera-se a pesquisa qualitativa devido aos estudos de caso utilizados, sendo esta a opção mais apropriada para o desenvolvimento da tese. A utilização da abordagem qualitativa neste trabalho é uma alternativa, um viés que parte do próprio fenômeno de construção social dos significados de um mercado e de suas relações. Para a existência e a continuidade desse mercado, é importante considerar a rede de relações dos seus atores, as instituições sociais por eles estabelecidas e a maneira que eles interpretam e entendem suas histórias, as chamadas estruturas cognitivas. Sendo assim, por se tratar de um mercado com história, esta investigação tem o intuito de revelar um mundo empírico por meio das relações sociais dos atores pertencentes ao mercado. A narrativa é apresentada a partir da interpretação de como esses sujeitos vivem e compartilham as suas histórias no contexto do mercado artesanal de queijo de leite cru.

A realização da pesquisa privilegia a abordagem empírica e indutiva, que busca compreender as cadeias curtas de comércio como um processo social. O foco do estudo concentrou-se na análise das práticas dos atores sociais. E a análise dos dados partiu da descrição e da compreensão das práticas sociais efetivas, as quais mobilizaram categorias elencadas nas teorias destacadas, a saber; qualidade, normas técnicas, autenticidade e ação coletiva (WILKINSON, 2008).

De uma maneira geral, o processo de pesquisa qualitativa é quase sempre indutivo, pois o investigador gera significado a partir dos dados coletados no campo (CRESWELL, 2010). O raciocínio indutivo corresponde bem para o que se destina a pesquisa qualitativa, as informações produzidas pela investigação de característica qualitativa tendem a seguir uma abordagem na qual processos e eventos específicos guiam o desenvolvimento de conceitos mais amplos e não o inverso (YIN, 2016). De acordo com o caminho percorrido para formular a problemática da pesquisa e o propósito a ser alcançado, este estudo classifica-se também como exploratório, uma vez que buscou conceitos e teorias na literatura existente sobre o tema, tratando-se de uma lacuna ainda pouco explorada pelas pesquisas acadêmicas.

3.2 ESTUDO DE CASO

Esta pesquisa foi realizada por meio do método de estudo de casos qualitativos múltiplos. Segundo Yin (2001), o estudo de caso pode ser classificado com o questionamento empírico que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto real. De acordo com o autor, a análise de múltiplos casos permite o enriquecimento da pesquisa por meio da descrição de associações entre diferentes casos (YIN, 2001).

O estudo de caso é considerado um dos procedimentos mais importantes para uma pesquisa qualitativa (EISENHARDT, 1989; GODOY, 1995; YIN, 2001; TRIVIÑOS, 2009). Essa estratégia de pesquisa deve ser utilizada em casos que envolvam questões do tipo “como” ou “por que” nas ocasiões em que o investigador possui pouco controle sobre os fenômenos. Portanto, a justificativa pela utilização do estudo de caso está amparada no próprio objetivo da pesquisa e no entendimento da prática de uma teoria ainda pouco estudada no campo da administração, considerando o contexto dos mercados de produtos artesanais da agricultura familiar, por meio das lentes teóricas da Nova Sociologia Econômica.

O referido método foi escolhido por se entender que o estudo de caso proporciona uma maior aproximação do fenômeno em estudo – especialmente, quando o caso envolve maior grau de complexidade – uma consequente aderência entre a teoria e a realidade – e, como

decorrência, a geração de conclusões que, mesmo carecendo de representatividade quantitativa, são mais densas e, portanto, bastante úteis a teóricos e práticos envolvidos com a temática estudada (SIGGELKOW, 2007).

Trata-se de uma estratégia de pesquisa que visa ao entendimento da dinâmica de um determinado contexto, que pode focalizar em um único caso ou em diversos casos, mantendo a possibilidade de analisá-los por diferentes perspectivas. Por isso, é um método que pode ser utilizado para realizar uma descrição, testar uma teoria ou gerar uma nova, nesse caso, no momento em que surge maior probabilidade de replicar ou de ampliar a teoria estudada, apesar de a escolha ser aleatória ou randômica (EISENHARDT, 1989). Assim sendo, o estudo de caso é um procedimento metodológico que enfatiza o entendimento de um determinado contexto sem negligenciar a importância da representatividade (LLEWELLYN; NORTHCOTT, 2007).

Entende-se que, por meio do estudo de caso, é possível compreender com suficiente profundidade como as relações entre a pluralidade de elementos mencionados na fundamentação teórica se estabelecem no contexto real de existências de cada um dos casos dos produtores de queijo de leite cru a serem investigados.

Nesta pesquisa, o método de estudo de caso foi considerado dentro de uma perspectiva multinível. Segundo Hitt *et al.* (2007), o pressuposto central a sustentar a abordagem multinível é a consideração de que muitos impactos e decorrências não são gerados por relações monocausais, mas ao contrário, são produtos de uma confluência de influências que emanam de diferentes níveis da realidade. Além disso, a utilização de “lentes” que possibilitem ao pesquisador observar simultaneamente diversos níveis de um mesmo fenômeno “revela a riqueza do comportamento social” e permite ultrapassar problemas inerentes às investigações que focam os fenômenos sociais apenas a partir do nível macro ou apenas a partir do nível micro (HITT *et al.* 2007, p. 1.395).

Outro ponto a endossar a utilização dessa perspectiva é a sua demanda por estudos de caso, já que estudos de caso intensivos e outras formas de pesquisa qualitativas podem ser muito úteis para se entender fenômenos multiníveis, isso devido a ambiguidades inerentes a esse tipo de pesquisa (HITT *et al.*, 2007).

3.2.1 O Caso

Existem dois fatores importantes inerentes ao desenvolvimento de um estudo de caso: sua definição e sua delimitação. O primeiro corresponde ao estabelecimento de uma unidade de análise, e o segundo é visto como uma etapa delineadora da unidade analisada, que se refere às

proposições específicas das quais as informações mais relevantes devem ser levantadas (estreitamento dos dados). Quanto mais específicas forem as proposições, mais dentro dos limites viáveis estará a análise do caso (YIN, 2015).

Os casos estudados abarcaram duas regiões de produtores e de atores pertencentes ao mercado na construção de redes mercantis associadas a produtos com distinção, que, aqui, aparece por ser tratar de um produto artesanal. Assim, os casos escolhidos contemplam relações de proximidade espacial e espacialmente estendidas, pois o seu produto consegue ter um alcance além do município produtor de origem.

Assim, a definição do caso aqui investigado partiu da observância a um conjunto de elementos sociolocalizados, evidenciados pela literatura empírica referente aos mercados artesanais de queijo de leite cru (SCHNEIDER, 2003; 2006; MALUF, 2004; 2001; WILKINSON, 1996; 1997; 1998; 1999a; 1999b; 2000a; 2000b; 2002; 2003; 2008; SCHULTZ, 2012; CINTRÃO, 2016; CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015; WESZ JUNIOR, 2014; ESTIVAL, 2013; NIERDELE; 2011; MENEZES; 2011; MAFRA, 2008). Diante do panorama apresentado por esses estudos, foi possível identificar uma população de casos em que o mercado artesanal compõe um processo com características semelhantes, como a atuação de universidades, associações, órgãos governamentais de apoio às agroindústrias; a difusão do mercados por meio de movimentos sociais; as normas estabelecidas por meio de Instruções Normativas; e os novos projetos de leis, cujo papel é de, ao mesmo tempo, promover o auxílio a essas iniciativas e de valorizar esse tipo de alimento. Além disso, todas essas regras geram também o estabelecimento de um nicho para o produto, criando barreiras ainda maiores para os pequenos produtores.

Para a realização das análises foram escolhidos dois casos por meio dos Grupos de Trabalho do queijo do Movimento Slow Food, compostos de produtores e voluntários, no Estado de Santa Catarina: o Convívio¹⁷ Seara Verde, com a Fortaleza¹⁸ do alimento, em fase de implantação; e o Convívio Diamante, com a Comunidade¹⁹ do Alimento Diamante. Esse foi o ponto de partida para identificar produtores e sujeitos relacionados aos mercados de queijo de

¹⁷ Convívio é o nome dado aos grupos locais da rede Slow Food que articulam relações com os produtores e fazem campanhas para proteger alimentos tradicionais (SLOW FOOD, 2007).

¹⁸ As Fortalezas são projetos do Slow Food criados com o intuito de ajudar os pequenos produtores a resolverem suas dificuldades, reunindo produtores isolados e conectando-os com mercados alternativos, mais sensíveis à sua situação e que valorizam os seus produtos (SLOW FOOD, 2007).

¹⁹ A comunidade do alimento é constituída por sujeitos que operam no setor agroalimentar, da produção de matérias-primas à promoção de produtos acabados, e que se caracterizam pela qualidade e a sustentabilidade das suas produções. Podem ser de dois tipos: de Território: produtos ligados a uma área geográfica e de Produto: a comunidade é composta de todos os agricultores/criadores, transformadores e distribuidores que contribuem na produção de um determinado produto (SLOW FOOD, 2007).

leite cru para as análises das três forças sociais e suas influências na constituição desses mercados.

Para Garcia-Parpet (2003), cada configuração de mercado exige a análise sociológica dos atores presentes, de suas alianças, de seus conflitos e do pano de fundo histórico no qual a transformação ocorre. Assim, torna-se fundamental para o entendimento desta pesquisa compreender a diversidade de cadeias agroalimentares curtas e explorar sua natureza e dinâmica, identificando-se as ferramentas conceituais e metodológicas necessárias.

Abramovay (2004) afirma que mercados devem ser estudados sob o ângulo institucional, sociológico, histórico – como construções sociais. Mercados podem se constituir em mecanismos de inserção social e econômica e resultar no fortalecimento da autonomia frente às vulnerabilidades enfrentadas. Sobre essa premissa, Schneider e Ferrari (2014) argumentam que a abordagem sociológica dos mercados procura compreendê-los não como premissas da ação econômica, mas como resultados concretos da interação social. São espaços reais de confronto entre atores, cuja forma depende exatamente da força, da organização, do poder e dos recursos de que cada parte dispõe.

Nessa realidade múltipla, encontram-se os territórios pertencentes a Seara e Major Gercino, já que sua produção de queijos artesanais começou a ganhar destaque atual por meio de ações promovidas por movimentos sociais como o Slow Food. O espaço geográfico em que estão localizados os mercados artesanais de queijo de leite cru estudados nesta tese compreende a Região Oeste e a Grande Florianópolis do Estado de Santa Catarina, ambas representadas pelas Figuras 2 e 3.

Há indicações de que, nos estados do sul do país, a maioria dos queijos artesanais produzidos é Queijo Colonial, que é parte de um conjunto de produtos tradicionalmente processados nos estabelecimentos agrícolas pelos agricultores – os “colonos”, descendentes de imigrantes europeus (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Os processos de produção de queijo proveniente de leite cru envolvem saberes e fazeres transmitidos de geração para geração, com conhecimentos tradicionais construídos, transformados e reiterados ao longo dos tempos, que são expressões da diversidade cultural de nosso estado. Desse modo, a qualidade específica de um produto é resultado da combinação única de recursos naturais (clima, solo, variedades de plantas locais, raças) e habilidades locais, práticas históricas e culturais, bem como conhecimento tradicional na produção e no processamento dos produtos. Assim, o produto apresenta algumas características específicas ligadas à sua origem geográfica que dá uma qualidade especial e ganha reputação no mercado. O lugar é o resultado dos recursos humanos e naturais do local em que é produzido. As pessoas, os produtores locais, os herdeiros

das tradições e dos conhecimentos, em conjunto com outros agentes locais, se engajam na criação de valor e na preservação dos processos (SCHNEIDER; FERRARI, 2014).

Figura 2 – Representação da Região da Grande Florianópolis – destaque para o município de Major Gercino



Fonte: Wikipedia (2018a)

Figura 3 – Representação da Região do oeste catarinense – destaque para o município de Seara



Fonte: Wikipedia (2018b)

Em Santa Catarina prevalecem padrões de qualidade de alimentos que dominam o Norte da Europa e também os Estados Unidos da América. Como comentado em capítulos anteriores, a legislação que trata de produtos de origem animal valoriza aspectos higiênico-sanitários antes

daqueles ligados à tradição e ao saber-fazer. Sendo assim, o típico queijo colonial, trazido pelos imigrantes europeus em meados do século XVIII, que, cotidianamente compõe a mesa das muitas famílias de colonos camponeses e que ajudou a estabelecer a gastronomia local, está sob a égide da legislação, que obriga os produtores a transformarem seu produto em um produto quase industrial, abandonando algumas práticas seculares. Sendo assim, os agricultores que ainda produzem esses queijos de modo tradicional só conseguem vendê-los na informalidade e nas relações baseadas em confiança e em reciprocidade.

Segundo Schneider e Ferrari (2014), muitos consumidores associam o produto (alimento) ao colonial a partir de suas vivências, reconhecendo-o pela forma, gosto, cheiro, apresentação, embalagem, ponto da venda e pelo produtor. Essas são referências que os remetem aos mundos da confiança e da opinião. Portanto, entende-se que, a partir da legislação em curso, seria necessário também reconhecer esses produtos como artefatos da ciência moderna. O risco para os produtores familiares é então mudar o campo de disputa de um produto com diferenciação (artesanal) do mundo doméstico para o mecanismo de preços, uma convenção do mundo mercantil. Nesse sentido, Schneider e Ferrari (2014) ainda afirmam que essa será uma das batalhas que definirão a trajetória que seguirá a produção diferenciada nas pequenas unidades agroindustriais familiares catarinenses.

3.2.2 Coleta de Dados

Este trabalho privilegiou o estudo e análise dos processos que podem gerar novas formas de inserção de agricultores em mercados de produtos locais com qualidades específicas. Trata-se de produtos que, até pouco tempo, eram utilizados apenas para o autoconsumo das famílias e faziam parte do repertório gastronômico e culinário das culturas alimentares dos agricultores descendentes de imigrantes de origem europeia. Nesse sentido, são produtos imersos e decorrentes de saberes e de receitas tradicionais que chegaram aos por meio através de um processo de interação baseado em valores como confiança, reciprocidade e interconhecimento. Por essa razão, torna-se importante desvelar os mecanismos de interação social entre diferentes atores nessa cadeia e analisar como eles são socialmente construídos. Para essas perspectivas, os mercados não são resultado do encontro despersonalizado de indivíduos egoístas guiados pelo interesse, mas um produto de convenções, de representações socialmente compartilhadas sobre o mundo; a construção social dos mercados na abordagem da Nova Sociologia Econômica (GARCIA-PARPET, 2003; GRANOVETTER, 1985).

Segundo Yin (2001), a preparação e a coleta de dados são divididas em três fases: preparação, coleta de dados primários e organização do material. O primeiro passo foi o de levantar o máximo de informações sobre o caso para compreender de forma consistente o objeto de estudo. A partir da construção teórica apresentada, foram definidos os principais elementos da teoria a serem considerados para a construção do referencial e, conseqüentemente, para a operacionalização da investigação por meio da teoria apresentada por Beckert (2010) – redes, ambiente institucional e estruturas cognitivas – presentes no capítulo anterior. Esses elementos foram analisados individualmente em cada um dos casos, a fim de se analisar e se comparar cada caso, abordando as suas inter-relações e suas influências, ou seja, o efeito das três forças sobre o mercado artesanal de queijo de leite cru nos municípios selecionados.

A perspectiva de abordagem foi realizada por meio das seguintes análises: Redes, Análise das redes, Instituições, Análise das Instituições, Estruturas cognitivas e Análise das estruturas cognitivas.

Redes: a análise de redes vem sendo utilizada para explicar diversos fenômenos das mais variadas áreas da vida social, trazendo contribuições sobre o funcionamento dos mercados e das relações que se estabelecem dentro dele. Nesse sentido, entende-se que a rede social pode estar baseada em uma única relação ou em várias. Dessa maneira, como Steiner (2006) coloca, a rede social constitui uma forma de articulação dos atores pertencentes ao mercado, no caso, o mercado de produtos artesanais de queijo de leite cru. Assim, compreender o funcionamento de como essas redes são estabelecidas dentro do mercado de queijo de leite cru nos municípios estudados auxiliará na questão de encontrar os atributos componentes desse mercado para, assim, desenvolver a sua morfologia/configuração.

Análise das redes: será feita por meio do envolvimento dos movimentos sociais, no caso o Slow Food, cooperativas, sindicatos, consumidores e produtores, com o mercado de queijo de leite cru, assim como as formas de comercialização desse produto. Observou-se como funciona a ação coletiva da rede, por meio da sua interação, qual a participação dos atores e o impacto que eles provocam dentro das cadeias curtas de interação. A observação foi direta, seguida de um roteiro de entrevistas, análise documental, participação em eventos e feiras e de visitas aos atores pesquisados.

Instituições: no caso do mercado de produtos artesanais de queijo de leite cru, essas instituições aparecem sob a forma de normas e de regulamentos, informalizando a produção e o comércio que não se adequa a essas condições, como já visto em capítulos anteriores. Já a institucionalização das normas voluntárias (informais) se apresenta de uma outra maneira. São os consumidores com os produtores que legitimam as normas com suas preferências por

produtos, com a entrada ou a saída de um mercado segmentado, constituindo, de uma maneira ou de outra, uma manifestação política da escolha efetuada. Dessa forma, a NSE salienta a importância da escolha dos consumidores e o fato de essas instituições não serem apenas a expressão da procura pela utilidade, mas estarem envolvidas com outras questões como sustentabilidade, saúde, valorização dos produtos, qualidade, etc. Por isso, procurou-se estabelecer as instituições tanto regularizadas/normatizadas (poderes públicos) quanto voluntárias (produtores /consumidores) para entender a configuração dos mercados de queijos de leite cru nos municípios selecionados.

Análise das Instituições: a análise institucional do mercado estudado se deu por meio de informações retiradas de entrevistas com produtores, cooperativas e sindicatos, assim como pelas entrevistas com os consumidores, principalmente sobre o tema qualidade do produto consumido. Também foram analisados documentos vindos de órgãos públicos que forneceram dados que possam significar normas e regras para a regulação desse mercado, assim como toda a história do mercado artesanal de queijo.

Estruturas cognitivas: as estruturas cognitivas tendem a implicar significado cultural compartilhado, ou a “organização mental do ambiente social” (BECKERT, 2010, p. 63). Eles agem como filtros que fazem a diferença entre a realidade objetiva e realidade percebida. Nesse sentido, a função cognitiva influencia o modo como os indivíduos selecionam, organizam e interpretam informações, sendo assim, a sua análise foi válida para entender a configuração dos mercados artesanais de queijo de leite cru.

Análise das estruturas cognitivas: em termos de comercialização de produtos agrícolas, os agricultores ou as suas organizações têm implementado vários tipos de *interface* que permitem uma convivência, uma articulação entre práticas de reciprocidade e práticas de troca, principalmente quando se trata de venda direta baseada no encontro entre o produtor, o atravessador e o consumidor. Nesta pesquisa, compreendeu-se essas relações pelas informações retiradas de entrevistas com produtores, atravessadores e consumidores, assim como pelos dados que o Slow Food forneceu e pelas informações obtidas de produtores e consumidores na busca pela valorização dos alimentos artesanais.

Sobre a coleta de dados primários, a principal fonte foi a partir de observação direta sistematizada e de entrevistas semiestruturadas, cujo roteiro está representado ao final desta seção. A autora, por meio de visitas às propriedades rurais, teve como objetivo de conhecer os processos de produção do queijo artesanal, suas práticas, as relações com a comunidade e com os diferentes atores que determinam ou influenciam a constituição desses mercados em cada um dos dois municípios. A escolha dos atores para as entrevistas foi realizada por meio de uma

primeira aproximação com o extensionista da Epagri, a presidente do sindicato dos agricultores em Major Gercino e com o representante da cooperativa CREDISEARA no município de Seara. A partir daí, com a indicação de cada um, foi realizada a aproximação junto aos produtores familiares com o objetivo de receber a indicação de outros atores que compõem as referidas redes de produção e de comercialização.

Dessa forma, foi utilizada a amostragem do tipo não probabilística intencional, que, segundo Babbie (1999), deve ser realizada da seguinte forma: seleciona-se a amostra baseada no próprio conhecimento da população e dos seus elementos e da natureza das metas de pesquisa. Considerando o propósito exploratório da pesquisa, segundo Pinsonneault e Kraemer (1993), não há um critério definido para se estabelecer a representatividade da amostra, ou seja, não há necessidade de um levantamento estatístico representativo para incluir uma gama de fenômenos de interesse, a fim de se atingir o objetivo determinado, não havendo, assim, uma amostra ideal.

A fase seguinte, após a conclusão da coleta de dados, foi a organização do material levantado para constituir a base de dados da pesquisa. Nessa fase foram incluídas as anotações coletadas no caderno de campo que foi utilizado na observação direta, as transcrições das entrevistas, além de todo o material utilizado para realizar a devida coleta durante a pesquisa de campo.

3.2.3 Questionário de Entrevista

A seguir, será apresentada a descrição do que ocorreu nas visitas quando foi aplicado o questionário aos produtores. Esse questionário elaborado para a realização desta pesquisa encontra-se apresentado no Apêndice A.

3.3 Descrição da Vivência nas Localidades Visitadas: surpresas, impressões e dificuldades da pesquisa no campo

Quando se estabelece a escolha pela abordagem qualitativa, sabe-se que haverá uma série de fatores não planejados que podem ser de diversas variantes, como fatores culturais, regionais, crenças, enfim, surpresas que apenas os sujeitos da pesquisa em sua riqueza de interações são capazes de oferecer ao pesquisador.

Neste caso não foi diferente, como foi possível vivenciar essa jornada de fabricação de queijo *in loco*, vale a pena se estender um pouco mais nessas linhas e compartilhar todo o

processo de ida ao campo. O início do processo, a escolha do tema (o comércio de queijo de leite cru), se deu devido a uma reunião proporcionada pelo projeto UFSC/Slow Food, em que estavam reunidos pesquisadores (mestrado e doutorado), *chefs* de cozinha e outras pessoas de outras agências de pesquisa. Nessa reunião, chamou a atenção a fala de representantes do Movimento Slow Food, especificamente a de um *Chef* de cozinha sobre a sua preocupação pelas apreensões dos queijos artesanais que ocorreram em Seara pela vigilância sanitária e, ainda, sobre a não valorização dessa prática/trabalho de origem secular.

Em um primeiro momento, as palavras dele chamaram a atenção principalmente pela questão da apreensão e por saber que esses produtos eram incinerados, e eu, pesquisadora, na busca de um tema específico para a minha pesquisa, passei a ter um olhar mais profundo e curioso sobre o assunto e vi que essa apreensão foi motivo de notícias em veículos de comunicação, assim como no próprio site do Slow Food, dando origem até ao manifesto pelo queijo artesanal produzido por seus integrantes. Depois disso, ao pesquisar sobre o tema, notei que essas apreensões eram recorrentes em várias regiões do Brasil e, principalmente, em Minas Gerais, que é uma das regiões mais famosas quando se fala de queijo artesanal no Brasil.

Toda essa questão da produção da agricultura familiar (modos de fazer) era uma novidade para mim, que nasci e cresci em região urbana e no litoral, aquilo que era rural não fazia parte do meu dia a dia, a não ser o simples fato de ir às feiras de rua comprar legumes, verduras, frutas, hortaliças e produtos artesanais, como geleias, queijos e embutidos. Ou seja, eu parei para pensar e notei que, mesmo não fazendo parte do mundo rural, os produtos sempre chegaram à minha mesa e à de milhares de brasileiros, então sempre fizeram parte do nosso cotidiano.

Foi assim que me dei conta da importância da produção da agricultura familiar para o Estado de Santa Catarina e de toda a tradição que o estado possui por causa da sua colonização na feitura de produtos artesanais e como é fácil encontrá-los nas feiras de rua, nos pequenos hortifrúteis, na Central de Abastecimento de Santa Catarina (CEASA), em alguns supermercados e até na beira de estrada e em pequenos comércios locais.

Dessa maneira, percebi que aquele queijo que eu consumia na feira desde a minha infância, e que eu não teria acesso em outros locais, estava fadado a desaparecer pela falta de legislação que incluísse os seus modos de fazer e respeitasse os processos de higiene que um produtor artesanal deve ter. Aqui, abro um parêntese e trago novamente algo que foi debatido no Capítulo 1 desta tese: o produto artesanal difere totalmente do produto industrial em diversos fatores, por isso, é quase impossível e desumano o pequeno produtor se adequar às mesmas normas praticadas para as grandes indústrias.

A partir desse momento, comecei a formar uma rede que me possibilitaria chegar nesses lugares, primeiramente os locais escolhidos, Seara e Major Gercino se justificam, já que o Slow Food estava agregando pesquisadores e produtores para formar o Convívio (Verde Seara e Diamante), então a ida de pesquisadores para aquelas regiões era mais recorrente, e as discussões sobre uma nova legislação, que estava sendo realizada no estado, estavam a pleno vapor. Isso tudo me deu suporte para a escolha desses dois municípios.

Algum tempo depois, em junho de 2018, em uma reunião promovida pelo Centro de Ciências Agrárias (CCA) da UFSC sobre produtos da agricultura familiar, eu conheci o Remy e a Marlene, que são figuras importantes para o desenvolvimento do queijo na região de Major Gercino. O Remy é o representante da Epagri no município, e a Marlene é presidente do sindicato dos agricultores, ou seja, sem querer, acabei conhecendo as pessoas que me possibilitariam chegar ao Diamante. Após as apresentações e eu explicar um pouco sobre o meu projeto de tese, senti um certo entusiasmo da parte deles com a minha visita, então combinamos que seria em julho de 2018.

Em 19 de julho, eu parti com o meu próprio carro para Major Gercino, município próximo a Tijucas, mas era um lugar onde eu nunca tinha ido. Meu primeiro encontro foi com o Remy na Epagri, assim como minha primeira entrevista, ele me explicou o contexto geral do queijo da região, a situação dos produtores, contou também que a prefeitura apoiava muito esse projeto (de fazer o queijo Diamante referência em SC) e que eles estavam aguardando com muita ansiedade a aprovação do Projeto de Lei que mudaria a legislação para os queijos artesanais.

Após esse primeiro relato, saímos para o encontro com a Marlene no Sindicato para seguir ao Diamante, que fica mais ou menos a uns 40 minutos do centro de Major Gercino. A passagem é lindíssima, é possível ver montanhas, riachos, muito verde, sem nenhum movimento, mas o trecho me assustou um pouco pela falta de sinalização, iluminação e por ser estrada de chão, ainda bem que nessa primeira vez não fui sozinha, mas foi bom para que eu me ambientasse com o local, pois lá eu voltaria em setembro.

As propriedades são bem distantes umas das outras, notei que, como pesquisadora, e precisaria de um meio de transporte, no caso o meu carro próprio, sem ele teria sido quase impossível realizar as visitas. Paramos na propriedade de uma produtora e confesso que fui recebida de braços abertos, mesa farta para o almoço e muita conversa sobre o queijo e a vida dela no campo. Viúva e mãe de quatro filhos, hoje conta apenas com um dos filhos para auxiliar no trabalho do campo e na propriedade toda. O queijo, ela mesma faz, me mostrou todos os passos e pude comprar algumas peças também.

Falei que pretendia voltar, e ela sem pensar duas vezes me ofereceu estadia. Fiquei muito grata pela confiança e, principalmente, pelo Remy e pela Marlene me introduzirem nesse meio com muito entusiasmo na minha pesquisa. E, assim, seguimos viagem, o Remy e a Marlene tinham algumas visitas para fazer, então eu aproveitei para conhecer mais quatro produtores que me contaram um pouco sobre o comércio informal e que vendiam todas as peças produzidas. Foi aí que eu percebi que a dificuldade deles não era vender, o que eles desejam é liberdade para oferecer o seu produto em qualquer região ou comércio e ter reconhecimento das autoridades sanitárias.

Comemorei essa minha primeira ida ao campo, minha impressão foi a de que deu tudo certo, pois passei de desconhecida para conhecida e ali firmei alguns contatos para posterior visita. Finalizamos as visitas perto das 17 horas, tínhamos que voltar antes de escurecer por causa da estrada, mas por último conheci a propriedade e os produtores que me acolheriam na minha permanência em setembro, fomos recebidos com café, bolo, bolachas e rosca, tudo de excelente qualidade, conversamos sobre o queijo. Aquele queijo tinha sido premiado na Itália, e o certificado estava exposto na sala como um feito que causava muito orgulho para o casal de produtores. Voltei para casa achando tudo aquilo muito lindo e perfeito.

Sendo assim, como combinado, o meu retorno se deu em setembro, antes disso, providenciei aquilo que achei de primeira necessidade para a realização das visitas, uma galocha e uma capa de chuva, sem elas, eu estaria com lama até os joelhos em algumas visitas, o que seria impossível, então tive que me adaptar ao campo. Permaneci no Diamante de segunda a sexta-feira (quase uma semana). Novamente cheguei em Major Gercino, parei na Epagri e fui seguindo o carro do Remy, não sabia exatamente quanto tempo ficaria, mas naqueles cinco dias pude visitar diversas propriedades, conversar com diferentes produtores e conhecer muitas famílias e suas realidades, em todo esse processo, eu parei de “romantizar” o campo. A vida é dura, eles não têm folga, o trabalho braçal é muito pesado (realizei algumas atividades e pude sentir com os meus próprios braços o quanto é pesado locomover baldes e baldes de leite), há diversas doenças, os filhos geralmente vão para as cidades próximas em busca de estudo e outro tipo de vida, hospital só nas cidades próximas.

As minhas visitas aconteciam no sistema de boca a boca, os produtores proprietários da casa em que eu estava hospedada ligavam para os seus conhecidos, fizemos uma lista de quantos produtores tinham na região e de quantos deles poderiam me receber no primeiro dia, e assim esse processo foi acontecendo. Às vezes, eu chegava na propriedade e os produtores estavam no campo realizando outras atividades, então eu agendava outra visita e assim por diante, até que na sexta-feira eu tinha cumprido a lista feita no primeiro dia. As visitas foram realizadas

tanto aos produtores que iam se certificar (por meio da nova legislação) quanto aos que continuariam na informalidade, lembrando que, na época, todos eram informais e, até hoje, aqueles que se legalizaram estão em fase de testes e ainda não receberam o certificado.

Percebi que o Diamante tem muitos entusiastas e concordo que tenha, pois eles vivem um bom momento para formalizar a produção trazendo visibilidade. Mas também há produtores fora dessa “onda” que durante muito tempo foram invisíveis ao olhar do poder público, sempre fizeram queijo, vendiam para os clientes próximos ou atravessadores da região e, com o passar do tempo, pelas dificuldades encontradas, a produção foi ficando pesada demais, as doenças apareceram e o queijo acabou se tornando apenas um produto para o próprio consumo ou para vendas esporádicas. Nesses casos, essas produções logo deixarão de existir e aquele queijo feito por gerações vai acabar, ou seja, apesar do bom momento, a realidade da legalização ainda atinge poucos e não é só isso, existe mais uma série de fatores, como a evasão no campo, por exemplo, que contribui para a extinção dessa atividade.

Sobre as dificuldades encontradas na permanência, claro que o tempo é curto, mas eu não tinha me proposto a fazer uma etnografia, o que com certeza me renderia uma riqueza de detalhes e outras noções e percepções a respeito desse processo. Tive que me adaptar um pouco no linguajar, não poderia ser algo formal, tinha que ser algo do cotidiano deles, facilitar a compreensão, portanto, não bastava que eu mostrasse o questionário, eu teria que explicar, por exemplo, algumas perguntas, algumas leis (eles sabiam sobre muito poucas, apenas que não podiam vender) e iniciativas de centros de pesquisas. Enfim trazer a entrevista para o cotidiano deles foi um grande aprendizado para mim e eu não estava preparada. Confesso que fui bem recebida em todas as propriedades, alguns tinham uma certa desconfiança, outros se sentiam superconfortáveis, algumas pessoas falavam durante horas, outras, apenas 30 minutos, não havia um *script* programado, às vezes, a família inteira participava e respondia junto, esses momentos eram muito ricos.

Após alguns meses, eu tinha que chegar a Seara e foi por meio também da Epagri – Chapecó que eu consegui. Para a realização da minha qualificação, eu mergulhei muito no mundo dos produtos artesanais e lá descobri a tese do Clóvis Dorigon que me auxiliou muito na compreensão desses produtos. A partir daí começamos a trocar *e-mails* e, em outubro de 2018, ele realizou uma palestra no Centro de Filosofia e Ciências Humanas (CFH) da UFSC sobre os produtos artesanais. Lá fomos apresentados pessoalmente e pedi que ele me ajudasse com algum contato em Seara, foi então que ele me ofereceu o contato do Valdir Magri, representante da cooperativa em Seara e foi por meio do Valdir que pude realizar a minha pesquisa no município de Seara.

Por causa da distância, eu não pude fazer uma primeira visita como aconteceu em Major Gercino, todo o nosso processo de negociação de data e local para ficar foi realizado por *e-mail*, nós não nos conhecíamos pessoalmente até eu chegar lá. Em janeiro de 2019, marquei a minha viagem para Seara, saí de Florianópolis ao meio dia e cheguei em Seara à meia-noite. A viagem foi longa e cansativa e, como cheguei muito tarde, tive que ficar em um hotel que era mais ou menos umas cinco quadras de distância da rodoviária, fui a pé aproveitando para conhecer um pouco da cidade tranquila que é Seara.

No outro dia, de manhã cedo, o Valdir foi me pegar no hotel e partimos para a cooperativa, lá fiz a primeira entrevista com ele, que é ex-produtor, a esposa ainda faz o queijo para o próprio consumo, mas todo o processo ficou pesado para eles darem conta. Fizemos uma lista daqueles produtores e de ex- produtores que poderiam me receber e ainda deu tempo para falar com a veterinária da vigilância municipal, responsável pelos animais e que também é uma produtora legalizada. A minha permanência em Seara se deu durante três dias.

Permaneci na casa do Valdir, mas pouco vivenciei da sua rotina, como o tempo era curto, partíamos cedo para as visitas, foi bem cansativo, mas recompensador. A geografia me lembrou muito a do Diamante. Assim como em Major Gercino, em Seara há diversas localidades de propriedades rurais distantes do centro da cidade, cada uma com o seu nome e confesso que sem o auxílio do Valdir eu não teria conseguido acessar os produtores, assim como o Remy e a Marlene, ele foi essencial para a realização das entrevistas.

O que pude perceber é que Seara não conta com o apoio do poder público, mas tanto os produtores quanto os ex-produtores apoiam muito as iniciativas de legalização e de venda do queijo artesanal, afinal essa atividade é passada de mãe para filhos e eles se orgulham muito disso. Como disse a veterinária entrevistada: *aqui em Seara não existe quem tenha uma vaca de leite que não faça queijo*, e realmente, isso é verdade.

Percebi também que os produtores são muito engajados, eles possuem um conhecimento profundo sobre a terra e os animais e fazem diversos cursos para melhorar a produção. Acredito que seja o apoio das instituições de pesquisa que vão desde a Epagri até os cursos de agronomia em Chapecó. Eles são bem realistas e não acreditam que a nova legislação vai mudar a realidade deles, justamente pela influência das grandes indústrias de laticínios presentes na região.

Todas as entrevistas foram realizadas em companhia do Valdir e todos os produtores eram conhecidos por ele. Não tive nenhuma dificuldade de aproximação, já fui preparada para abordar as perguntas de forma mais informal possível e, às vezes, tive dificuldade de compreender alguns sotaques da região, mas logo me acostumei. Em Seara, por causa da

proibição mais acirrada das vendas dos queijos, geralmente os produtores realizam outras atividades, como produção de cachaça, milho, venda de leite e farinhas.

Saí de lá com uma mala cheia de queijos em um ônibus lotado e segui em pé até Concordia, e, lá, segui em outro ônibus até Florianópolis. Fui pensando nas diferenças e nas similaridades que existiam entre as duas realidades encontradas e como eu iria expor isso pela lente teórica escolhida.

Acredito que de todas as fases que passei para a realização desta tese, essa foi a mais gratificante, pois me tirou do estado de conforto, saí de dentro da academia e fui para o campo, lugar que eu não tinha noção alguma, mas precisava conhecer e relatar a rotina daquelas pessoas que seriam o meu objeto de pesquisa. Tive dúvidas, dificuldades, receio, mas no final deu tudo certo, gostaria de ter tido a oportunidade de permanecer mais com aquelas pessoas, mas infelizmente o meu tempo já estava no limite da realização da minha tese. Eu sou muito grata por ter tido a oportunidade de conhecer outra realidade, de absorver outros conhecimentos e de experienciar vivências junto a essas pessoas. São belas as lembranças que carregarei desta pesquisa.

4 A CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU E SUA PRODUÇÃO

Neste capítulo serão apresentadas a história da produção de queijo de leite cru no Estado de Santa Catarina, especificamente nos municípios de Seara e de Major Gercino.

4.1 A HISTÓRIA DO QUEIJO ARTESANAL EM SANTA CATARINA

Costuma-se dar o nome de “colonial” aos produtos alimentares artesanais, fabricados pelos colonos europeus, principalmente aqueles de língua italiana e alemã, cujas terras, recebidas no século XIX, eram denominadas “colônia”. O Queijo Colonial ou da Colônia é um queijo produzido nas áreas rurais de Santa Catarina. Inicialmente, ele era produzido pelos colonos açorianos que povoaram a região. Posteriormente, chegaram os italianos, os alemães e outros europeus, que passaram a fazer esse queijo do mesmo modo que os portugueses. Há indicações de que, nos estados do Sul do país, a maioria dos queijos artesanais produzidos se trata do Queijo Colonial, que é parte de um conjunto de produtos tradicionalmente processados nos estabelecimentos agrícolas pelos agricultores – os “colonos” – descendentes de imigrantes europeus (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Trata-se de um queijo que tem sua origem de fabricação nos imigrantes europeus do sul do Brasil, que trouxeram consigo a tecnologia de fabricação de queijo de seus países de origem, adaptando sua tecnologia ao clima e às condições brasileiras – tecnologia que foi passada de geração para geração (CARVALHO; LINDNER; FARINA, 2015). Para a comercialização desses produtos, é necessário que esses estabelecimentos se formalizem perante os órgãos governamentais, o que implica atendimento dos padrões higiênico-sanitários para a produção de alimentos (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2013).

A partir de 1870, as províncias dos estados da Região Sul do Brasil iniciaram a colonização de parte de seu território em virtude do estímulo do governo brasileiro para a imigração no país, convencendo povos europeus a migrarem para essa Região. Com receio da invasão dos castelhanos em terra brasileira, o governo criou áreas de terras, denominadas colônias, para serem povoadas por esses imigrantes. Por se tratar de colonização de terra, era necessário que esses colonizadores fossem agricultores (SEYFERTH, 1986).

As colônias ou comunidades coloniais eram divididas em lotes, os quais inicialmente eram doados para os imigrantes. Com o passar dos anos e a chegada de novos imigrantes, essas terras passavam a ser vendidas em condições de pagamento facilitadas. Uma colônia possuía

área suficiente para atividades agrícolas e/ou agropecuárias de uma família (SEYFERTH, 1986). Nessas áreas eram desempenhadas diversas atividades para autoconsumo ou troca entre as comunidades, além disso, o agricultor que tivesse uma vaca leiteira fazia o queijo, cuja elaboração era leite fresco após ordenha, coalho (antigamente utilizavam bucho de animais para fazer o coalho), sal e maturação (tempo de secagem do queijo), que poderia variar de três a 20 dias. Essa maturação dependia da umidade, da temperatura do ar e do local de armazenamento, por isso, muitos produtores utilizavam bancadas de madeira para o descanso do queijo. Assim o comércio de produtos era realizado, de porta em porta, nas lojas do comércio local ou em pequenas feiras de produtos coloniais, embora nunca tenha sido criada uma legislação ou regulamentação específicas para essa produção.

A partir do final dos anos de 1990, a venda informal foi proibida, obrigando os produtores a se adequarem à legislação (Lei de 1952). Alguns com volumes maiores tentaram se adequar e se legalizar, mas desistiram por causa da inviabilidade, pelo custo final de encargos e pela exigência de estrutura necessária para a fabricação e o armazenamento do queijo. Esse processo acabou acarretando na desistência de alguns produtores, na exclusão de outros por meio de medidas legais, como multas e apreensão dos produtos. No entanto, um grupo passou a pasteurizar o leite para produzir o queijo, já que era um item obrigatório pela legislação, o que acarretou na mudança total do sabor e no saber-fazer.

Além desse grupo, outro grupo de produtores, por necessidade de renda e resistência, se arriscou na venda informal diretamente ao consumidor, que procurava os queijos de leite cru, porque conhecia seus sabores inconfundíveis e acreditava na qualidade e no carinho com que são feitos. Essa é a realidade da maioria dos produtores, com um comércio realizado na porta de casa, uma pequena produção, com pequenas quantidades diárias de uma ou duas peças, pois não teriam possibilidade de pagar os encargos exigidos pela legislação. Muitos desses colonos, com a ajuda de movimentos sociais, cooperativas, sindicatos e instituições de pesquisa, lutam pela manutenção dessas famílias que produzem, de forma artesanal, pequenas quantidades que agregam valor ao leite ordenhado e que estão excluídas da política do leite pelas pequenas quantidades do produto produzido. Esse movimento de defesa do queijo de leite cru alega que é pela pequena produção artesanal que introduz no produto a arte de fazê-lo com zelo e a tradição, respeitando as limitações das famílias e não as obrigando a mudar toda a sua forma de fazer como exigem as normas impostas, sem considerar a diversidade da realidade desses produtores, que é uma grande riqueza popular.

4.1.1 A História do Queijo de Leite Cru em Seara

Em 1924 iniciou-se a demarcação das terras e a colonização do povoado de Nova Milano, hoje conhecido como o município de Seara, cuja denominação significa terra de abundantes grãos cerealíferos. Agricultores vindos do Rio Grande do Sul, das regiões próximas a Guaporé, Serafina Correa e Casca, vinham se estabelecer em Nova Milano, munidos apenas de suas ferramentas de agricultura e de sementes. Adquiriam uma ou duas colônias de terra, onde cultivaram o milho, o trigo, a cevada, a aveia, o arroz, a mandioca e, criavam suínos, bovinos e caprinos como atividade imediata de produção agrícola.

Originalmente, Nova Milano, pertencia ao Distrito de Itá, município de Concórdia. Em 15 de março de 1944, Nova Milano passou a se chamar Seara. O município de Seara possui 312,54 quilômetros quadrados e, aproximadamente, 18 mil habitantes. Faz parte da Microrregião do Alto Uruguai Catarinense e tem suporte financeiro baseado nas atividades da sua maior indústria, a JBS/Seara Alimentos S/A. O povo Searaense é a mescla de descendentes italianos, alemães e eslavos.

A estruturação econômica dos municípios do Oeste Catarinense é marcadamente influenciada pela agropecuária. Desde os primórdios da colonização, os agricultores optaram pela criação de suínos como forma de agregar valor econômico aos grãos produzidos nas pequenas propriedades. A introdução da criação de aves para corte e a instalação de agroindústrias frigoríficas na região viabilizam a vocação para a pecuária de pequeno porte e para a agricultura familiar, otimizando a mão de obra abundante. A pecuária é a atividade com maior influência na formação da economia do município, e a maior parte está ligada à produção e/ou industrialização dos produtos de origem animal.

Para a realização desta pesquisa, foram visitadas oito propriedades, cujas principais características observadas são: o tamanho da propriedade variou entre 2,5 e 29,3 hectares com média de 13,9 hectares. O volume diário de leite produzido oscilou entre 10 a 280 litro/dia, a maioria das propriedades realizava duas ordenhas diárias e produzia queijo a partir do leite cru de maneira informal. Três propriedades visitadas desistiram da venda do queijo, optando pela venda somente do leite, de cachaça ou de outros insumos fabricados (cebola, milho, uva, pão e doces caseiros), ficando a produção de queijo para o consumo próprio ou para vendas eventuais (família e conhecidos das localidades). Apenas uma localidade que tem produção legalizada, foi visitada, ou seja, a produção de queijos ocorre a partir do leite pasteurizado.

Na sequência, estão apresentadas imagens de uma propriedade que produz os queijos de leite cru e o processo de cura desses queijos.

Figura 4 – Propriedade visitada e o processo de cura do queijo



Fonte: Acervo da autora (2019)

Nas entrevistas, ficou aparente que a produção de queijo é algo passado de geração para geração, é quase motivo de vergonha não saber fazer queijo, é tradição, todos aprenderam com a mãe e com as avós e, hoje, seguem fazendo o queijo do mesmo jeito, com algumas adaptações, como foi possível verificar na fala a seguir da produtora de Seara.

O queijo, eu aprendi desde criancinha, aqui ao redor da panela, porque vocês têm que aprender a fazer o queijo, porque quando vocês casarem, vocês é que fazem o queijo. A mãe colocava a gente em volta do fogo e com as mãos na panela para sentir a temperatura, quando a gente achava que estava num ponto ideal colocava o coalho. A mãe ensinou a gente com pouco leite, ela fazia a gente encostar ele (o leite) no canto da panela. Eu tinha seis anos quando eu montei a primeira pecinha de queijo, tirava o leite da vaca e no fim a gente que fazia. Na época não tinha geladeira, então fazia o queijo direto, o pai fez um banco para a gente poder colocar o leite na panela. Eu aprendi de várias formas a fazer o queijo, mas aquela forma que a minha mãe me ensinou, eu continuo.

Duas propriedades em Seara possuem local específico, a chamada queijaria, (espaço reservado fora de casa, seguindo as normas de higiene, com banheiro e pia, assim como local adequado para armazenamento do produto e manutenção e controle do ar dentro da queijaria) para a fabricação do queijo. Uma delas, a legalizada, é inspecionada pelo serviço de inspeção municipal e pela secretaria de agricultura. Essa propriedade legalizada produz e comercializa de maneira formal, mas, segundo a proprietária, os impostos para a adequação do produto são altos, ela não vende mais como antes e não consegue ir tão longe para vender todos os produtos.

Figura 5 – Queijos artesanais de Seara



Fonte: Acervo da autora (2019)

Duas outras propriedades produziam de maneira formal e tinham um local apropriado para fazer o queijo (casa do queijo ou queijaria), mas desistiram, pois, os encargos eram tantos e a fiscalização tão recorrente, que eles não aguentaram e passaram a produzir somente o leite para venda de lacinios da região, ficando o queijo apenas para o consumo familiar, como observado na fala da produtora a seguir:

Burocracia muita que tinha, muito imposto. Fiz queijo durante cinco ou seis anos, era muito trabalho para mim. Com oito anos, eu tinha que subir numa cadeira para fazer o queijo. Sempre fizemos com leite cru, queijo colonial, na época era para o consumo da família. Mudou porque tinha que ter mais limpeza, antigamente era mais caseiro. Quando legalizei, tinha uma casinha para o queijo com câmara fria para curar, mas o sistema de fazer era o mesmo, não mudou nada, nem o gosto. Vendíamos para Seara, mas faltava queijo na verdade, se eu fizesse o dobro, sempre ia, não queriam que eu parasse, mas agora ficou difícil, e a mão de obra era só minha, mas eu queria fazer ainda, né! Mas agora não consigo, é muito serviço. Hoje só vendemos leite e vivemos dele, já vivemos do queijo, era a principal atividade.

Os demais produtores rurais visitados produziam o queijo nas cozinhas das suas residências. O que foi observado nas visitas às propriedades e nas conversas com os produtores e seus familiares é que a desistência se dá, em sua maioria na cidade de Seara, em virtude do alto custo com taxas e impostos. Além disso, há as frequentes exigências estruturais da vigilância sanitária, que impõe normas para a legalização, e essas normas lembram muito as impostas para as grandes empresas de laticínios. A idade avançada dos produtores, que não dão conta do trabalho pesado (retirar o leite, carregas os baldes e fazer o queijo), também é um empecilho, pois essa atividade requer que todo o processo seja repetido pelo menos duas vezes ao dia. As dificuldades da legalização e a adaptação se mostram na fala da produtora a seguir, que infelizmente, também desistiu da atividade:

Para nós, sempre faltava queijo para vender, aqui em Seara a gente vendia mais que os outros, eu nunca voltei com queijo para casa, mas nós pagamos 17% (imposto) em cima do queijo e tinha que passar mais uma parte para cooperativa e mais um imposto e depois inventaram um imposto sobre o lucro. Investir em banheiro, vestuários. Eu não tinha como pagar mão de obra, então decidimos parar e vender leite. Eu gostaria de voltar a fazer o queijo, pois tem saída e dá gosto de fazer. É uma tradição, é um alimento que combina com tudo, aqui em casa não pode faltar o queijo na mesa. Eu sofria muito de dor de cabeça, quando eu fazia queijo, ficava até as 11 de manhã e depois colocava eles na prensa, aí fazia os serviços de casa, ele (marido) vendia os queijos e eu ficava à noite fazendo, fazíamos 25 quilos por dia, vendíamos 1.000 quilos por mês.

Segundo os proprietários, a vigilância, a cada atendimento realizado, fazia novas solicitações e adaptações, novos testes eram feitos e vários pedidos para mudanças eram solicitados. De acordo com esses produtores, a solicitação mais custosa era sobre infraestrutura, assim como os impostos para a prefeitura e para a cooperativa e sobre o lucro final. No fim, o trabalho que os produtores tinham para preparar o queijo não estava valendo a sua venda, mesmo não faltando compradores.

Outra dificuldade identificada no município de Seara é que muitos fiscais e veterinários, que fazem visitas às propriedades, desconhecem a nova lei de regulamentação dos queijos de leite cru, Lei n. 17.486, de 16 de janeiro de 2018. Eles argumentam que no município não existe nenhuma legislação sobre a fabricação desses queijos, ficando a cargo dos produtores o estabelecimento das regras aplicadas aos laticínios na região, o que dificulta a saída para venda e a adaptação da estrutura em cada propriedade.

Em Seara, o poder público também não auxilia os produtores de queijo de leite cru, pois as grandes indústrias, tanto de laticínios quanto as agroindústrias, representam quase quatro mil empregos na região. Sendo assim, o poder público se sente desconfortável por fomentar outras atividades que possam competir com as grandes indústrias. Esse fato faz com que as pessoas migrem das pequenas comunidades que se sustentam do queijo, do vinho, do milho, da mandioca e de outros hortifrúteis para a cidade, já que os filhos dos agricultores têm outros objetivos, não incluindo a vida e a rotina no campo. Eles almejam estudar e trabalhar, pois acreditam, com verdade, que a vida no campo é dura, com rotinas implacáveis, por isso, após a saída desses jovens do campo, as atividades, como a produção de queijo, ficam mais difíceis. Ao passar pelas comunidades visitadas não foi difícil verificar algumas propriedades abandonadas.

Para se ter uma ideia geral da região, apresenta-se na Figura 6 uma imagem do Município de Seara em Santa Catarina.

Figura 6 – Foto do Município de Seara



Fonte: Seara (2019)

As características das famílias observadas em Seara são as seguintes: geralmente as famílias são pequenas, com um ou dois filhos. É nítido que no campo existem inúmeras dificuldades, o trabalho é intenso e diário, não há pausas prolongadas e, muitas vezes, os produtores não têm a possibilidade de sair da propriedade em virtude do cuidado com as vacas leiteiras. No entanto, Seara possui um movimento concreto de diversas instituições (Epagri, universidades, cooperativas e movimentos sociais) que trocam experiências, debatendo sobre a sua realidade, apoiando a regularização de seus produtos, lutando e valorizando o saber-fazer artesanal.

4.1.2 A História do Queijo de Leite Cru em Major Gercino

Por volta de 1884 teve início a colonização das terras do atual município de Major Gercino, com o estabelecimento de famílias luso-brasileiras, seguido pelo de famílias alemãs, italianas e polonesas. Primeiramente, o município pertencia à cidade de Tijucas e, depois, à cidade de São João Batista, obtendo emancipação política em 1961, com terras desmembradas deste último. A instalação do município verificou-se no final do mesmo ano. O nome da cidade é uma homenagem ao major Gercino Gomes pelos serviços prestados à localidade.

Até 1961, quando deixou de ser distrito, chamava-se Major Alves Rodrigues, em homenagem ao único homem com certa instrução no lugar. A partir daí, mudou a condição e o

nome, mas a patente militar continuou a mesma. Emancipada, virou Major Gercino em tributo ao oficial e professor da Faculdade de Farmácia de Florianópolis que tanto trabalhou para que isso ocorresse. A cidade se localiza a 100 km do litoral e fica próxima às cidades de São João Batista, São Pedro de Alcântara, Angelina e Nova Trento. Os pontos mais visitados da cidade são a gruta feita de pedras de rio e a pracinha central, onde há o busto do major Gercino Gomes.

A cidade foi colonizada por italianos, luso-brasileiros, alemães e poloneses. Major Gercino é um lugar muito tranquilo e belo para o Turismo, com várias Cachoeiras e Rios. A hidrografia é constituída principalmente pelo Rio Tijucas, que passa por essa cidade. O município possui belas paisagens esculpidas pela própria Natureza. É também uma cidade rica culturalmente. Sua principal fonte de renda é o turismo e a fabricação artesanal de vinhos, sendo a especialidade dos descendentes de italianos que ali vivem, além dos sabores em tintos e brancos, essas famílias também produzem espumante.

Além de vinhos, salames e espumantes, as famílias descendentes que ali vivem continuam produzindo seu próprio alimento em pequena escala e também comercializando os excedentes ou empreendendo por meio de pequenas empresas que passam de geração para geração. Entre os produtos mais populares produzidos na região, se destacam os famosos queijos coloniais. Assim como em Seara, para a produção de queijo de leite cru em Major Gercino, são utilizadas receitas de família.

Figura 7 – Imagem de uma propriedade visitada em Major Gercino



Fonte: Acervo da autora (2018)

Figura 8 – Imagens e do processo de cura do queijo de leite cru em Major Gercino



Fonte: Acervo da autora (2018)

Ressalta-se que a falta de recursos para investir nas exigências da legislação acaba desmotivando os produtores. Segundo relato de alguns, a produção de queijo de leite cru vem diminuindo com o tempo, pois hoje as famílias produtoras vivem com medo de ter sua produção apreendida e de ainda serem multadas.

Acredita-se que, se esse processo artesanal diminuir, a tradição de produzir esse tipo de queijo pode se extinguir, já que, com o passar dos anos, as receitas que fazem parte do patrimônio cultural dessa região podem se perder.

4.2 QUADRO LEGAL DO MERCADO DOS PRODUTOS ARTESANAIS DE ORIGEM ANIMAL

Nesta seção serão apresentadas as leis, municipal, estadual e federal, que regulamentam a produção de produtos artesanais de origem animal.

4.2.1 Lei Federal

Foi aprovado em 23 de maio de 2018 um Projeto de Lei Complementar (PLC) n. 16/2018 que tira do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) a fiscalização de produtos artesanais de origem animal, como queijos, salames, linguiças entre outros. Atualmente, esses produtos só podem ser vendidos no território nacional se possuírem o selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF), mesmo que estejam certificados pelo estado de origem, gerido pelo MAPA. O projeto foi sancionado pelo ex-presidente Michel Temer em 14 de junho de 2018 (Lei n. 13.680) e prevê a substituição do SIF pelo selo ARTE, de artesanal, ainda sem regulamentação, mas que deverá seguir regras higiênico-sanitárias e de qualidade já

estabelecidas em lei. Na prática, a lei corrige uma distorção da legislação vigente, desburocratiza a inspeção sanitária de produtos artesanais e fomenta o comércio interestadual.

Por meio da nova lei, os alimentos artesanais serão identificados em todo o país com o selo ARTE, que serão concedidos pelos órgãos de saúde pública em cada estado, e a inspeção e a fiscalização serão apenas de caráter orientativo. Dessa forma, os produtos poderão ser comercializados em todo o território nacional sem precisar de fiscalização pelo MAPA. Essa nova lei altera a Lei n. 1.283, de 1950, concede a padronização de exigências e pode facilitar a fiscalização de produtos de origem animal, pescados, leite, ovos, mel e cera de abelhas, atestando sua procedência e a de seus derivados.

Quanto à exigência de registro dos produtos artesanais de que trata a lei, haverá uma adequação relativa às dimensões de cada empreendimento, ou seja, conforme o porte do produtor, os procedimentos para a obtenção do registro serão simplificados. Segundo o relator do projeto, o deputado Evair de Melo (Partido Verde), o objetivo é simplificar e desburocratizar a inspeção sanitária de alimentos artesanais de origem animal. Para o parlamentar, membro da Frente Parlamentar Agropecuária, a aprovação da lei é uma vitória da agricultura brasileira. *“Vamos redescobrir o Brasil com os sabores dos produtos, uma revolução, quebramos a espinha da burocratização e vamos dar novas oportunidades a produtores rurais”*, afirmou o deputado (RÓTULO ONLINE, 2018). Porém, pessoas contrárias à proposta do projeto acreditam que haverá insegurança em torno desses produtos, uma vez que o cenário atual não tem sido dos melhores em relação à qualidade devido à presença de fraudes em processos de produção (FOODSAFETYBRAZIL, 2018).

Antes mesmo da publicação da PLC, o Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) emitiu uma nota técnica à Casa Civil, manifestando grande preocupação com o projeto de lei. O CFMV alertou sobre os riscos que a dispensa das exigências e dos rigores sanitários trariam para a segurança dos produtos alimentícios artesanais, principalmente no que se refere aos riscos à saúde pública que tais produtos ensejariam. Também a Federação Nacional dos Sindicatos dos Servidores Públicos da Defesa, Fiscalização e Inspeção Agropecuária do Brasil (UNAFB Federação) veio a público, por meio de uma nota à população, no dia 18 de junho, demonstrar preocupação com a liberação imediata da comercialização dos produtos sem a regulamentação necessária para o registro deles, colocando tais produtos à margem da fiscalização/inspeção que garantam a sua segurança. Cabe aos profissionais de qualidade permanecerem atentos às mudanças e orientar seus clientes e parceiros sobre a melhor forma de produzir alimentos com qualidade e segurança, garantindo, assim, a saúde dos consumidores.

Do outro lado, vários setores comemoraram a nova lei. O presidente da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais (FAEMG), Roberto Simões, defendeu a sanção aprovada: *“Atestada a qualidade e conformidade às normas sanitárias, os produtos serão comercializados livremente. É uma grande conquista, uma alforria aos nossos queijos. E vem em momento oportuno, quando a sociedade tem crescente interesse pelos produtos artesanais de pequenos produtores e mão de obra familiar”*, afirmou Simões (FOODSAFETYBRAZIL, 2018). *“Esta lei vai beneficiar milhares de famílias por todo o país que produzem produtos da agroindústria artesanal, como é o caso do queijo artesanal. Estas famílias poderão, agora, comercializar seus produtos em todo o território nacional”*, defendeu o presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Leite (ABRALEITE), Geraldo Borges (FOODSAFETYBRAZIL, 2018). Para ele, a produção da agroindústria artesanal no Brasil é significativa, tanto do ponto de vista econômico, como do ponto de vista social. Os produtos artesanais sempre tiveram grande importância para a economia local das áreas rurais, principalmente para os pequenos produtores. De acordo com dados da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) de Minas Gerais, o estado possui cerca de 15.243 agroindústrias artesanais de alimentos, sendo que 72% delas são de base familiar (FOODSAFETYBRAZIL, 2018).

A aprovação da Lei n. 13.680 traz à tona diversos aspectos, inclusive históricos e culturais, relacionados à produção artesanal e à cultura alimentar de determinadas regiões, por exemplo, os conhecimentos transmitidos de geração para geração e que devem ser preservados e resgatados, pois contam a história do nosso povo e do nosso país. Porém, para alguns representantes das instituições de fiscalização, é preciso ter cautela, pois, muitas vezes, esses produtos artesanais não são elaborados com os devidos cuidados higiênico-sanitários. Segundo eles, ao liberar de imediato sua comercialização, sem a devida regulamentação, esses produtos podem se tornar um risco à saúde pública. Entretanto, cabe salientar a importância da valorização dos produtos artesanais por meio de políticas de incentivo às agroindústrias artesanais e das adequações na legislação que simplifiquem sua regulamentação, ajudando a preservar a tradição. *“Até a regulamentação da lei que terá origem com o projeto aprovado nesta quarta, fica autorizada, segundo a proposta, a comercialização dos produtos artesanais em todo o território nacional. O relator da proposta, senador Valdir Raupp (MDB-RO), afirmou que a medida tem como objetivo simplificar e desburocratizar a inspeção sanitária de produtos artesanais”* (FOOD SAFETY, 2018).

Desse modo, devido ao debate entre diversos órgãos que trabalham com a inspeção desses alimentos, em julho de 2018, o Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV) criou

um grupo de trabalho para aprofundar a análise jurídica sobre a nova lei. Com a publicação da Lei n. 13.680/2018 foi acrescentado um novo artigo, no qual fica regulamentado que, para a comercialização interestadual, a fiscalização de um produto registrado deve ser feita por qualquer sistema de inspeção de saúde pública, seja ele federal, estadual ou municipal. Contudo, a lei não esclarece como isso deve ocorrer. Anteriormente à sanção da nova lei, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) já haviam se pronunciado sobre a nova Lei e sobre o que compete a cada órgão em sua área de atuação na fiscalização de alimentos. A nova lei trouxe três atualizações importantes e que ainda necessitam de regulamentação: a fiscalização por sistema de inspeção de saúde pública, a criação de um selo nacional “ARTE” e a natureza prioritariamente orientadora da fiscalização. O processo será conduzido pelo Mapa, e o CFMV solicitou representatividade no grupo de especialistas que irá debater a regulamentação dos produtos artesanais. Uma das conclusões do grupo foi a de que a legislação recente não transfere a competência de fiscalização e de inspeção sanitária de produção dos órgãos de agricultura para a saúde. Isso, a princípio, significaria que a inspeção permanece como está. Segundo a nota do CFMV, a nova lei não muda a antiga lei (Lei n. 1.283, de 18 de dezembro de 1950), que dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal (FOOD SAFETY, 2018).

No Quadro 4, segue um resumo das competências de cada órgão no processo de incorporação do Selo ARTE:

Quadro 4 – Competências de cada órgão no processo de incorporação do selo Arte

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecer, em normas técnicas complementares, as boas práticas agropecuárias e de fabricação para produtos artesanais • Realizar procedimentos de verificação da conformidade da concessão do selo ARTE • Fomentar a educação sanitária e a qualificação técnica em boas práticas agropecuárias na produção artesanal e na fabricação de produtos artesanais • Criar e fazer a gestão do Cadastro Nacional de Produtos Artesanais • Auditar os produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal que tiverem o selo ARTE • Elaborar guias orientadores de boas práticas agropecuárias na produção artesanal e na fabricação de produtos artesanais
Órgãos de Agricultura dos Estados e do Distrito Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Conceder o Selo ARTE • Fiscalizar os produtos artesanais que tenham obtido o selo ARTE • Elaborar normativos que caracterizem e garantam a inocuidade do alimento artesanal • Fornecer e atualizar as informações do Cadastro Nacional de Produtos Artesanais
Produtor artesanal	<ul style="list-style-type: none"> • Garantir a identidade, a qualidade e a segurança do produto alimentício artesanal

Fonte: CNA (2020a)

Já em entrevista à revista *Pequenas Empresas, Grandes Negócios*, a diretora-técnica em exercício na época, em 2018, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas

(SEBRAE), Heloísa Menezes, afirma que esse é um modelo que deu certo na Europa, especialmente em países como Espanha, Portugal, Itália e França (PEGN, 2018). Segundo a diretora-técnica, *“Os pequenos produtores se fortalecem e os órgãos de fiscalização se mantêm mais próximos, facilitando a comercialização de produtos de qualidade, que observam as normas sanitárias”*. Além disso, as pequenas agroindústrias artesanais de alimentos têm propiciado significativo incremento na renda de famílias rurais, em decorrência da demanda crescente por produtos alimentícios diferenciados e com selo da tradição histórica, acrescentou Heloísa (PEGN, 2019).

Conquistas como essas vão ao encontro das causas defendidas pelo Movimento #EuApoioProdutoArtesanal, iniciativa do Sebrae, que responde à demanda do segmento, visando à redução da burocracia e dos entraves à comercialização enfrentados pelos produtores de alimentos artesanais e pelas pequenas agroindústrias. O movimento #EuApoioProdutoArtesanal tem como diretrizes a transparência dos procedimentos de regularização, a disponibilização de instrumentos norteadores do processo de regularização e licenciamento sanitário; e a racionalização, simplificação e padronização dos procedimentos. Esse movimento também busca proteção à produção artesanal, a fim de preservar costumes, hábitos e conhecimentos tradicionais, além do fomento de políticas públicas e programas de capacitação para os pequenos negócios rurais, como forma de diminuir ou prevenir riscos à saúde e promover a segurança sanitária (PEGN, 2018).

De acordo com a pesquisa “Imagem dos Pequenos Negócios Rurais”, realizada pelo Sebrae junto à sociedade, a qualidade dos produtos oferecidos pelos pequenos produtores rurais é o principal diferencial na decisão de compra do brasileiro (DATASEBRAE, 2018). No total, 69% dos entrevistados disse consumir produtos artesanais, sendo que os legumes e as verduras são os mais comercializados (54%), seguidos por laticínios, frutas e carnes. A pesquisa contou com a participação de 1.133 pessoas pela internet e foi realizada em 2018. O mesmo estudo aponta ainda que a confiança na qualidade dos produtos produzidos pelos pequenos produtores artesanais chega a 8 (nota 0 a 10), enquanto o mesmo índice fica em 5,9 nos produtos advindos de grandes negócios rurais (DATASEBRAE, 2018). Na mesma linha, 63% das pessoas ouvidas relataram que dariam preferência por consumir um produto de uma grande marca presente no mercado, mas que tenha sido produzido por um pequeno produtor rural (PEGN, 2018).

Ainda sobre a lei do selo ARTE, Ivan Primo Bornes, empreendedor e fundador da rede de rotisseries em São Paulo, acredita que o Brasil está apenas tentando acompanhar o que já é comum e corrente há décadas em vários países que protegem e valorizam o pequeno produtor rural e os alimentos com Denominação de Origem Controlada (DOC), como na Europa. Antes

da lei, o produtor artesanal de alimentos de origem animal, que se inserem na categoria Agroindústria de Pequeno Porte (como queijos e embutidos, por exemplo), já de posse de todos os certificados estaduais da Anvisa e que estivesse interessado em vender para fora do seu estado, precisava fazer um complexo e redundante processo para conseguir também uma certificação federal chamada de “selo SIF” (Serviço de Inspeção Federal). O “selo SIF” é exigido nas grandes indústrias e tem altos custos. Ora, na prática, essa exigência ao pequeno produtor inviabilizava o produto, tanto pelos valores quanto pelo tempo e pela burocracia dedicados na tramitação (ESTADÃO, 2018).

Segundo Orlando de Melo de Castro, diretor do Departamento de Cadeias Produtivas do Ministério da Agricultura, para iniciar a obtenção do selo ARTE, “*O produtor tem de ter todo o controle de vacinação, sistema de ordenha e limpeza. As instalações devem cumprir todas as normas de sanidade, além de passar pela inspeção estadual ou municipal que reconheça o produto*”. Além do diretor, o coordenador de Produção Artesanal do Mapa, Rodrigo Lopes, afirmou em entrevista concedida para a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), que o Ministério tem um passo a passo disponível no portal da entidade para os produtores interessados em obter o selo Arte. Ele acrescentou que muitas ações ainda precisam ser desenvolvidas para que todos os estados possam reconhecer os produtos artesanais, ou seja, a implantação da Lei do Selo Arte ainda deve passar por diversos debates, entre esferas municipais, estaduais e federais (CNA, 2020b). Esse fato fica claro na fala de uma ex-produtora entrevistada em Seara, pois ela acredita que a Lei do Selo Arte precisa ser aceita pelos órgãos fiscalizadores em primeiro lugar:

A lei foi aprovada, mas a regulamentação enroscou porque os técnicos não aceitam, os veterinários não abrem mão, a maioria não sabe o que é queijo de leite cru, eles sempre estudaram em cima de lei, e a pressão das grandes indústrias é muito grande. Eu até concordo que tenha que ter um local para fazer o queijo, porque o queijo tem que cuidar. A lei favorece em alguma coisa, a maturação na madeira, tem que ter espaço no porão com cerâmica, até pode ser, porque quando tem casa e tem sol é difícil para cuidar dos queijos. Tudo que é processado, eles querem fiscalizar, mas isso é uma briga grande só que não dá para arredar o pé, se eu ficasse de corpo mole com os veterinários, eu já teria parado de fabricar há muitos anos, mas eu ficava firme, parei porque cansei mesmo e tem muita dificuldade da parte deles.

4.2.2 Lei Estadual

Em níveis estaduais, cada Estado vem organizando sua legislação de acordo com a realidade de sua produção artesanal. O primeiro Estado a regulamentar a produção do queijo de

leite cru foi Minas Gerais, mas hoje já há esse tipo de legislação em outros Estados, como o Rio Grande do Norte, Pernambuco e Santa Catarina, e, também, existem outros Estados se preparando para em breve lançar suas legislações a respeito de seus queijos feitos de leite cru.

A produção e a venda de queijos artesanais de leite cru em Santa Catarina foram regulamentadas por lei. A nova legislação, Lei n. 17.486, foi sancionada pelo governador Raimundo Colombo (PSD) e publicada no *Diário Oficial* no dia 17 de janeiro de 2018. A lei esclarece que o queijo artesanal é aquele elaborado com leite cru da própria fazenda, com métodos tradicionais e com vinculação ao território de origem, conforme Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) para cada tipo e variedade. Na prática, a lei regulamenta e permite a venda de queijos artesanais de leite cru no Estado. Até então, esses produtos tinham comercialização proibida, com exceção do tipo serrano, fabricado na Região Sul do estado (são 18 municípios na região de Lages) e que, desde 2015, vem fazendo um intenso trabalho para legalização da produção e comercialização do queijo artesanal. No ano de 2016, foram criadas 50 queijarias (nos Estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul), elas receberam o selo do Serviço de Inspeção Municipal (SIM). Em Santa Catarina pleiteou-se, além do SIM, a equivalência ao SISBI por meio do Consórcio Intermunicipal Cisama. Também até o final de 2016 foi depositada no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) a solicitação de Indicação Geográfica (IG) na modalidade de denominação de origem. Foi encaminhado, ainda, ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e aceito por ele o dossiê para reconhecimento como patrimônio cultural de natureza imaterial do Brasil. Essa é a primeira IG nessa modalidade para queijos nacionais e a segunda IG interestadual do Brasil, concedida em março de 2020 (SLOW FOOD, 2016b).

Também é permitida a aquisição de leite de propriedades rurais próximas, desde que atendam a todas as normas sanitárias pertinentes. A lei estabelece alguns critérios que devem ser seguidos pelos produtores, como a fórmula dos queijos artesanais, que deve ter: leite cru, condimentos naturais, corantes naturais, coalhos/coagulantes, sal (cloreto de sódio ou outro com a mesma função), fermentos e outras substâncias de origem natural, e aditivos descritos nas receitas originais. A queijaria deve ter ambientes adequados para recepção do leite, higienização de mãos e calçados (barreira sanitária), fabricação, embalagem, estocagem (quando necessário), expedição e almoxarifado. Pela lei, a inspeção e a fiscalização industrial e sanitária da produção serão feitas periodicamente pelo órgão de controle sanitário. Também serão realizados regularmente exames laboratoriais de rotina para atestar a qualidade do produto final.

Pesquisadores e produtores temem que variedades tradicionais trazidas por imigrantes desapareçam por falta de incentivo à produção, mas com essas medidas, cerca de seis mil agricultores familiares devem ser beneficiados. O projeto de lei foi de autoria do deputado João Amin (PP). Essa lei contou com o envolvimento de diversos setores da sociedade, com movimentos sociais, como o Slow Food, e pode contar com a presença do embaixador da ONU e presidente do Slow Food, Carlo Petrini, e com pesquisadores da UFSC. Para esses entusiastas do queijo artesanal, em diálogo apresentado na aprovação do Projeto da Lei Estadual n. 17.486, em 2016, na Assembleia Legislativa de Santa Catarina, a aprovação da lei é *“uma grande alegria para todos nós que lutamos em defesa dos queijos artesanais, pois além de respeitar os modos de saber-fazer dos produtores, passados de geração em geração, dá todas as garantias para a produção de um alimento seguro, sem precisar de normas higienistas e inconcebíveis para a produção artesanal”*.

4.2.3 Lei Municipal

Infelizmente, faltam dados que contribuam para essa discussão, segundo os entrevistados, a Lei do Município se apoia na equivalente Lei Federal, mas sem utilizar a atual Lei do Selo Arte, pois faltam detalhes da sua regulamentação, como visto no item 4.2.1 desta tese. Para Cardoso (2012), a legislação sanitária aponta como restrição o avanço das experiências com Agroindústrias Familiares e a desarticulação entre as leis federais e as leis estaduais. Segundo o autor, essa desarticulação não se restringe ao plano legal, pois repercute na operacionalização do sistema como um todo. Tomando por base o Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), do qual faz parte o Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), o autor destaca que embora exista amparo legal para a articulação entre a esfera federal – como instância central – os Estados e o Distrito Federal – como instâncias intermediárias – e os municípios ou consórcios de municípios – como instâncias locais, na prática, a operacionalização desse sistema é limitada, entre outros fatores, pela dificuldade em adequar legislações às especificidades das diferentes instâncias. O reflexo dessa situação se configura na complexidade inerente ao processo de formalização que o autor se refere como “via crúcis”, demonstrando ser esse conjunto de procedimentos um dos grandes limites para a formalização das Agroindústrias Familiares Rurais.

A fiscalização municipal fica sob responsabilidade da secretaria da agricultura do município, mas ela somente pode fiscalizar os produtores que buscam a certificação e a legalização da fabricação de seus produtos. A fiscalização dos animais é realizada pelos

responsáveis técnicos da Cidasc que fazem exames periódicos e verificam as informações que contêm nos brincos colocados nos animais.

Sobre o município de Seara, os produtores de queijos estão se mobilizando junto a alguns técnicos e pesquisadores da universidade de Berna na Suíça, com o propósito de se articularem para a aprovação de uma lei municipal dos queijos artesanais, mas ainda não existe nenhum documento formal até o momento.

Já, uma parte dos produtores de Major Gercino está se apoiando na Lei Estadual n. 17.486, de janeiro de 2018, com o objetivo de sair da informalidade. Esses produtores contam com o apoio da Epagri e do Banco do Brasil e pretendem abrir queijarias próprias e, assim, iniciarem todo o processo para a legalização de seus comércios a partir do que está fundamentado na lei federal, Lei do Selo Arte, e na lei estadual. A partir do momento em que as queijarias se tornarem legais em Major Gercino e obtiverem o selo Arte, alguns benefícios serão assegurados, como: identificação do queijo como artesanal; reconhecimento e permissão de comercialização em todo o território nacional e garantia de inocuidade (não prejudicial) dos produtos; e impulsionamento da produção e da comercialização desses produtos e oportunidade de agregação de valor a eles, especialmente dos pequenos produtores e da agricultura familiar. Todos esses benefícios ainda não estão concretos para os produtores de Major Gercino que estão em fase de adaptação e teste de água e leite, portanto, somente o tempo dirá como ficará a realidade da produção do queijo de leite cru nessa localidade.

4.3 A CARACTERÍSTICA DO MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU E SUA PRODUÇÃO

Esta proposta objetiva contribuir com os pequenos produtores rurais e com o **desenvolvimento local e regional**, por meio da valorização dos produtos artesanais, no caso o queijo fabricado com o leite cru. A produção de alimentos tradicionais propicia o trabalho em família, pois envolve o saber-fazer passado de pai/mãe para os seus filhos e filhas. No caso do queijo artesanal, a receita passa tanto para os homens quanto para as mulheres e, geralmente, a venda é realizada pelos homens.

Como já mencionado, para que essa prática não se perca, nos últimos anos, surgiu na Europa um movimento denominado Slow Food que pretende resgatar as tradições relacionadas ao alimento e ao seu consumo. Práticas que estão sendo esquecidas, por exemplo, o prazer de se alimentar, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, que são manufaturados de

forma que se respeite o meio ambiente e as pessoas responsáveis pela produção, ou seja, os produtores e sua cultura.

O consumo de queijos nacionais no Brasil é, principalmente, de queijos frescos, comuns-padronizados, com pouco tempo de maturação. Para os artesanais, como o queijo minas, queijos de coalho e queijo colonial, produtos de origem familiar, o maior desafio é a concorrência com produtos industrializados, uma vez que eles não se beneficiam de certificação de qualidade ou de procedência, já que não possuem uma regulamentação adequada para a venda de seus produtos.

O paladar, o sabor e a textura dos queijos dependem do leite com o qual são produzidos (vaca, cabra, ovelha ou misturados) e dos métodos para sua confecção e amadurecimento. Durante a maturação do produto, o queijo se endurece para aumentar o tempo de conservação, além de proporcionar o desenvolvimento de micro-organismos que diferenciam o seu sabor e sua textura. As condições ambientais e o tempo de maturação são precisos para que suas peculiaridades sejam mantidas (DEON, 2015).

Figura 9 – Queijo artesanal maturado e processo de cura e secagem de queijos da localidade Diamante (Major Gercino)



Fonte: Acervo da autora (2018)

A venda de queijo artesanal pode ter grande potencial de segmentação de mercado devido à existência variada de diferentes tipos de queijo artesanal no Brasil, atingindo, assim, vários nichos, mas, mesmo assim, esbarra em processos regulatórios, normas e leis, não adequadas para as suas condições de fabricação ou que não saíram do papel ainda. Essas leis, necessitam de mais apoio, tanto da iniciativa governamental como dos próprios produtores, para que possam evoluir com a chance de serem debatidas. E esse contexto é uma das principais causas do destino principal da produção de leite para a produção de queijos industriais, ao contrário da valorização mundial da diferenciação do produto pela sua natureza artesanal e

tradicional. Por isso, os queijos com sabores diferenciados e, principalmente, os fabricados de forma artesanal ficam esquecidos do público geral, já que o consumo de queijos no Brasil é especialmente o de queijos comuns (industrializados/pasteurizados) (DEON, 2015).

A atual segmentação na produção e comercialização de queijos no Brasil, distante da valorização das diferenciações e das singularidades do produto, faz com que os queijos artesanais sejam destinados apenas às comunidades de origem ou, hoje em dia, pelo esforço e divulgação do Movimento Slow Food no Brasil em valorizar esse tipo de alimento, fazendo com que esse produto chegue aos grandes centros urbanos, por meio do envolvimento de *chefs* de restaurantes, mas ainda de forma informal.

Figura 10 – Imagem de adesivo de campanha em uma propriedade no Diamante



Fonte: Acervo da autora (2018)

O queijo é um produto derivado do leite (de vaca, ovelha, cabra, búfalo ou outros), resultado de um processo de produção cujas fases são a coagulação, a retirada do soro, a moldagem, a prensagem, a salmoura e a maturação. Conforme a sua técnica de fabricação, é classificado como “fresco” ou “maturado”. O processamento artesanal da fabricação de queijo abordado neste estudo faz parte dos contextos econômico, social e cultural, próprios da agricultura familiar.

Para compreender esse entrelaçamento, recorre-se à interpretação de Wanderley (1996), que identifica uma aproximação histórica desse público com a noção de campesinato, proposta

por Alexander Chayanov. Nessa noção apresentam-se características como a produção para o consumo da família e, assim como para o comércio, a gestão e as atividades produtivas sob responsabilidade da família, cujos interesses do grupo doméstico têm prioridade; essas características diferenciam a unidade econômica campesina das demais empresas situadas no meio rural. Entende-se a diversidade econômica, social e cultural dessas famílias, que possuem distintas formas de produção, utilização de recursos, trabalho, sociabilidade e negociação de produtos (WANDERLEY, 1996).

As propriedades da agricultura familiar consideradas para a esta pesquisa foram todas aquelas que apresentaram experiências com as seguintes características:

- a) Processamento/transformação de produtos (em que prevalece matéria-prima oriunda da própria unidade de produção familiar no caso o leite) de origem animal em alimentos e/ou comercialização ou consumo próprio, já que algumas famílias paralisaram a sua produção por dificuldades relatadas posteriormente na pesquisa.
- b) Incorporação de práticas artesanais de produção.
- c) Todas as atividades são realizadas por pessoas do próprio núcleo familiar de forma individual e/ou coletiva (famílias que dividem as suas propriedades com irmãos, pais, primos).
- d) As atividades são realizadas em estrutura física específica ou na própria casa, localizada no meio rural.
- e) A gestão se mantém centralizada pelos membros da(s) família(s).

Prezotto (2002b) aponta a importância da agroindústria familiar para o meio rural como uma alternativa que compõe o contexto da pluriatividade característica da agricultura familiar, contribuindo para a (re)inclusão social e econômica. Diante da possibilidade de promover a permanência dos agricultores familiares no meio rural, a pequena agroindústria passa a representar alternativa para a problemática do rural brasileiro, pois a produção de “produtos diferenciados” pela agregação dos aspectos simbólicos característicos da agricultura familiar e específicos às condições socioespaciais do meio rural, onde a agroindústria está localizada, constitui-se como atividade capaz não apenas de gerar renda à parcela da população rural antes excluída, mas também de promover a equidade na distribuição dos ganhos auferidos no sistema alimentar.

Para Wilkinson (2008), as origens das agroindústrias podem estar relacionadas a processos de revalorização do modo de vida rural, a identificação dos produtos por seus atributos de qualidade, produzidos de forma artesanal e situados territorialmente, articuladas com demandas em potencial de consumidores específicos. Durante a pesquisa em campo, foi

possível constatar que é frequente a migração dos filhos desses produtores para os centros urbanos em busca de melhores condições financeiras, negando, assim, a sua cultura. Essa negação do fato de “trabalhar na terra” é comprovada pela fala da ex-produtora de queijo em Seara, ao relatar que o trabalho era demais para ela realizar somente com a ajuda do marido: *“se tivéssemos mais pessoal para aumentar a produção até dava, mas só nos não dá, tinha que lavar o queijo, os utensílios, tinha que virar o queijo, eu tinha câmara fria, tudo direitinho, o meu filho estudou e não quer nem saber de roça”*.

Deon (2015) afirma que as alternativas de comércio da agricultura familiar passam a representar uma atividade no leque de opções a serem adotadas pelos produtores artesanais como estratégia de reprodução social, constituindo, assim, uma alternativa de desenvolvimento rural, inclusive como instrumento em potencial para o estreitamento das relações entre produtor/consumidor, como no exemplo dos circuitos curtos de comercialização em que a troca de produtos estabelece laços de confiança entre os atores, ou mesmo para o avanço da despolarização entre o rural e o urbano, em que os circuitos de turismo rural podem ser citados como exemplo, dinâmicas essas que podem ser situadas no contexto de movimentos no sistema alimentar.

No entanto, seguir algumas exigências para que esse mercado seja legalizado pode inviabilizar a sua venda, pois tais exigências acarretam em um conjunto de investimentos nas propriedades da agricultura familiar em que muitos produtores optam por não arcar, seja devido ao risco que correm, seja pela inviabilidade econômica, e isso tem contribuído para a expressiva informalidade em mercados locais (WILKINSON, 2008). A inviabilização da legalização das queijarias é vista na fala da ex-produtora em Seara, quando ela ressalta dificuldades para lidar com os impostos, lucrar com queijo e, ainda, conviver com a troca constante de veterinários que tratavam o produto com desconfiança:

Cansei, formamos cooperativas para vender, tinha que pagar funcionários, tinha que pagar muito imposto, muita coisa para a gente pagar, eu achava que dava muito incômodo, tinha que pagar imposto sobre o leite e sobre o queijos, nos passávamos para a cooperativa que intermediava, então ficava pouco, eles tinham que dar entrada da matéria-prima e dar a saída do queijo então, dava a entrada do leite, coalho e sal e a saída do queijo, então ficava difícil ganhar muita coisa. No começo a gente tinha o selinho e deu, aí começou a surgir a nota eletrônica, as leis foram mudando. Na hora de vender, os mercados ganhavam muito mais que nós que tínhamos o trabalho todo. Depois trocaram todos os veterinários, e eles teimavam que o queijo não era bom. Eu disse: - te garanto que o meu queijo é bom. Ele dizia que o queijo de leite cru não dava certo, não dava segurança, só depois do exame comprovado, ele não falou mais. A teima deles é que eles não queriam o queijo de leite cru. Depois que nós paramos, eles exigiram dos outros (produtores) mais ainda... agora não podem nem fazer com o queijo de leite cru, e isso é

ruim, porque o pessoal não gosta que pasteurize (consumidores), muda muito o gosto.

Acrescenta-se a isso os fatores culturais, além de outras questões (limitações logísticas, falta de mão de obra, etc.) que também influenciam na escolha por manter a atividade à margem do sistema formal. A intenção aqui é reconhecer a existência de produtores artesanais que estão na informalidade por opção própria, mas também reconhecer aquelas iniciativas que estão na informalidade por uma questão de restrições e dificuldades para avançar no processo de formalização. O objetivo é relatar e mostrar as causas dessas dificuldades, assim como as oportunidades que surgem para o mercado de queijo de leite cru.

A atividade de agroindustrialização na agricultura familiar fica caracterizada, assim, como um fenômeno econômico que ocorre sob a influência de um ambiente institucional e está “enraizado” em um contexto de relações sociais internas à família que produz o queijo, com suas aspirações, potencialidades e limites, mas também de relações que se constituem com atores externos às experiências, cada qual, também, com seus interesses, potencialidades e limites. Sob a perspectiva da Nova Sociologia Econômica (NSE), o comportamento de atores envolvendo públicos, como os agricultores familiares e os outros atores, com os quais eles se relacionam tem suas ações influenciadas por aspectos sociais, culturais, políticos, além dos econômicos.

b4.3.1 As Instituições que Sustentam esse Mercado

A NSE interpreta o ambiente institucional e a influência que exerce sob o argumento de que as relações econômicas são também possíveis devido à existência de regras impostas pelo meio. Compreender fenômenos dessa natureza passa pela compreensão do papel que essas instituições exercem. Nesse aspecto, a NSE utiliza-se do arcabouço que considera a importância das regras para fenômenos dessa natureza (STEINER, 2006; FLIGSTEIN, 2007b; BECKERT, 2009). A interpretação do ambiente institucional, segundo o fiscal da Cidasc, apresentada em uma reunião para a aprovação do projeto da lei estadual na Assembleia Legislativa de Santa Catarina (ALESC), foi a seguinte:

As características regionais são o que mais o estado de SC tem e preza e divulga, por isso, que nós somos potencialmente muito fortes no consumo e na venda de produtos artesanais, porque o nosso produto é diferenciado, porque a nossa matéria-prima é diferenciada. A nossa matéria-prima é controlada, então nós não podemos atropelar as coisas. O meu cuidado é não nivelar por baixo. Se nós temos hoje 6 mil famílias que trabalham com queijo artesanal, com certeza as seis mil não vão entrar nisso aqui (Lei Estadual), alguém vai ser excluído, porque existe o trabalho da diferenciação. O papel

da fiscalização é identificar quem é que está fora do padrão? Quem é que está colocando em risco a saúde do outro? Porque é muito simples nos chegarmos aqui agora e eu falar politicamente correto e falar não, porque a fiscalização tem que se adequar, tadinho dos produtores... o que nós temos que dizer aqui é o seguinte: nós temos que profissionalizar, nós estamos falando em empreendedorismo, nós estamos falando em pessoas que querem ganhar dinheiro e, para ganhar dinheiro, você não pode causar dano ao outros, porque senão a gente fala muito de lava jato, mensalão, petrolão e, daqui a pouco, com os nossos alimentos, nós estamos fazendo a mesma coisa, estamos nivelando por baixo, botando um produto que era para ser bom, mas está causando mal à saúde.

Então, nós temos que ter esse critério para que depois todo o funcionário público não seja taxado como um cara abusivo ou um cara que prevarica, o cara que deixa de fazer o que tem que fazer. Porque quando você vai em uma fiscalização, a tua ação: ah porque você é contra a sociedade, você é contra isso... agora quando estoura algum pepino é isso, ah, mas eu sou fiscalização porque a Cidasc não fez isso e nós temos várias, eu trouxe várias análises e exames de produtos prontas para o consumidor que está com a característica imprópria para consumo, agora o que que nós temos que fazer? Isso já está na mesa, nós temos que fazer como evitar isso, trabalhar em cima da prevenção e não em cima de julgamentos, ah fulano libera, o outro não libera, o outro isso, não, nós temos que ter um critério e um padrão, esse critério e esse padrão têm que ser transmitidos ao consumidor para que o produto final seja um produto padronizado em higiene e não no processo.

Por meio dessas falas apresentadas foi possível verificar o não envolvimento de quem fiscaliza com o processo de produção do queijo de leite cru. Nota-se que não se leva em conta as características da produção artesanal, mesmo sabendo que o gado possui certificação sanitária, pois, assim, existe a certeza de o leite é de qualidade e seguro. O fiscal se preocupa ao máximo em seguir as leis, mesmo que essas leis excluam os pequenos produtores, mas se preocupa pouco com a adequação dessas leis à realidade dos pequenos produtores e com a compreensão da realidade deles. Para o fiscal, o alimento seguro é aquele feito somente nas grandes salas industriais, sem contato direto com aquele que produz. Lembrando que, ao citar exemplos que apresentam características inseguras para o consumo, ele não mencionou os representantes do queijo artesanal, o exemplo foi dado de maneira geral, para os alimentos de origem animal, como cortes de bovino e suínos.

Segundo North (1998, p. 7),

[...] as instituições constituem as regras do jogo numa sociedade [...] compreendem o conjunto de regras formais e limitações informais (normas de comportamento, convenções, códigos de conduta autoimpostos) que configuram o arcabouço imposto pelo ser humano a seu relacionamento com os outros.

As regras formais representam a porção mais evidente (objetiva) das instituições. Azevedo, Colognese e Shikida (2000) citam como exemplos a constituição, as legislações

complementares e o conjunto de políticas públicas (agrícola, econômica, reforma agrária, etc.) e aponta que os resultados dessas normas são evidentes, tendo especialmente objetivos de induzir determinadas ações nos agentes. Quanto às restrições informais, o autor refere-se aos valores, aos tabus, aos costumes, às religiões, aos códigos de ética e aos laços étnicos e familiares, que também representam importante papel sobre o comportamento dos agentes. Entretanto, como geralmente não estão explícitas ou escritas e ocorrem de forma deliberada, essas práticas constituem instituições de difícil manipulação se comparadas às formais. Portanto, o mercado de queijo de leite cru segue uma lógica industrial de regulação, mesmo passando longe de qualquer similaridade com as grandes indústrias, o mercado artesanal se estabeleceu à margem da legalidade em virtude do não reconhecimento e da adequação das normas legais às realidades dos pequenos produtores artesanais.

O conjunto de regras e normativas, compreendidas como instituições formais, é a “regra do jogo”, que condiciona e restringe a formalização do mercado de queijo de leite cru (essas leis estão apresentadas no anexo). Sendo assim, as regras que mandam no jogo dos mercados artesanais são as leis federais, municipais e estaduais, estabelecidas em 1950, feitas por imposição de regramentos higienistas para atender somente às grandes indústrias. Essas leis, são a parte mais evidente do que se entende neste estudo como ambiente institucional. Tais restrições que o ambiente institucional exerce sobre os produtores e o comércio do queijo artesanal atuam como uma forma de “coação”, ato que fica claro na fala do fiscal da Cidasc. Entretanto, o ambiente institucional também engloba as instituições informais, como já mencionado, que são identificadas como valores, tabus, costumes, religiões, códigos de ética, laços étnicos e familiares, que configuram “regras do jogo” e que condicionam a ação relacionada à formalização do comércio do queijo artesanal. Essas práticas se diferenciam das formais, pois não são explícitas, são menos evidentes e, em alguns casos, de difícil detecção, como mostra a fala do representante da cooperativa de Seara e ex-produtor de queijo, ao explicitar o entendimento do consumidor sobre o queijo de leite cru: “*o nosso consumidor também não abre mão de queijo de leite cru, ainda há a perspectiva de encaminhar isso (formalizar), porque o consumidor não foi moldado para mudar, mas depois que prova o queijo de leite cru não quer mais o pasteurizado*”. Ele apresenta, ainda, a sua própria percepção a respeito da lei que regulamenta o mercado:

A lei foi aprovada, mas tem que ser regulamentada, e os técnicos não estão aceitando muito requisito da lei, eles não abrem mão, e que para nós é estratégico e importante, por exemplo, o uso da tábua, não tem queijo de leite cru no inox, o queijo tem que estar na madeira, o queijo é vivo, precisa de um ambiente para se adequar, então ele não pode ficar no inox, se a minha água

está boa porque eu vou clorar? Então, o cloro não faz bem para saúde, uma água que não está legal, tudo bem, mas uma água que está boa, para quê? E outras questões que envolvem estrutura, nós estamos falando de duas ou três peças por dia, eles não têm condições de aumentar, porque desamparar esses produtores? Eles não têm condições de fazer modificações grandes, há falta de compreensão dos técnicos e resistência, talvez seja pela formação e outras pressões, não sei. Em outros estados, a regulamentação seguiu o que está na lei, eu vou fazer uma estrutura simples, posso usar o banheiro da casa. Por que eu vou ter que fazer dois banheiros se só tem um casal, masculino e feminino? Não tem lógica, então fica difícil, eu não entendo tanto de legislação, mas na minha compreensão o município poderia fazer isso, poderia regulamentar uma condição melhor para os produtores.

Em toda a sociedade existem regras que irão restringir o comportamento dos indivíduos. Uma das finalidades atribuídas a essas regras é a de criar uma estrutura que permita a interação humana, independentemente se é no campo social, político ou econômico. Douglas North acredita que existe a possibilidade de alterações no ambiente institucional e no quadro organizacional instalado, entretanto, ele alerta que reconfigurar instituições demanda maiores esforços e é um processo fundamentalmente gradativo. Swedberg (2003, p. 12) interpreta as instituições como “configurações distintas de interesses e das relações sociais”, a intenção é mostrar as instituições como elementos inerentes à interação social, e não apenas como premissas. Nesse sentido, o ambiente institucional representa também para o processo de formalização e legalização do comércio de queijo artesanal a possibilidade aberta de relações entre os atores, as quais terão resultados imprevisíveis, ou seja, construções sociais que podem ser inéditas e conectadas a contextos espaciais e temporais específicos.

Para dar conta da compreensão da dinâmica inerente ao processo de formalização, o conceito de Ambiente Institucional é ampliado, ele passa a abarcar também o conjunto de relações resultantes desse processo. Para que possam se formalizar e se tornarem legais perante a lei, acontece um conjunto de ações de atores no controle e na fiscalização, assim como os agricultores buscam se organizar na tentativa de superar as dificuldades, e uma pluralidade de agentes de desenvolvimento passam a atuar para o fomento dessas experiências. Deon (2015) afirma que esse conjunto de ações pode ser complexo pela contradição existente entre, por um lado, a natureza extremamente heterogênea dessas experiências, e, por outro, as políticas públicas e os agentes de desenvolvimento que atuam no sentido de promover a cooperação a partir de interesses comuns.

Sendo assim, esta pesquisa mostra o ambiente institucional no qual acontece o comércio de queijo artesanal, e esse ambiente pode assumir um duplo significado: a formalização pela busca e adequação às leis realizadas, mas ainda não regulamentadas, que impossibilitam o comércio legal, pois os próprios produtores não sabem a quem recorrer e também não atendem

ao arcabouço de regras e normativas, assim como mostrar o espaço para interações distintas entre os produtores de queijo artesanal e os atores sociais das organizações existentes. A legalização, a valorização desse produto e reconhecer o saber-fazer – tão valioso quanto o próprio produto no caso estudado – vão mostrar que as ações necessárias para cumprir tais requisitos exigirão um conjunto de relações sociais, muitas das quais com atores imbuídos de cobrar a observância das próprias regras em questão (Vigilância Sanitária, por exemplo).

Nos mercados artesanais com produtos de origem animal, essa regularidade é ainda mais importante e está no centro da reflexão que se faz sobre os processos institucionais de valorização dos produtos, uma vez que a regularidade está condicionada ao estabelecimento de uma relativa homologia entre produção e consumo, na busca de um complexo equilíbrio entre raridade e escala, que valorize as diferenciações e as singularidades dos produtos e oriente as estratégias de divulgação da reputação de seus atributos entre os consumidores (CHALITA *et al.*, 2009).

Segundo os autores,

A relação entre consumo e produção fala muito sobre a competitividade dos mercados, pois há condições especiais que devem ser observadas para sua viabilidade e desempenho econômico: grandes desequilíbrios na homologia entre produção e consumo afetam preços e preferências, elevando sobremaneira os riscos no mercado ao expor os agentes econômicos à concorrência com outros mercados e ao elevar os custos de transação coletivas. (CHALITA *et al.*, 2009, p. 77)

Assim, percebe-se, nesta pesquisa, que os produtos artesanais resultam de um processo que implica uma dimensão de arte e não meramente técnica. Esse processo consegue tornar único cada produto artesanal, pois o toque e o trato de cada produtor são diferentes, isso traz características à tona na produção de queijo de leite cru.

Geralmente, quem faz as peças de queijo, o faz sozinho(a), justamente porque cada um tem um jeito específico e especialmente particular de fazer, por isso, também, eles não contratam mão de obra para a produção, mesmo que tenham condições, como é possível observar na fala da ex-produtora de queijo de Seara: “*Não dá para chamar outra pessoa, porque já não é o teu jeito de fazer, cada pessoa faz de uma maneira, é muito particular*”.

Diferentemente desse processo, as grandes indústrias assumem um padrão que pode ser seguido por qualquer pessoa capacitada, os procedimentos técnicos estão relacionados ao processamento industrial; esses procedimentos contribuem para a padronização dos produtos e favorecem a produção em escala.

investimento em infraestrutura. Fatores esses que têm sido apontados como elementos de exclusão dessa atividade como alternativa para a agricultura familiar, ou até mesmo a continuação das vendas de maneira informal, sem o intuito de aumentar a produção, pois não teriam condições, como explica esta produtora em Seara:

Em relação à vigilância, nunca tive problema, eles não se preocupam comigo porque eu sempre tenho os exames, e outra que a gente não vai vender por fora (em outras regiões/municípios), então só vendo aqui perto, e eles não ligam, quando eu preciso, eu peço as coisas, se eles não quiserem me dar, ok, mas eu peço, mas tem um pessoal da vigilância que é osso duro. Um dia, ela (representante da vigilância em Seara) disse assim para mim: só cuidado com essa coisa de fazer queijo e vender, uma hora a inspeção pega, aí eu falei: - e se me acontece eu perco o queijo e espero que vocês façam bom proveito. Em 2015, quando incineraram a casa do colono foi a mando dela, e eles (vigilância sanitária) foram para a câmara dos vereadores, mas nós (produtores) fomos também, mas ela fez muito a cabeça do promotor, meteram o pau na gente, o promotor só ouviu ela e as inspetoras vibraram. Nesse dia, jogaram tudo fora, vinho orgânico, queijo, salame, geleia, tudo que estava exposto lá e que de alguma forma tinha sido manipulado. O pessoal que tinha esse produto não estava do lado deles (poder público) entende? O meu filho viu tudo, ele voltou para casa e disse: mãe, essa gente há de morrer tudo de fome. E quando a gente foi lá para conversar com a vigilância sobre as novas leis, eles não conheciam, eles não querem conhecer, eles perseguem também.

Entre os padrões vigentes no sistema agroalimentar, a legislação federal é uma das facetas do Ambiente Institucional em que essas experiências estão imersas. Essa base legal não é estática, pelo contrário, trata-se de um conjunto de normas e de regramentos institucionalizados ao longo do tempo, reflexo dos poderes instalados na sociedade no momento da sua construção.

Para Wilkinson (2003), o arcabouço institucionalizado no sistema agroalimentar foi pensado para sustentar a coordenação entre agentes setorizados, cujo foco é a obtenção de ganhos de escala, e, por isso, o sistema demanda eficiência. O autor ainda sugere a importância de se considerar o fato de que a agroindustrialização na agricultura familiar é uma atividade que se encontra inserida nesse mesmo cenário, estando sujeita ao mesmo arcabouço institucional de ganhos de escala.

Corroborando com afirmação de Wilkinson, Deon (2015) afirma que o agricultor familiar que realiza atividade de produção artesanal seria mais um agente no sistema agroalimentar, sujeito ao mesmo ambiente institucional que incide sobre as grandes agroindústrias, ou seja, mais um desses agentes oportunistas.

Figura 12 – Imagem de uma propriedade ainda não legalizada em Seara



Fonte: Acervo da autora (2018)

Tomando-se o caso da legislação sanitária, os padrões estabelecem mecanismos de controle de natureza eminentemente técnico-científico que refletem o atendimento aos interesses empresariais. Trata-se das grandes agroindústrias, de atores que dominam o campo que caracteriza o sistema agroalimentar, às quais dispõem de capacidade de barganha econômica com reflexos em ações políticas para manter a estabilidade do campo, beneficiando-se, assim, das condições favoráveis para a manutenção do seu *status quo*. As propriedades que optavam pela formalização e por seguir as antigas regulamentações eram, então, obrigadas “a seguir as regras de um jogo” em um campo que não lhes pertencia (o campo industrial), no qual acabavam sendo dominadas, resultando em um processo de total contradição aos modos artesanais de produção. Nesse caso, a ação de formalizar era meramente uma decisão individual do agricultor como consequência da pressão exercida por esse ambiente institucional. Hoje, com as novas leis federais e estaduais, essa percepção se encontra em modificação, os pequenos produtores observaram que juntos são mais fortes e ganharam o apoio de diversos movimentos sociais e de instituições, como universidades e institutos de pesquisa. Por meio desse entrelaçamento de atores, eles conseguiram estabelecer um novo regramento para conduzir o comércio de queijo de leite cru e, assim, dar um primeiro passo para entrar com o processo de legalização. Esse movimento dos atores para mudar o quadro institucional é percebido na fala da representante da Anvisa, na reunião que aconteceu na Alesc para a aprovação do projeto da lei estadual:

A gente entende que essa lei estadual é uma importante regulamentação para a realidade estadual da produção artesanal de queijo, e ela, combinada com o que traz nessa RDC (Resolução da Diretoria Colegiada da Anvisa), que auxilia na inclusão produtiva com segurança sanitária. Se eu estou falando de inclusão é porque tem gente excluída e aqui nesse caso específico é exatamente pela nossa atual regulamentação, pelas próprias normas sanitárias, e eu quero uma inclusão produtiva, ou seja, eu quero manter essa produção artesanal no mercado, mas não é de qualquer forma, eu quero com segurança sanitária.

E de onde veio isso? Da ausência de um marco regulatório adequado, então há exclusão das outras normas de produção. Várias pessoas participaram desde o início da discussão dessa norma, que só saiu porque houve participação da sociedade, senão seria mais uma norma que não resolveria nada, não faria diferença. A participação da sociedade é fundamental, não só na norma, mas depois para discutir a regulamentação, se não há gente da sociedade participando, eu vou ter uma norma que exclui diversos setores da agricultura familiar, como os produtores artesanais locais advindos da sociobiodiversidade e da agricultura familiar. Sociobiodiversidade é o grupo de produtores regionais, que aí a gente está falando para muito além da produção de queijo.

Essa norma estabelece uma orientação para a atuação da vigilância sanitária, para um público-alvo específico, ou seja, são os pequenos empreendedores, então, a gente não está falando de uma realidade de indústria, na qual a Vigilância Sanitária chega e tem um responsável técnico próprio para aquilo, que tem a obrigação de conhecer toda a legislação sanitária e tem condições de atender a todas aquelas exigências de estrutura física. Aqui, a gente está falando de uma produção bem diferente, que é a realidade do tema que a gente está falando aqui.

4.3.2 As Estruturas Cognitivas

Mas o que são os **alimentos tradicionais**? São os alimentos chamados de produtos com história, porque constituem e fazem parte de um local e de uma determinada cultura, sendo produzidos com a matéria-prima local de uma determinada região (DORIGON, 2010). Devido aos conhecimentos e aos saberes-fazeres presentes nesses alimentos, transmitidos por gerações, a sua produção resgata, além da história envolta neles, o caráter histórico de cada produtor. Nesse sentido, alguns aspectos evidenciam a importância de se produzir esse tipo de alimento como uma necessidade do mercado por produtos diferenciados para o desenvolvimento econômico dos produtores e de sua região. Existe ainda a qualidade simbólica presente nesses alimentos, como tradição, origens e raízes, pois esses alimentos trazem na sua constituição a história particular de uma comunidade, de um território, de um grupo ou de uma região que o fizeram como únicos (DEON, 2015).

Os produtos artesanais se constituem e fazem parte da história social de uma determinada cultura, por meio de gerações eles vêm sendo produzidos e são recriados a partir

de cada realidade. Esses produtos marcam um processo que reúne relações sociais e familiares, em que ocorre a ligação entre o saber e a experiência. Assim a produção desses alimentos é uma arte construída ao longo do tempo pela tradição familiar (RIBEIRO; MARTINS, 1995).

Segundo Zuin e Zuin (2008), não existe algo que avalie a importância socioeconômica dos alimentos tradicionais para a contribuição da sobrevivência das propriedades rurais. Assim como esse tipo de alimento não é fácil de ser definido, hoje, na lei aprovada em 2018 pelo Estado de Santa Catarina, há a descrição do que vem a ser um produto artesanal e suas principais características. Mas, mesmo assim, percebe-se que de uma maneira intuitiva o consumidor entende o que seria um alimento tradicional. Sendo então possível perceber que esse alimento tradicional é aquele que está ligado à sua origem geográfica, à sua tradição e permanência no local de produção, manufaturado manualmente.

Por essa razão, os alimentos tradicionais também estão ligados ao saber-fazer do agricultor, isto é, a forma com a qual ele processa (saber-fazer) o alimento, em conjunto com a qualidade das suas matérias-primas. Dessa forma, o alimento produzido e consumido em cada região passou a ser mais uma diferenciação entre as diversas culturas, o que tornou os costumes gastronômicos e os alimentos sinais de identidade de cada população. É por isso que esses alimentos podem ser chamados de tradicionais, artesanais, caseiros, de qualidade, produtos da terra, entre outras denominações (DORIGON, 2010).

Diante do exposto, percebe-se que os alimentos tradicionais podem ser entendidos como

[...] um produto único pelo emprego de matérias-primas e pelos conhecimentos aplicados, assim como os usos de produção, de consumo e de distribuição e que atualmente recebem, entre outras, as denominações de local, artesanal ou regional. (RIBEIRO; MARTINS, 1995, p. 33)

Portanto, esses alimentos são tradicionais porque persistem no tempo, sendo sempre produzidos em um determinado lugar e de certa maneira, conservando características que os definem quanto ao aspecto, à textura e ao sabor, propriedades que estão ligadas à cultura gastronômica de uma população.

Os alimentos tradicionais sempre estiveram disponíveis para o consumidor final, entretanto, não era percebida a sua importância nutricional e histórico-cultural. Quando os produtores rurais faziam o seu produto, eles o faziam, essencialmente, para o próprio consumo e/ou para os consumidores locais. Mesmo que fossem considerados tradicionais, no sentido de que eram manufaturados em um determinado lugar, com técnicas e saberes transmitidos de geração em geração, não eram esses atributos, na maioria dos casos, percebidos e valorizados pelo mercado consumidor, e, às vezes, nem pelos próprios produtores (SOEIRO, 2000).

Como destacam Zuin e Zuin (2008), a gastronomia é uma manifestação cultural na qual a cozinha é um símbolo cultural, de memória e de identidade, pois, por meio do alimento, herda-se os costumes, as tradições e a cultura de um local. PAREI AQUI

O patrimônio cultural de um país, de uma região ou localidade, não é formado apenas por manifestações materiais como monumentos, documentos, lugares históricos, e obras de arte. Ele é constituído também, por manifestações simbólicas ou sîgnicas (culinária) próprias de um grupo ou cultura. Nesse sentido, o alimento constitui um objeto da história, pois eles não são apenas alimentos, mas constituem-se em um ato social relacionado aos usos, aos costumes, às condutas e às situações de uma determinada cultura. (ZUIN; ZUIN, 2008, p. 115)

Dessa forma, se a alimentação está ligada à história e às tradições culturais de uma determinada comunidade, o consumidor, ao ingerir o produto, acaba por consumir a cultura do local, uma vez que a gastronomia de um lugar pode traduzir a herança cultural, como clima, situação geográfica, especificidades do solo, história, situação político-social da região e do mundo, entre outros. Esses recursos disponíveis possibilitaram à culinária tradicional sua elaboração e métodos de conservação, esse fato fica claro na fala da produtora de Seara, que aprendeu com a mãe, aos seis anos, a fazer o queijo, adaptou-se, mas continua com a mesma receita, passada pela mãe, que é a base da produção.

Eu aprendi de várias formas a fazer o queijo, mas aquela forma que a minha mãe me ensinou, eu continuo. Você vai tentando, às vezes, tem gente de outras regiões que fazem de outro jeito, então você vai tentando, vai se adaptando. A gente aprende várias receitas, mas o queijo originário não muda, ele tem que ser feito dentro do padrão daquele sistema lá da minha infância, senão, para mim, não está certo.

Esse processo está, portanto, relacionado à família, e as suas origens históricas irão reproduzir especificidades ao processo de transformação, o saber-fazer que caracteriza o modo de produção artesanal é transmitido entre as gerações como um elemento cultural e compõe a identidade dos produtos artesanais.

Toda essa noção histórica contribui como um repertório de sentimentos e motivações, formando um quadro cultural, base para a estrutura cognitiva dos atores responsável pelas ações daqueles que estão no campo. Esse mecanismo serve de orientação para que os atores decidam quais as ações disponíveis na medida em que as interações ocorrem. Os atores, ao atuarem com certo nível de habilidade social, deixam de se levarem simplesmente pelas regras e significados compartilhados, tidos como instituídos e reconhecidos como tal. Na medida em que perseguem seus interesses, os atores contribuem para a estabilidade ou para desafiar a ordem no campo.

Entendendo esse conceito, passa-se a perceber essa vivência como um processo no qual os atores adaptam continuamente as intuições tácitas de um sentido prático adquirido a partir

de sua trajetória em sociedade. Portanto, para Wacquant (2007), as suas ações não são fruto de cálculos racionais e deliberados de obediência a regras predefinidas, ou mesmo de determinação mecânica por causas coletivas inconscientes. Por isso, a fiscalização deve atuar de maneira a garantir que os produtores aprendem os principais pontos da lei para, assim, manterem o seu produto seguro para o consumo, realizando um trabalho de acolhimento e de entendimento das adaptações às novas leis estaduais e federais. Esse fato é percebido na fala da representante da Anvisa em reunião produzida na Alesc:

O fiscal tem que ser razoável, por exemplo, exigência de vestiário separado (masculino e feminino) na realidade da agricultura familiar, isso realmente é um ponto crítico de controle? Isso traz realmente risco para minha produção? Então, às vezes, quando a gente faz uma norma pensando na melhor proteção possível, eu estou excluindo muita gente que não vai conseguir se regularizar. Ai eu pergunto: onde está o maior risco? Em um piso e parede feitos de maneira que a lei exige ou em excluir as pessoas da regularização sanitária? Lembrando que independentemente de nós (fiscais), esse comércio vai continuar existindo, a gente não tem 200 milhões de fiscais para estar lá o tempo todo.

No que se refere ao alimento artesanal, no caso o queijo fabricado com o leite cru, Mior e Wilkinson (1999, p. 32) estabelecem uma diferenciação no que diz respeito à informalidade desse produto, ao afirmarem que o produto informal da Agroindústria Familiar Rural “[...] distingue-se do informal pelo fato de seus produtos não serem proibidos”. São produtos, socialmente, aceitos que estão informais por uma questão de adequação a padrões vigentes questionáveis. Com isso, entende-se o processo de formalização como um conjunto de ações que pretendem atender aos padrões vigentes perante a ação reguladora do Estado.

4.3.3 Redes

Este estudo toma por referência Smelser e Swedberg (1994), já que eles entendem os atores como grupos, organizações ou mesmo indivíduos. O que deve ser ressaltado e que os caracteriza como objeto de estudo na Nova Sociologia Econômica é que esses atores estão ligados e influenciam uns aos outros, assumindo, com isso, diferença em relação ao ator, do ponto de vista da Economia, que os percebe como desconectados.

O que move os atores é a busca pela estabilidade em uma determinada situação, e, para isso, eles dependem da combinação de recursos – capitais, de regras preexistentes, formais e informais (FLIGSTEIN, 2007a). Com isso, assume-se que a dinâmica inerente à formalização está diretamente relacionada ao campo e às características dos atores e às relações existentes e de como elas são apresentadas para os atores. Essa forma de interpretar a formalização sugere

que o ambiente institucional no qual ela ocorre passe a ser percebido não apenas por sua ação estruturalizante, mas como um processo passível de construção.

Nesse sentido, Wilkinson (2008) sugere que a forma de viabilizar as agroindústrias como uma estratégia para a reprodução das famílias rurais depende da orientação estratégica do que ele chama de “*expert systems*” ou sistemas de peritos. O autor se refere a organizações como cooperativas, serviços de extensão rural, movimentos sociais, setor público (governos estaduais e municípios) e ONGs, cuja atuação tem sido determinante para o direcionamento dessas iniciativas na agricultura familiar: seja direcionando para a formação de condomínios, para a produção de alimentos artesanais, para a coletivização ou até, como visto na tese, para propor um novo marco regulatório para o mercado artesanal. Na fala do extensionista da Epagri de Major Gercino, é possível verificar a ação daquilo que Wilkinson chamou de “*expert systems*”, ou seja, a rede de atores aumentando e deslocando o valor de queijo para que ele se torne visível, possua um registro (nome/identidade) e consiga o apoio das iniciativas do poder público.

Da forma como ele (queijo) estava sendo comercializado, de maneira totalmente informal, não ia passar aqui da região. Foi aí que a gente começou a fazer esse trabalho com o Slow Food, na verdade, usando a filosofia Slow Food, usando, assim, a estrutura organizacional e de comunicação do Slow Food e, por meio do Slow Food, a gente começou a fazer com que o queijo Diamante fosse conhecido. Isso faz dois anos. O Slow Food, eu conheci e ouvi falar, entrei em contato com uma pessoa que trabalha com os engenhos de farinha, eu tive em uma reunião, não sei como eu soube da reunião, a princípio, mas eu participei e tinha muito o pessoal da Cepagro, ou seja, tudo organizado. Eu sabia que tinha um grupo de trabalho do queijo, e uma pessoa me colocou em contato. Convidei o responsável pelo grupo para vir aqui, ela foi lá no Diamante e disse: - vamos fazer um convívio, vamos dar um nome para o queijo – queijo diamante.

A Nova Sociologia Econômica, portanto, deve colocar em evidência o agricultor e seu núcleo familiar e, também, destacar a importância não apenas da existência de outros atores como das relações que se constituem para a consolidação das iniciativas de comércio na agricultura familiar. Por exemplo, a valorização que o Movimento Slow Food agrega para os produtos artesanais e sua defesa, pois esses Movimentos auxiliam na criação de novos entendimentos por esse tipo de produto e acabam criando novos conceitos em um mundo em que há uma oferta maciça e padronizada de alimentos industrializados. O Movimento Slow Food consegue ressignificar e valorizar produtos artesanais, passando esse novo significado para as classes sociais mais abastadas com acesso a esse tipo de ação com informações e atingindo os produtores, ou seja, é um movimento que consegue abraçar quase todos os atores envolvidos com determinado alimento artesanal. Em Seara, foi possível verificar o engajamento

dos produtores a partir da ação do Slow Food na região, como observado na fala do representante da cooperativa e de um produtor, respectivamente:

O pessoal da Epagri estava no simpósio do queijo, então fizemos esse grupo aqui (grupo de produtores e ex-produtores) para montar um Convívio, assim, surgiu um primeiro trabalho com a Unochapecó para fazer a análise dos queijos, e começamos a mostrar o processo, contamos com a Epagri, e ela já entrou nesse grupo, fizemos análises da água, do queijo e onde havia problemas tentamos melhorar. O movimento foi melhorando se envolvendo, e observou-se em outros locais qual era a problemática com os queijos, mas isso era coisa antiga, porque sempre houve descaso com isso, fomos para a Itália em um evento só de queijo com o Slow Food, e os cara gostaram muito dos nossos queijos e pontuaram a matéria-prima, falaram que nós temos condições de investir nos queijos.

As pessoas ficaram sabendo do Slow Food, foi um bom braço direito, porque valorizou o nosso produto. A Epagri ajudou com vários cursos, piquetamente, implemento de pastagem, a gente fez um bom programa com o SC Rural, a prefeitura não se envolve muito, é mais o Slow Food, a Epagri, a cooperativa e a nossa associação.

É notório que os queijos artesanais, produzidos em regiões adequadas, com apelo ao artesanal e ao “terroir” de regiões famosas pela sua fabricação, como Minas Gerais, por exemplo, carregam as características que fazem movimentos sociais como o SF saírem em sua defesa. Geralmente, os queijos artesanais são produzidos por queijeiros experientes e com leite de boa qualidade, que seguem as regras de maturação para cada especialidade e se referem à qualidade dos solos, matérias-primas e às práticas culturais consideradas tradicionais, portanto, ações opostas aos produtos tecnológicos. Esses queijos, produzidos de modo familiar, sofrem devido à concorrência com produtos industrializados, uma vez que não se beneficiam de certificação de qualidade e, assim, não conseguem chegar a todos os consumidores, por isso, essa produção tem sido objeto de iniciativas de valorização no âmbito local e regional.

Portanto, nesse contexto, Deon (2015) afirma que a representação da sociedade civil organizada pode construir cenários mais favoráveis à consolidação dessas experiências como alternativa para a reprodução da agricultura familiar, contribuindo para uma ação decisiva com o intuito de superar as adversidades dessa natureza.

Esse fenômeno é analisado e interpretado como um fenômeno social, no qual os atores, cada qual com sua história, sua cultura e seus interesses, interagem na tentativa de superar adversidades, ou seja, configura-se como um processo de construção social. Constitui-se com isso um contexto de ações e de relações, cuja análise e interpretação fazem parte do campo de estudo e de contribuição da Nova Sociologia Econômica, envolvendo a ação de atores com interesses econômicos e/ou não econômicos, entre estes, os agricultores familiares, o Estado e os representantes da sociedade civil.

A participação do Estado conta com a regulamentação da produção e isso pode se constituir como uma “força” nas mãos dos funcionários, que pode ser aplicada e se fazer respeitar na medida em que o interesse em aplicá-la ultrapassa o interesse em “fechar os olhos” ou em “fazer uma exceção”. Existe uma margem de manobra na execução das regras que está diretamente relacionada com a pessoa que executa, sobretudo por aqueles sujeitos que têm algum poder de decisão. Para Bourdieu (2005), o jogo burocrático comporta uma parte de indeterminação ou de incerteza, pois a conduta dos atores não se resume a uma execução mecânica do que pregam as regras, já que elas próprias estão sujeitas a interpretações. Essa passagem serve para analisar a atuação dos atores estatais encarregados de executar a fiscalização das propriedades já certificadas ou que querem se certificar, abrindo espaço para inferir resultados nem sempre previsíveis ou mesmo para ações imparciais na execução dos padrões vigentes. Geralmente, esses são padrões que os produtores têm dificuldades em alcançar, dado o perfil higienista daqueles que fiscalizam, por exemplo, os profissionais, como é possível observar na fala da veterinária que fiscaliza as propriedades em Seara:

Na lei nova (estadual) diz que cada região de produção vai ter que ter o seu regulamento, o tipo de alimentação das vacas, quais vacas que são, qual é a consistência da massa por dentro, qual a salmoura a partir de 30 dias. O pessoal vai ter que repetir. Vai ter que fazer o reconhecimento geográfico, mas eles não querem pesquisar, assim como em Minas, vai demorar sim, mas depois fica seguro e reconhecido. Foi feita a lei e tem que sair o regulamento, uma coisa é sair a lei e outra é ser efetivada. Isso geralmente demora um ano, um ano e meio, a nossa lei do município segue o que a lei federal (antigo ao selo Arte) exige. A gente sabe das condições do produtor também, mas entra aquela questão, nós exigimos um local próprio para fazer o queijo, eles querem fazer na cozinha e usar os utensílios da casa, devem usar roupa branca e não é para usar a roupa da ordenha.

Mas, se, por um lado, existe a ação reguladora do Estado, por outro lado, os autores reconhecem a possibilidade de a ação coletiva dos atores pressionar para a expansão, redefinição ou reorientação dos campos de ação estratégica do Estado. Como vários grupos pressionam por privilégios e direitos, os campos de ação estratégica do governo estariam sujeitos a se reorganizarem de modo a atender às demandas da vida social. Segundo Fligstein e Mcadam (2012), pressões dessa natureza podem conduzir a uma não legitimação da autoridade do Estado, referência à situação em que o Estado concede poder a desafiadores de modo que estes possam atuar em busca de estabilidade no campo, já que o próprio Estado não foi suficiente.

Sendo assim, os autores sugerem que as regras e os significados compartilhados (instituições formais e informais) orientem a ação dos atores no campo. A essa lógica os autores acrescentam que a existência de atores mais habilidosos socialmente irá influenciar qual a

posição que esses atores ocupam nas relações estabelecidas. Essa proposição sugere, para os propósitos deste estudo, que o processo de formalização sofre influência do ator, da existência de habilidades sociais e da posição que ocupam na rede de relações estabelecidas entre os atores. Diz respeito à capacidade que alguns atores (que podem ser os agricultores ou agentes de desenvolvimento) exercem e que irão incentivar a cooperação entre os outros atores envolvidos no processo (agricultores, agentes de desenvolvimento, etc.), alinhando interesses e identidades coletivas, além da possibilidade de que novas instituições venham a se originar, como resultado de alterações nas relações de poder no campo. Por essa perspectiva, Fligstein e Mcadam (2012) afirmam que, assim, se desloca a centralidade de análise das instituições para os atores, pois eles são criativos e hábeis socialmente no contexto de uma coletividade e atuam politicamente para produzir, reproduzir e transformar os equilíbrios institucionais.

Para Fligstein (2007b), a rede possui o intuito de alinhar interesses com o objetivo de induzir os atores a cooperarem, pois esses atores socialmente mais hábeis desenvolvem táticas, por exemplo, compor histórias que ajudem a induzir a cooperação; obter autoridade direta; definir uma agenda em comum; compreender as vantagens e as desvantagens do sistema e explorá-las em benefício do coletivo; manter várias possibilidades no ar; criar alianças com os atores de menor opção e isolamento dos mais divergentes; fazer com que os outros acreditem que o ator estratégico não está no controle; criar uma identidade coletiva; intermediar disputas; convencer os outros de que o que conseguem é o que querem; pressionar para obter mais do que estão dispostos a aceitar.

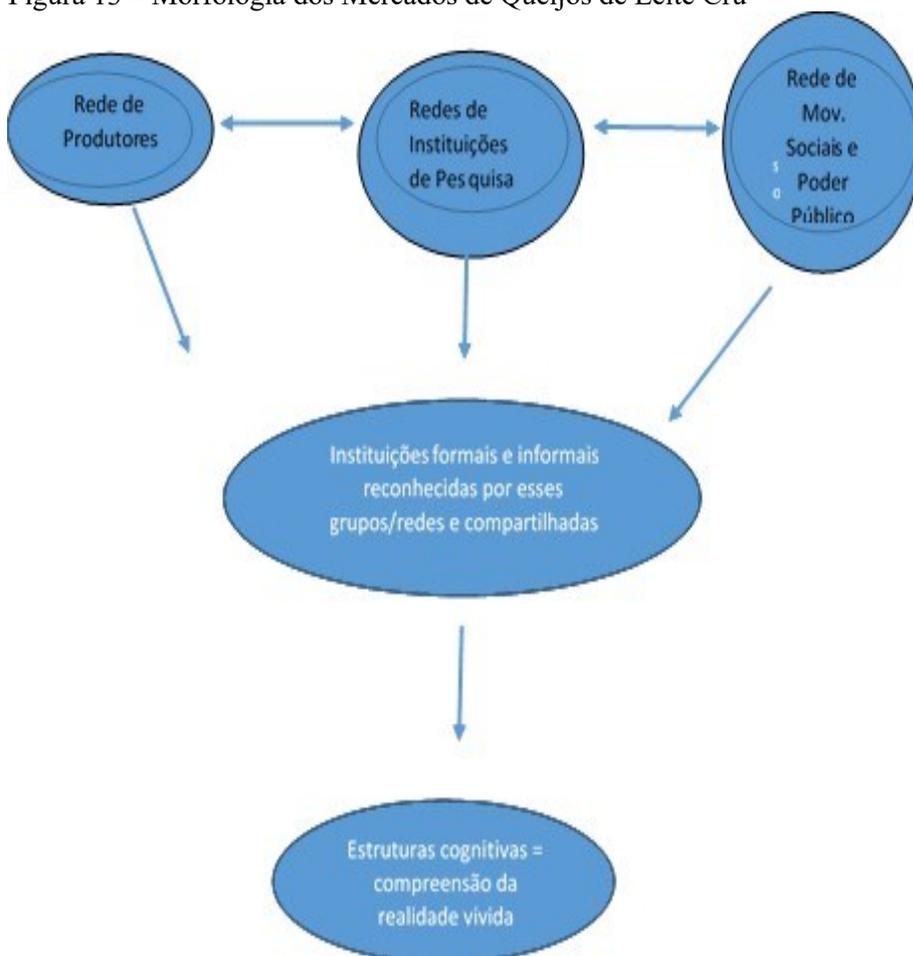
Nessa lógica, o autor afirma que atores em redes atuam para convencer outros grupos, que, se estiverem unidos, seus interesses coletivos vão de fato ser atendidos. Atores estratégicos usam de coalizões cooperativas e/ou hierarquias impostas como meio alternativo para (des)estabilizar campos. Eles podem formar coligações com alguns grupos em um campo de ação estratégica para construir um grupo maior e, em seguida, usar esse grupo maior para coagir ou competir com outros grupos.

Portanto, a rede do mercado de queijo artesanal, composta de ONGs e movimentos sindicais, por meio de suas federações e organizações dos movimentos sociais, assume coparticipação no desafio de ampliar e de disseminar essas iniciativas de inclusão dos agricultores familiares às dinâmicas econômicas locais. Nesse contexto, abre-se um leque de possibilidades para atuação de diferentes atores, desempenhando as mais variadas funções, por meio das ações de extensão rural, de pesquisa, de assistência técnica, etc., seja por ações de fiscalização sanitária, fiscal, etc., ou mesmo na forma de ações de cunho político que visem a superar dificuldades e/ou estabelecer condições favoráveis a esses empreendimentos.

4.4 APRESENTAÇÃO DO QUADRO TEÓRICO E SUA ANÁLISE DOS MERCADOS ARTESANAIS DE QUEIJO DE LEITE CRU FABRICADOS EM SEARA E MAJOR GERCINO

A partir da Figura 13, é possível visualizar o funcionamento do Mercado de queijo de leite cru nos contextos pesquisados em dois municípios catarinenses: Seara e Major Gercino.

Figura 13 – Morfologia dos Mercados de Queijos de Leite Cru



Fonte: Elaborada pela autora desta tese

Por meio da rede de atores do mercado de queijo de leite cru, observado tanto em Seara como em Major Gercino, percebe-se que há entendimento, estabelecimento e compreensão do que são qualidade, normas técnicas, ação coletiva e autenticidade desse produto cheio de história. A finalidade é a de compreender a configuração dos mercados artesanais de queijo de leite cru por meio de um estudo entre dois territórios produtores.

4.4.1 Descrição dos Sujeitos Participantes do Mercado de Queijo de Leite Cru

Para o entendimento do funcionamento do mercado de queijo de leite cru nos municípios de Major Gercino e de Seara, é fundamental apresentar o contexto vivenciado pelos atores, pois é quando emergem as interações desse mercado.

No caso de **Major Gercino**, foi possível observar durante o tempo de permanência no local pela pesquisadora os seguintes dados: a localidade do Diamante e da Barra Negra são as que possuem a maior quantidade de produtores de queijo de leite cru, totalizando em torno de 25 produtores. Geralmente, eles são descendentes de alemães e de italianos, vindos para a região em busca de terra para a agricultura. As terras são montanhosas, o que dificulta o seu manejo, sendo assim, durante muito tempo esses agricultores trabalharam na plantação de fumo. O técnico da Epagri afirma que, na maioria das vezes, os produtores de queijo são: “*produtores de fumo, alguns são aposentados, outros plantam fumo e babata salsa, fazem queijo, um por dia, ou a cada dois dias*”.

Segundo o relato do técnico da Epagri, hoje é essa a realidade que se tem em Major Gercino:

Existem 25 produtores de queijo, pelas contas que eu tenho, tem uns que produzem muito pouco, às vezes, um e dois quilos por dia, eles não têm interesse nenhum em legalizar, mas o queijo para eles é um dinheirinho que entra toda semana. Vem sempre gente de fora comprar, sempre tem alguém que compre, você nunca consegue comprar um queijinho bem curado deles, porque sempre há um bem novinho.

Os produtores apresentam em média a idade entre 40 e 60 anos, grande parte não possui ensino fundamental completo, trabalharam a vida inteira na terra e nunca saíram daquela região. Por ser uma região afastada da cidade, as pessoas mais novas vão em busca de outras oportunidades, seja de trabalho ou de estudo, pois a região não comporta escolas, hospitais, estradas e luz elétrica pública, fazendo com que os produtos básicos sejam buscados em outras localidades próximas, como a cidade de Pinheiral. No relato do técnico da Epagri, é possível verificar que o isolamento da região, durante muito tempo, foi um empecilho para a valorização do queijo.

O queijo sempre foi marginalizado, inclusive dentro da Epagri, nunca era considerado, a gente tinha que trabalhar mais com os produtores de leite que vendiam para a indústria, até porque os produtores que vendiam para a indústria são mais tecnificados, investem em mais tecnologia e em equipamentos, porque eles eram produtores de queijo também, mas chegou um momento em que a empresa quis comprar o leite, e o queijo foi deixado de lado, eles ficaram com medo da fiscalização dificultar o comércio e migraram

para a produção de leite, então, os maiores produtores vendem o leite e não fazem o queijo.

A metade desses produtores pensa em sair da informalidade e, por meio de um projeto trazido pela Epagri, com financiamento do Banco do Brasil, esse projeto trouxe recursos para a abertura de oito queijarias na região do Diamante. A Epagri é o órgão de maior relevância para o funcionamento do mercado de queijo de leite cru em Major Gercino. Em parceria com a Epagri, o sindicato dos agricultores, a universidade federal e com o Sebrae, foram realizadas reuniões com o intuito de melhorar a produção do queijo, assim como foram elaboradas propostas para a legalização. A chegada do Movimento Slow Food para o Diamante se deu por meio da Epagri, e nota-se que esse órgão está envolvido diretamente com o funcionamento e o estabelecimento do queijo de leite cru, como mostra o relato do técnico da Epagri, quando menciona a inserção do Movimento Slow Food na localidade, assim como o estabelecimento de parcerias para financiar as queijarias.

Faz nove anos que vim para cá, nós começamos a fazer reuniões com os produtores, e o pessoal da industrial Holandês aparecia nas reuniões, sempre vinha um veterinário criticar a produção do queijo de leite cru por causa da doença, dizia que um monte de gente morreu, e eles sempre apareciam na reunião para não apoiar, eu soube que eles têm medo desse projeto, porque acham que o pessoal vai deixar de vender leite. Com esse projeto, antes de fazer esse trabalho com o Slow Food, o Banco do Brasil tinha também um trabalho que era de desenvolvimento rural sustentável, então eles apoiavam a organização de agricultores, faziam intercâmbio entre a Epagri para determinados projetos. Então, eu conheci o pessoal do SF e parece que o banco precisava ter um trabalho social, nesse meio tempo, a fundação Banco do Brasil abriu um edital que financiou recurso a fundo perdido. No primeiro ano, fizemos o projeto, mas já estava no final, e, no segundo ano, no início do ano, colocamos o projeto e foi um parto para ser aprovado. Primeiro, eles sinalizaram que depois de tantos meses passou em uma etapa, mas precisava de tantas documentações, depois passou para outra etapa e até realmente ele ser aprovado foi um ano inteiro. Isso fui eu que fiz, toda a parte burocrática e de organização, eu liguei para todos os atores na verdade, não quero me gabar, mas foi esse o trabalho da Epagri na minha figura de reunir os atores.

Primeiramente, para a construção das queijarias, o técnico da Epagri deu preferência para que esse recurso, no valor de R\$ 7.000,00, fosse destinado às famílias em que os filhos gostariam de dar continuidade à atividade, mas ele voltou atrás nessa proposta, pois essa não é a realidade da localidade do Diamante, que, hoje, conta somente com dois produtores abaixo dos 40 anos exercendo a profissão de queijeiro. A realidade do Diamante é a de produtores com mais de 50 anos, com os filhos morando, trabalhando e estudando em cidades próximas, por isso, as atividades de cuidado com a terra e com o rebanho dependem apenas do casal.

As atividades realizadas diariamente são: reunir o rebanho, tirar o leite, lavar utensílios, carregar o leite retirado, alimentar as vacas e os bezerros, colocar os animais no pasto, trocar

de roupa e preparar o leite para fazer o queijo. Já o preparo do queijo leva de 40 minutos a uma hora, após esse processo, o produtor deve colocar na forma para deixar secar e virar o queijo, tudo fica disposto em tábuas de madeira. De uma a duas vezes por dia, até que o queijo seque e atinja o ponto de maturação, no caso de Major Gercino, leva-se de 20 a 30 dias. Essa rotina é repetida duas vezes por dia, durante todos os dias do ano. É uma prática diária e, como os próprios produtores dizem, não há tempo para férias, parar no Natal ou qualquer outro evento que eles se sintam livres para fazer parte, afinal a produção de *“queijo prende as pessoas, tirar leite é mais fácil e rápido, o queijo me deixa presa até umas dez da manhã, fora todas as atividades da casa que tenho que fazer”*, relata uma produtora de Major Gercino.

Esses 25 produtores possuem uma pequena propriedade, na qual, geralmente, quem trabalha na atividade queijeira é o casal (marido e esposa) ou as mulheres (viúvas ou não), que usam essa atividade para complementar a renda da casa. Muitas vezes, os produtores são aposentados (a maioria por motivo de doença devido a problemas relacionados a atividades exercidas durante toda a vida no campo) ou estão perto de se aposentar. Quando o casal realiza a atividade em conjunto, o queijo é a única renda da família, além da aposentadoria; quando somente a mulher realiza a produção, no caso, sendo viúva, essa é a renda da família mais a aposentaria, se ela for casada, por isso, vender o queijo é uma renda complementar.

No Diamante, os produtores mencionaram que os filhos não querem exercer a atividade *“nenhum jovem quer fazer queijo, é um trabalho difícil, leva tempo, e nós estamos na informalidade. Os nossos filhos querem ir para a cidade, trabalhar de qualquer coisa, estudar, não querem se sacrificar como nós”*, como disse uma produtora da localidade do Diamante.

Dos entrevistados, apenas dois produtores têm entre 25 e 42 anos, o produtor de 42 anos relata que tinha durante muito tempo morado e trabalhado fora do município, mas com a doença da mãe, ele se viu obrigado a voltar para a região e começou a produzir o queijo. Hoje, ele consegue sustentar a casa com essa atividade, apesar de exercê-la totalmente sozinho, já que os pais estão doentes, a irmã é casada e mora em outra cidade, e ele (produtor) não é casado e não tem filhos, mas, mesmo assim, ele sonha em passar essa atividade para alguém, principalmente agora com a possibilidade de abertura das queijarias e o queijo de leite cru se tornando legal para a venda entre municípios.

Na localidade do Diamante, em Major Gercino, existem três atravessadores, mas apenas um na região. Durante muito tempo, ele e a esposa foram produtores, mas infelizmente ela hoje, aposentada por invalidez, faz os queijos apenas para consumo próprio, e ele continua pegando os queijos da região para vender em municípios próximos, como Brusque, Nova Trento e São João Batista. Ele relata que as pessoas reconhecem a qualidade do queijo pela cor e pelo sabor:

Tem gente que sabe até quantos dias tem o queijo, só de olhar, geralmente, eu vendo o queijo mais novinho, branquinho, o pessoal da região não gosta do queijo picante (mais maturado), aí o preço é mais baixo também. Quando vendo para algum mercado, é informal né, nunca me pegaram, mas eu tomo cuidado, levo o queijo em embalagem toda certinha. Geralmente, o pessoal que come o queijo do Diamante em lanchonete e padaria nem sabe que o queijo é daqui, não pode saber, porque é informal né, mas é assim, se eu pegar 20 quilos de queijo eu vendo os 20 kg, se pegar 50, vendo os 50, eu nunca voltei com queijo para casa, eu vendo tudo e toda a semana eu saio para vender.

O queijo de leite cru do Diamante é reconhecido pela sua forma, mais ou menos retangular, pensando entre 2 a 3 kg, alguns podem pesar até 4 kg, com um período de maturação para venda de 5 a 30 dias mais ou menos (dessa forma, a cor é modificada passando do amarelo bem claro, quase branco, para o amarelo escuro de casca mais grossa). Seu cheiro e sabor são acentuados, esse queijo apresenta alguns furinhos no seu interior e quanto mais longo for o processo de maturação, mais ácido será o seu sabor.

A Figura 14 apresenta duas imagens do queijo do Diamante, a primeira é do Prêmio Queijo Brasil e a segunda trata-se de fotografia tirada por esta pesquisadora.

Figura 14 – Queijo do Diamante



Fonte: Prêmio Queijo Brasil (2018) e Acervo da autora (2018)

A venda depende do gosto dos clientes, alguns gostam do queijo bem novinho e outros preferem o queijo com sabor mais marcante. Cada vendedor já sabe do gosto dos seus clientes, assim como os clientes sabem reconhecer o queijo, sabem quem o produz, em regra, esses clientes são de outras cidades, compram para consumo próprio, mas há clientes que possuem estabelecimentos, como lanchonetes e padarias, e se arriscam a obter esses produtos nos seus estabelecimentos, porque, para eles, segundo os produtores, “*não é possível encontrar queijos dessa qualidade nos supermercados*”. Percebe-se, portanto, que existe reconhecimento dos

consumidores pela qualidade desses produtos, que está na identificação geográfica e nos modos de fazer artesanal.

No processo de venda do queijo artesanal de leite cru, é possível entender a afirmação de Saborin (2012), quando ele afirma que os mercados de proximidade possuem diferenças que não podem ser reduzidas às únicas formas e regras estabelecidas pelo grande mercado capitalista, pois esses mercados possuem *interfaces* variadas, permitindo uma convivência diversificada, por meio de uma articulação entre práticas de reciprocidades e práticas de trocas mercantis. Na fala do atravessador, percebe-se também o reconhecimento das características dos produtos artesanais, identificadas pelos consumidores, sinalizando a preferência por cor, sabor e maturação. Essas características reunidas representam a qualidade e as normas técnicas, no caso, como é o processo de produção do queijo pelos produtores da região.

Por essa razão, é de suma importância mostrar as formas de articulação do mercado de queijo de leite cru com o envolvimento dos seguintes atores que compõem a rede: produtores, atravessadores, centros de pesquisa/associações, movimentos da sociedade civil (Slow Food) e atores do poder público. Um grande desafio está na capacidade de transformar os processos e os produtos locais que criam mercados, como extensões e desdobramentos de redes sociais, em processos e produtos com capacidade de viajar e de manter as suas características específicas, mesmo frente a consumidores desconhecidos.

Com a construção das queijarias, a região do Diamante contará com oito produtores legalizados, regidos pela Lei Estadual n. 17.486, de janeiro de 2018, assim, eles poderão comercializar os seus produtos para outras cidades, abrindo o seu próprio comércio e vendendo para o comércio local. Apesar de ser um grande acontecimento para os produtores que tiveram condições, disposição e espaço em seus terrenos para a construção da queijaria, a maior parte dos produtores que não participou desse projeto vai continuar na informalidade, correndo o risco de perder a sua produção, pois agora a fiscalização será constante no local.

Já no Município de Seara, a pesquisadora conseguiu ficar durante três dias realizando visitas às pequenas propriedades. Dessa maneira, percebeu-se que, nesse município, os pequenos produtores estão presentes em diversas localidades mais distantes do centro da cidade. Por se tratar de uma cidade maior que Major Gercino e por estar inserida em um contexto de grandes complexos agroindustriais, como frigoríficos e indústrias de laticínios, a cidade sofre mais rigor quanto à fiscalização na manipulação e venda dos produtos artesanais de origem animal. Isso ocorre porque as grandes indústrias movimentam mais de 3 mil empregos em uma cidade com 16.936 habitantes, fazendo com que os órgãos públicos se comprometam a apoiar

e a consolidar as iniciativas industriais, colocando algumas barreiras para o desenvolvimento dos pequenos produtores artesanais.

Em Seara, a produção de queijo vindo da agricultura familiar é legalizada desde que o produtor queira realizar a sua produção com leite pasteurizado, desse modo, um veterinário responsável pela fiscalização vai à propriedade verificar as condições das vacas, dos bezerros, dos pastos e da queijaria, assim como os modos de fazer e a limpeza do local. A partir disso, o queijo pasteurizado está legalizado, as leis municipais exigem o pagamento de alguns tributos, assim como a visita regular dos órgãos fiscalizadores.

Hoje, no município, existe cerca de 50 produtores de queijo de leite cru, mas identificá-los não é tarefa fácil, já que, por causa da informalidade da produção, a maioria não quer se expor por medo de ter seu produto apreendido, como relata a veterinária responsável pela fiscalização dos produtores legalizados:

É difícil contabilizar quantos produtores existem, muitos fazem apenas para o consumo próprio, outros não participam das associações e, pelo fato de serem informais, nós não temos acesso à quantidade real de produtores de queijo de leite cru. Nós temos uns dados mais ou menos por cima, não divulgamos porque é cultural a questão do queijo, todo mundo tem uma vaca de leite, então se eles fazem apenas para consumo próprio, é impossível dizer. O grande montante vende leite porque tem os laticínios aqui, então eles acabam vendendo leite.

Em Seara, foram entrevistados nove produtores, e, entre eles, destaca-se que dois desistiram da produção em virtude da fiscalização, fazendo apenas queijo para o seu próprio consumo e vendendo esporadicamente para membros da família. Um conseguiu se legalizar e vende queijo com leite pasteurizado, e os outros ainda seguem na informalidade. O perfil desses produtores é muito parecido com os produtores de Major Gercino: ensino fundamental incompleto, geralmente são casais que realizam a produção, são descendentes de italianos ou alemães e aprenderam a atividade quando pequenos, observando a mãe, ou a avó, a tirar o leite da vaca e a fazer o queijo. Segue o relato de uma produtora de Seara.

Eu comecei desde cedo, a mãe veio me ensinando eu continuei fazendo, a minha mãe aprendeu com a minha vó e, assim, foi. Eu faço quase igual, mas eu fiz um curso e ensinaram a fazer um pouco diferente. Antigamente, eles reuniam o queijo e faziam aquela bola e prensavam ele, eu tiro o soro e faço bem esmagadinho, eu não faço a bola, eu deixo ele mais fininho, antes deixava inteiro, o que eu faço não sai manchado, tudo depende do alisamento do queijo, ele fica bem amarelinho, o da minha mãe ficava mais empipocado, ficava soro, se a massa não era bem cortada, apareciam as manchas brancas, eu tenho prensinha, mas, na época da mãe, era na mão.

Foi possível verificar que, no Município de Seara, a mulher tem participação quase total na fabricação do queijo. Em algumas propriedades, produz-se o queijo, assim como se vende o

leite para as indústrias de laticínios da região, fazendo com que parte desses produtores tenham a sua renda proveniente da venda do leite e do queijo, ou seja, não é a atividade principal pelo fato de ela estar informal. Para alguns produtores, esse fato poderia mudar quando a região legalizasse a produção, já que os fiscais não utilizam o apoio das novas leis estaduais e federais pela falta de regulamentação das duas, segundo mencionam os produtores, e também por serem leis novas que ainda não foram empregadas em muitas localidades:

A gente sempre busca fazer como o máximo de higiene, lavar bem os utensílios da ordenha, mas não se tem uma sala apropriada para isso, se faz na cozinha da casa. A gente faz o queijo para o consumo e para alguém que pede, esses dias foi para Florianópolis, mas tudo na clandestinidade, a renda principal é o leite, mas o queijo tem um papel bem importante, porque antigamente era a renda principal e, com essa questão da inspeção, começou mais a se vender o leite, mas é uma renda importante, porque ele agrega mais valor.

Usualmente, essas pessoas produzem queijo desde crianças, é uma técnica aprendida com os familiares, é normal, para quem tem vaca de leite, tirar o leite e fazer o queijo para o consumo da família, como relata uma produtora de Seara:

Eu fabrico o queijo, na verdade, isso vem desde a minha vó, a minha mãe com 75 anos está fabricando queijo para comercializar, a minha sogra fazia para comercializar, um pouco de um, de outro, e eu fui aprendendo, quando vem alguém de fora, eu sempre procuro aprender para melhorar, eu fiz vários cursos também.

Percebe-se que a produção desses alimentos é um processo constituído ao longo do tempo por meio de tradição familiar que conserva as características que definem esses produtos quanto ao aspecto, à textura e ao sabor, e tudo isso está ligado à cultura gastronômica de uma população. Sobre as características do queijo de leite cru produzido em Seara, ressalta-se que eles são redondos e variam de 1 a 3 kg, apresentam uma crosta amarelada com textura semidura e amanteigada por dentro e possuem pequena olhaduras do processo natural de beneficiamento. Esses queijos podem apresentar um odor suave, caso o queijo seja mais novo, ou um odor marcante, caso ele seja mais maturado. Além disso, o sabor pode variar também, sendo resultado de todo o processo de produção, desde a maneira do “trato com o gado”: o que eles comem, onde ficam, a higiene até os utensílios domésticos utilizados e o armazenamento dos queijos.

Figura 15 – Queijo artesanal de Seara



Fonte: Slow Food (2015) e Acervo da autora (2019)

Todos os produtores entrevistados possuem algum tipo de atividade além da produção de queijo, seja a venda de carnes para os frigoríficos da região, leite, produção de milho, cachaça e outras atividades ligadas à terra. Assim como em Major Gercino, em Seara, a atividade de produção de queijo é feita por agricultores com mais de 40 anos, em sua maioria, sem o apoio dos filhos, já que muitos não se encontram mais em casa e não possuem o objetivo de voltar a trabalhar no campo. Os poucos que ficaram exercem a atividade, mas isso foi encontrado em apenas uma propriedade visitada. O filho permaneceu e auxilia a mãe na fabricação e na venda de queijo de leite cru para a região, além disso, ele participa de cursos promovidos pelas instituições de pesquisa para melhorar o manejo com o gado e com o leite, resultando na fabricação de um produto diferenciado.

As propriedades em Seara são maiores do que as de Major Gercino pelo número de animais contidos em cada uma, por vezes, esses produtores exercem outras atividades ligadas à terra, como plantações de uva e milho, ou, por vezes, vendem o leite e possuem mais animais para manter essa atividade. Há um tipo de tratamento diferenciado em Seara, tanto em relação aos cuidados com a terra, questão de pasto, agrotóxicos, água e localização dos animais (eles não ficam espalhados no campo) quanto em relação ao que os animais comem. Por estarem envolvidos em cooperativas e associações de agricultores e por terem um envolvimento maior com movimentos como o Slow Food, eles possuem visões e tratamento diferentes em relação a todo o processo de produção. Eles também possuem mais conhecimento em agroecologia, questão de troca de pasto e alimentação sem muito hormônio para o gado. Dessa maneira, segundo um produtor entrevistado:

O queijo fica com outro sabor, a vaca não pode ficar mal-humorada para tirar leite e ela deve comer mais pasto do que ração e silagem. Eu acho que o que interfere no sabor é o jeito de fazer e o que o gado come, a gente trata a base de pasto, um pouco de silagem, com o farelo, dá mais gordura, mas eu

vejo que isso aumenta muito o custo de produção, então, se tem uma pastagem boa, tem a proteína ali, então não precisa dessas outras coisas. A gente busca conhecimento e vamos aprendendo bastante, trabalhando, fazendo, vendo quando a pastagem não está legal, a gente aduba mais, às vezes, tem um técnico que fala várias coisas, mas não vive a realidade, então tu tens que adaptar várias coisas, aprende vivendo e fazendo, dependendo do clima e do relevo e vamos conhecendo a nossa terra.

A venda dos queijos de leite cru é feita na informalidade, pois as regras seguidas no município não contemplam o queijo de leite cru. Inclusive a fiscalização não acata a Lei Estadual n. 17.486, de 16 de janeiro de 2018, os fiscais seguem a Lei n. 10.610, de 1º de dezembro de 1997, que abrange as normas aplicadas às grandes indústrias, ou seja, como já falado, os pequenos produtores são fiscalizados nos moldes das grandes indústrias. Portanto, ainda não há uma regulamentação específica seguida pelos fiscais para regulamentar a atividade artesanal.

Nesse sentido, a busca pela identificação de atributos que compõem a configuração dos mercados deve ser o resultado da análise das relações estabelecidas nos campos; por isso, é mister evidenciar as normas, as regras, os valores e as redes que definem as pré-condições sociais para as trocas econômicas, a fim de compreender o funcionamento do mercado artesanal do queijo de leite cru. E o que fica evidenciado em Seara é que os responsáveis pela fiscalização não reconhecem e não utilizam as leis que regulam os produtos artesanais, então eles inviabilizam a construção de atributos que poderiam auxiliar para a legalização do mercado.

Em Seara, há relatos dos próprios produtores dizendo que, no final dos anos 1990 até os anos de 2005, o comércio dos queijos de leite cru era legalizado dentro do município, então havia a possibilidade de vender para redes de supermercados, e os produtores poderiam comercializar seus produtos de porta em porta, assim como a prefeitura disponibilizava “a casa do colono”, um comércio que vendia produtos da agricultura familiar, como visto no relato da ex-produtora de queijo em Seara:

[...] antes vendia livremente, em qualquer lugar, antigamente podia vender para qualquer lugar, aí começou a inspeção e a (veterinária fiscal na época) disse que como o nosso queijo era bom, era legal fazer um selo por meio da prefeitura e só. Durante dois anos foi assim, nunca pasteurizei, fiz dez anos o queijo. Ela apoiava muito, era tudo com exame das vacas e do queijo, não sei para onde ela mandava os queijos, era tudo pela prefeitura, ela dizia que o queijo artesanal era assim, eles faziam exame do queijo, ela vinha aqui, escolhia uma forma e levava, era tudo pela da prefeitura, no dia que dava vontade ela vinha e pegava o queijo e levava, aí assim foram anos. Então a lei foi fechando e fizemos uma casinha fora, ela sempre nos indicava, ia na frente, nos ajudava a fazer as coisas, ela sempre cuidou de nós e das vacas, e no fim, trocou os veterinários. Tinha que ter mais um veterinário para fiscalizar, uma vez por mês vinha um e olhava tudo dentro da casinha, aí depois ele dava um papel dizendo que estava tudo certo, mas o queijo, eram

outros que vinham recolher para fazer os exames e nunca me disseram que o meu queijo era impróprio para o consumo, sempre deu certo.

Com o passar do tempo e o crescimento das grandes indústrias, a fiscalização foi ficando mais rígida e não distinguia mais os grandes produtores dos pequenos, fazendo com que o processo de adaptação aos modos de fazer, a construção de um local apropriados e a retenção de produtos excluíssem uma série de pequenos produtores que optou por desistir da atividade ou se empenhar na produção de outro produto.

No ano de 2014, o Movimento Slow Food, acompanhado das cooperativas da agricultura familiar voltou a valorizar a atividade de produção de queijo de leite cru, reavivando modos de vida e práticas da produção desse produto. O movimento reuniu produtoras e produtores de queijo que iniciaram a criação de um grupo informal em defesa dos queijos artesanais fabricados a partir do leite cru, criando um debate em torno da exclusão vivenciada por esses produtores e trazendo a discussão sobre a legislação vigente, que não adapta as normas à produção de pequena escala, como relata um ex-produtor de Seara:

O centro desse problema é o higienismo, é uma paranoia que não funciona, eles enxergam o produtor como um relaxado, não é assim, os produtores vendem o queijo que eles mesmos consomem, eles não vão fazer uma porcaria para consumir. Aqui no Oeste, a minha leitura é a seguinte: nós sofremos mais com a fiscalização, porque temos quatro grandes indústrias aqui e o artesanal sempre vai ameaçar esses caras, não é só com o queijo, tudo aqui é muito rigoroso e tem essa questão de o estado ser livre de brucelose, então eles querem manter isso, mas buscando um padrão que não pode ser cumprido pelos pequenos produtores.

Assim como em Major Gercino, a imposição dessas normas desencorajou os agricultores a continuarem com a sua produção, e aqueles que se legalizaram passaram a se adequar ao mercado, deixando as práticas tradicionais de produção de lado. Para se formalizar, as pequenas queijarias tiveram que se submeter às normas higiênico-sanitárias – leis que desconsideram as particularidades artesanais do produto, gerando um processo de descaracterização do queijo artesanal. Apesar de as leis estaduais e federais terem sido aprovadas, é comum alguns produtores ainda apresentarem um certo desânimo e descrença de que a lei será seguida e implementada, como mostra o relato de um ex-produtor de queijo de Seara:

A lei que a gente fez no estado foi interessante, e a lei federal que também não saiu do chão, selo Arte, é um selo que os produtores poderão usar, arte de artesanal, em todo o Brasil, mas não sei se vai sair do chão se alguém não puxar, falta a regulamentação, então para aí. Aqui (Seara) temos a questão política e técnica, o Estado aprovou, porque tem a questão política, o deputado deve ter conhecimento, o pai dele é desse tempo, ele comentou isso, ele tem conhecimento da problemática. Acredito que foi uma bandeira dele, ninguém nunca entrou com uma proposta assim, ele tinha uma boa

articulação política, porque se os técnicos opinassem aí não ia passar, tinha a questão dos serranos que o deputado deu para trás, [pois] eles queriam proteger a lei deles, mas acabou sendo aprovada.

Mesmo assim, para os produtores foi muito bem-vinda e comemorada a chegada do Movimento Slow Food, pois foi nesse momento em que as coisas efetivamente começaram a se movimentar. As práticas seculares foram reavivadas e os produtores passaram a ser motivados a seguirem com a produção dos queijos de leite cru, como é possível verificar na fala do produtor de Seara:

O Slow Food teve um papel fundamental aqui para gente da região. Ele conseguiu reunir as pessoas, claro que foi com a ajuda do (representante da cooperativa), mas eu hoje gosto de carregar o selo do Slow Food nas embalagens do meu queijo, o meu cliente gosta, eu vejo.

Portanto, a integração do Movimento Slow Food e de seus parceiros nos últimos anos nas comunidades rurais em Seara provocaram profundas transformações nas formas de intermediação entre produção familiar e os mercados, mudanças que exigem maior autonomia e capacidades próprias por parte dos agricultores. Os próprios produtores acabam por valorizar e reconhecer que os produtos artesanais constituem e fazem parte da história social e da cultura local, que é uma história vinculada a um emaranhado de relações sociais e familiares, resultantes do saber da experiência.

Outra característica dos produtos artesanais, além da bagagem histórica, é a forma que a venda acontece. Geralmente, os mercados de produtos artesanais são reconhecidos por meio de cadeias curtas socialmente controladas por grupos de produtores ou cooperativas de consumidores, atendem às regras de reciprocidade ou introduzem aspectos de sociabilidade nas relações de troca mercantil. Essa relação cara a cara acaba gerando valores afetivos como o sentimento de reconhecimento e de amizade, essa afirmação é enfatizada pela fala da produtora de Seara, quando ele afirma que:

Quem vende queijo é bem complexo, quem compra o queijo de ti, é porque tem confiança, quem consome queijo quer saber de onde vem o queijo, se eles compram de ti é porque eles confiam que é um produto de qualidade, que é de confiança.

Essas experiências confirmam trajetórias inovadoras pelas quais circulam, além de bens alimentares diferenciados, atores e valores sociais que se formaram por meio de uma construção política, reunindo movimentos sociais emergentes, os quais direcionam suas pautas para a construção de novos modelos de produção e de consumo e uma das principais expressões desses movimentos. Tais movimentos, como o Slow Food, auxiliam os produtores da agricultura

familiar por meio de diversas ações que prezam pela conservação de produtos artesanais, assim como os seus modos de produção.

Segundo Dorigon (2008), essas práticas com a participação de redes como o SF possuem muitos aspectos relevantes, nos quais é possível encontrar a valorização e o reconhecimento de agricultores que acessam determinados mercados por meio da venda de seus produtos artesanais, assim como da participação em espaços de discussão e de troca de conhecimentos. Segundo relato do técnico da Epagri em Major Gercino, o envolvimento da rede SF se deu a partir do contato com a pesquisadora da UFSC, envolvida com o movimento SF, inclusive na hora da seleção do próprio nome do queijo:

A pesquisadora achou o nome superlegal, eu estava envolvido, não tinha muito que falar, mas acho que no Diamante tem mais produtores, então ficou o nome. Aí, demos o nome e surgiu a ideia de ir para a Itália, e a pesquisadora tinha muito bom relacionamento com o pessoal do Slow Food e nós começamos a divulgar e a conversar com várias pessoas que começaram a apoiar, eu conheci um rapaz que era do Slow Food de Balneário Camboriú, ele tinha um programa de televisão e fez uma entrevista com um produtor local de queijo. A vinheta do programa foi colocada na internet e “bombou”, milhares de visualizações, e daí o queijo Diamante entrou para o mapa do queijo artesanal do Slow Food.

Nierdele *et al.* (2014) consideram que, por meio dessas práticas, os alimentos de produção artesanal são apontados como fatores importantes para o desenvolvimento de regiões rurais. Por esse motivo, são necessários instrumentos que propiciem a sua proteção de forma mais ampla, nos quais saberes, práticas, utensílios e espaços tradicionais sejam contemplados, já que esses produtos artesanais são enraizados em um contexto espacial e em tradições específicas. Mas o que foi observado durante a pesquisa é que à medida que o objetivo passa a ser a sua inserção em mercados formais, torna-se necessário alterar estruturas, utensílios e, conseqüentemente, adaptar modos de fazer. Alguns produtores relataram que é quase impossível se legalizar nos moldes da antiga lei federal, pois ela exige modificações em toda a estrutura da queijaria. É preciso construir dois banheiros e realizar todos os testes definidos pela fiscalização com recursos próprios, o que torna esse processo inviável. O aumento da fiscalização em Seara trouxe receio para os produtores que vendiam a sua produção para locais próximos, um produtor relatou o seguinte ao ser questionado se teve que parar a produção por causa da fiscalização:

Não tivemos que parar de fazer o queijo totalmente, mas teve muita apreensão na cidade, então ficamos com medo, aí diminuimos a produção de queijo e aumentamos a escala de produção de leite. Porque fazer uma alta escala de queijo informal não dá né, são em torno de 180 litros por dia de leite, então não dá para vender muito de modo informal. Somos eu, a mãe e o pai, ele ajuda nos piquetes, a mãe faz o queijo com o que sobra do leite que vendemos.

Portanto, os desafios para a formalização seguem em busca do atendimento às exigências legais que comprometem a singularidade e a diversidade desses produtos, como relata a produtora legalizada em Seara que segue a normas municipais, pois lá o leite deve ser pasteurizado e o queijo maturado durante 60 dias até que a venda seja realizada. Lembrando que essa regra é voltada tanto para a inspeção de produtos industriais quanto para alimentos artesanais e não se diferenciam escalas de produção:

O que mais incomodava era a vigilância. Eu acho que eles se meteram muito, brigaram muito, porque queijo não podia vender no mercado, hoje já liberaram. Tem venda que a gente faz, mais eu tinha mais produção, eu sempre me planejava dentro de uma produção menor para não sobrar, mas para sobreviver disso, tem que ir às outras regiões, vender mais. Hoje eu vendo no mercado e uns vêm comprar, minha produção, é pouca, porque, se faço mais, é mais incomodação para mim.

As normas nacionais impostas unilateralmente aceleram a erosão dos conhecimentos tradicionais e enfraquecem a imagem dos produtos artesanais. Os queijos feitos nas roças ou nas fazendas são parte da identidade cultural, e seus modos de fazer fazem parte da cultura e do legado de uma região. A legislação acaba dificultando a geração de renda e a agregação de valor aos produtos agropecuários artesanais, perseguindo e estigmatizando como “inseguros” determinados mercados regionais e produtos de pequena escala produtiva, favorecendo uma maior concentração dos mercados controlados pelos grandes grupos econômicos.

Desde 2011, as normas federais e estaduais vêm sendo modificadas e, apesar de representarem um avanço e possibilitarem a abertura dos mercados e a formalização das queijarias produtoras, é possível verificar nos dois municípios estudados que permanecem as dificuldades de formalização dessa atividade. Segundo Cintrão (2016), em nome da ciência e da segurança sanitária, essas normas acabam por criminalizar um alimento enraizado culturalmente com o saber-fazer secular, como o queijo artesanal. A maioria dos produtores continua a fabricar o queijo de acordo com suas práticas, aprendidas com os seus ancestrais, desconsideradas pelos técnicos especializados e pelos agentes sanitários, que têm como referência os processos industriais de produção. E, paradoxalmente, a imposição de métodos e de normas industriais aos produtores que buscavam se legalizar geram, muitas vezes, alterações nas características dos queijos, que são percebidas pelos consumidores.

Esse fato foi comprovado durante a realização das visitas em propriedades de Seara que se legalizaram e hoje deixaram de produzir o queijo por falta de incentivos do poder público e pela exigência de excessiva documentação, como mostra a fala da ex-produtora a seguir:

[...] a burocracia era muita, eu pagava muito imposto, fiz queijo durante cinco ou seis anos para venda e legalizado, era muito trabalho para mim. Desde os

oito anos que eu subia numa cadeira para fazer o queijo. Sempre fizemos com leite cru, queijo colonial, na época era para o consumo da família. Mudou porque tinha que ter mais limpeza, antigamente era mais caseiro. Eu tinha uma casinha para o queijo com câmara fria para curar, mas o sistema de fazer era o mesmo, não mudou nada, nem o gosto, de quando eu era pequena. Vendíamos para Seara, mas faltava queijo na verdade, se eu fizesse o dobro sempre ia, não queria que eu parasse, mas agora ficou difícil, e a mão de obra era só minha, eu trabalhava das 5h da manhã as 11h da noite, direto, eu gostava de fazer, se desse, eu voltava a fazer, mas agora não consigo, é muito serviço. Hoje só vendemos leite e vivemos dele, já vivemos do queijo, era a principal atividade, mas essa época passou.

Nessa fala da ex-produtora fica nítido que a legislação sanitária não reconhece as especificidades dos queijos de leite cru das zonas rurais, associadas à produção em pequena escala. Nota-se que há uma resistência em aceitar a importância social e econômica de um conjunto de saberes associados à produção e à comercialização de queijos artesanais, que parte de outros princípios e de lógicas produtivas que são diversos do grande capital produtivo.

A principal alegação dessa medida recai sobre a afirmação de que o queijo pode acarretar danos à saúde dos consumidores, definindo, dessa maneira, um conjunto de especificações e de normas para a estrutura física local e em seus modos de produção. Mas mesmo com essa estrutura formal, o processo de institucionalização e de aceitação do produto se dá pela valorização dos modos de produção, entendendo que são saberes e práticas tradicionais que instituem a qualidade desse produto. Na fala da veterinária em Seara, é possível verificar o distanciamento e o reconhecimento das atividades acontecidas nas pequenas propriedades:

Tem a parte de higiene do produtor, a água que ele está utilizando, eles tratam a água que eles tomam e não tratam a água que eles dão para os animais e lavam os utensílios, por isso que se exige a questão da água quente, tem que tomar cuidado com a lavação dos tetos, então temos um problema na água por causa da produção de suínos, fazemos esse cuidado com a água, a gente exige a questão do cloro, tem artigos científicos que comprovam que, se fizer certinho, não influencia o sabor do queijo. A questão é que os exames indicam sempre alguma coisa. Eles não lavam a mão direito, podem ter salmonela também, se eles estão fazendo a higiene adequada não vai aparecer no queijo, às vezes, usam anéis, correntes, unhas grandes, podem ter ferida na mão. Um exame pode dar alto em um mês e num outro pode dar normal. São vários pontos que eles não vêm procurar a gente para saber, não é por acaso.

Para os produtores, o que constitui a configuração dos mercados artesanais é o entendimento comum e compartilhado de uma série de fatores, por exemplo, o próprio fato de o produto ser fabricado de modo totalmente artesanal, se distanciando do produto industrial. Assim, compreende-se que os produtores não compartilham das regras estabelecidas e aplicadas para as estruturas de grande escala de produção que exigem intensa padronização dos seus

produtos, por isso, a resistência em aceitar o apoio dos órgãos fiscalizadores, pois eles são vistos com desconfiança, e isso é percebido pela fala da veterinária:

A questão da nossa região é a seguinte, eles (produtores) reclamam da questão das leis, mas eu acho que eles não vêm atrás do órgão público para eles se legalizarem, há vários pontos que a gente ajuda, se o produtor quer certificar a produção, nós cobramos R\$ 7,00 os exames, da brucelose e tuberculose, eles não vêm nos procurar, eles têm medo de ir lá e dizer que está tudo errado, eles têm receio de vir procurar informação porque acham que nós vamos fiscalizar. Existem produtores que estão fazendo modificações, eles têm um entrave de não conhecer o nosso trabalho, essa desconfiança não sei de onde vem? Se vem de outros municípios ou de outro profissional que não agregou.

As normas impostas a esses produtos são um fato que se deve principalmente à forma como tais produtos são processados e a fatores produtivos. Na maioria das vezes, o processo de fabricação não corresponde àquelas normas exigidas por órgãos reguladores e fiscalizadores. Essas exigências se relacionam principalmente às formas, aos locais de processamento e aos equipamentos e utensílios utilizados na produção, que, muitas vezes, não garantem a segurança alimentar necessária para a inserção desses produtos no mercado formal.

A organização mental ao ambiente social que contribui para o equilíbrio no campo vem de encontros realizados os movimentos em que os produtores se sentem reconhecidos pelas suas práticas, são valorizados pelos seus conhecimentos e pela sua cultura, seu saber-fazer e suas dinâmicas sociais vivenciadas. Esse reconhecimento da pluralidade das estruturas sociais contribui para a compreensão da dinâmica de campos, fazendo com que as redes de entusiastas se formem em torno do queijo artesanal fabricado nessas regiões.

As forças sociais que estruturam um mercado podem ser uma fonte de estabilidade se as diferentes estruturas se reforçarem mutuamente. Mas esse não é o caso do mercado de queijo artesanal, pois tanto em Seara quanto em Major Gercino, para se legalizarem acabam por excluir uma dúzia de produtores da região, já que eles não tiveram acesso à verba distribuída pelo projeto de extensão.

O que foi possível observar é que as instituições formais formam uma fonte de instabilidade para o mercado de queijo de leite cru, pois, apesar de existirem não uma, mas duas leis específicas para os pequenos produtores, eles acabam sofrendo imposições e precisam de muitos recursos para se adaptarem às regras, como verificado na fala da ex-produtora de Seara:

O pessoal que consome não gosta que pasteurize o leite, porque eles sabem, muda muito o gosto. Eu sempre fiz assim, lavava tudo e deixava tudo limpo para o outro queijo, nós não guardávamos o leite. De manhã eu fervia todas as panelas com água quente. Nós nunca tivemos lei para vender o queijo de leite cru, se levasse ao pé da letra, a lei municipal não deixava. Aí começou a fazer o queijo pasteurizado, começou a surgir a pressão, os veterinários

nunca concordaram com o queijo de leite cru, eles têm o estudo deles e é assim. Alguma coisa a gente muda, mas o estudo puxa mais para o lado da lei e complica. Eles queriam que o queijo tivesse de 30 a 60 dias, mas o pessoal gosta mais novo, com dez dias eu levava, se passasse disso, eles não queriam (consumidores). Ai vendemos leite agora, deu tudo certo, faz sete anos que não faço mais queijo, para vender leite estou tranquila. Temos oito vacas e de cinco delas, eu tiro leite, eu gostava muito de fazer o queijo, mas desse jeito não dá, ficou muito difícil e não tenho mais idade.

Segundo Ries *et al.* (2012), são inúmeros os desafios para se trabalhar com a produção artesanal de alimentos no Brasil, especificamente quando se trata de produtos de origem animal devido aos riscos potenciais desses alimentos à saúde humana. A inexistência de legislação específica para esse tipo de processamento faz com que a produção artesanal seja submetida às mesmas exigências de fabricação industrial de grande porte, o que torna muito difícil a adequação de pequenos estabelecimentos.

Para Diniz (2013), a legislação existente não é compatível com a realidade desses produtores, fazendo-se necessária uma interação entre poder público, ciência e arte de saber-fazer o queijo para fortalecer a produção artesanal. Esse fato fica nítido quando se pergunta aos produtores de Major Gercino sobre as leis que regem o mercado desse produto. Muitos desconhecem, sabem que é um produto informal, mas não sabem explicar claramente o porquê da informalidade, falam sobre a pasteurização do leite e entendem que é um processo diferente daquilo que ocorre nas indústrias, mas de fato não conhecem a lei aplicada, como visto na fala dos produtores a seguir:

[...] que eu sei te explicar não, por enquanto não tem envolvimento nenhum, ninguém vem aqui olhar o jeito que eu faço, o técnico da Epagri já veio aqui levar e olhar o queijo, e é isso que eu sei, sei d aquilo que eles me explicam.

[...] não conheço lei alguma sobre o queijo, nunca vi.

Eles vão me explicar essas questões, eu sou nova agora, teve um cara do campinho (região do Diamante) que desistiu (de fazer a queijaria), ele foi embora, então eu sou nova, não estou por dentro de tudo que eles já tiveram, eles vêm aqui fazer, o SF me deu bastante dica e a Epagri também.

Ao apresentar e valorizar as normas com a imposição da qualidade privada, definida pelas grandes redes de comercialização, como a adoção de boas práticas sanitárias e a rastreabilidade para acesso aos mercados domésticos e externos, a fiscalização retira a grande oportunidade dos pequenos proprietários rurais, facilitando a exclusão do agricultor familiar do cenário em virtude dos desafios desse mercado.

Ao resgatar práticas do passado, ressignificadas com questões do tempo presente (preocupações ambientais), movimentos como o Slow Food e a rede de pesquisas que, com os agricultores, buscam alcançar um espaço na sociedade atual para que os pequenos agricultores

ensem, a partir de sua experiência como grupo social, um novo modelo de agricultura com mais cuidado ao meio ambiente e valorizando os produtos originários daquela terra.

Segundo Cintrão (2016), os produtores são atingidos até hoje, quando, em 1970, iniciou-se o processo de modernização da agricultura do Centro-Sul do Brasil com a introdução de máquinas, adubos químicos, crédito rural abundante e de baixo custo, criação de sistema de armazenamento, comercialização e transporte. Esse processo, transformando a agricultura artesanal em agricultura estilo empresarial, jamais considerou as diferenças existentes entre os agricultores, o tamanho da propriedade, o sistema de relações de trabalho, o tipo de produção e outros, assim como não considerou a própria ciência ao ensinar profissionais que lidam com esse público.

Para Silva (1999), a atitude de tratar igualmente produtores que são profundamente desiguais tem trazido como resultado que esse processo de modernização da agricultura brasileira beneficie a minoria dos grandes produtores rurais, ou melhor, apenas aqueles com capacidade de se adaptar ao modelo imposto pela Revolução Verde. Para o autor, a agricultura e a produção sempre estiveram interligadas na propriedade rural e, para ele, quanto maior for o isolamento, mais rico e diversificado será o seu artesanato. Ele ainda destaca os produtos oriundos da agricultura familiar como: alternativa de renda familiar, diversificação de atividades produtivas, preservação da cultura e retenção da família no meio rural (SILVA, 1999).

É por isso que, mesmo na informalidade, pequenos produtores rurais comercializam o queijo artesanal em virtude da importância da fonte de renda e da possibilidade de manter a propriedade. Apesar das difíceis condições impostas para a legalização do mercado artesanal de queijo, ele é um mercado que existe e funciona, não necessita de selo algum para aqueles que o consomem e que o produzem. A segurança e a qualidade estão comprovadas nos modos de fazer artesanal. Portanto, é uma renda que pode tanto ser a principal quanto a secundária, auxiliando os produtores, principalmente aqueles já aposentados, como mostra a fala de duas produtoras de queijo em Major Gercino na comunidade do Diamante:

[...] o queijo é uma renda extra, porque com o nosso salário dá para se manter, mas não sobra nada. As construções que fizemos foram todas feitas com a venda do queijo, tudo tem custo, a gente está sempre mudando alguma coisa.

O queijo ajuda a comprar comida, eu ganho só o salário mínimo e nós precisamos viver, ele (marido) trabalha fora, ele tira mel, mas teve um tempo que nós éramos bem pobres, tudo na base da enxada, as crianças no cesto na roça, era difícil criar eles, ninguém me ajudava, as minhas filhas sabem fazer o queijo, essa semana fizeram e venderam uns 18 quilos, mas eles ainda plantam fumo e batata salsa.

Portanto, para que possam se inserir nos mercados, as famílias estão inovando mediante a construção de organizações sociais e de redes agroalimentares alternativas, por meio de cooperativas e de inserção de movimentos sociais, construindo redes de proximidade social, como observado na fala do produtor em Seara:

A nossa motivação é manter a tradição e saber que dá para agregar um valor a mais no leite. Então, eu acho que é isso, talvez quando sair o selo pretendemos ampliar um pouco, tendo comércio, eu acho que dá para ampliar. Eu estou otimista. Com o Slow Food, fizemos várias reuniões e eles conheceram as propriedades, foi bem interessante, bem interessante a participação deles, eu participei do Terra Madre também e foi muito bom.

Nessas ações as trocas, a ajuda mútua, o compartilhamento de recursos produtivos e a troca de informações são essenciais para a subsistência das famílias, além de fortalecerem laços e vínculos sociais. Como afirma Granovetter (1985), é a imersão dos atores em redes sociais contínuas que reforçam a confiança e a estima mútua e isso constitui poderosos ativos para mobilizar as pessoas em situações futuras. Assim sendo, é a capacidade dos agricultores em dialogar com as organizações e em estabelecer novas formas de trabalho que pode salvaguardar os modelos de produção artesanal, realizados em pequenas escalas, que valorizaram a diversidade cultural das famílias produtoras e as suas técnicas.

Segundo Fligstein (2007b), as redes posicionam organizações e indivíduos no espaço estrutural, revelando reputações, permitindo a difusão de ideias e a criação de entradas ou, então, de barreiras às entradas aos mercados. Os atores sociais, na NSE, têm uma dimensão plural e participam da construção do mercado, tendo em si, enraizados sua cultura, valores intrínsecos ao seu lugar de origem, valores não apenas econômicos, sendo guiados por uma subjetividade que devem ser explicadas dentro de um contexto social e historicamente construído.

Desse modo, a valorização dos produtos artesanais está associada a um amplo processo que envolve não apenas a revalorização dos sistemas produtivos locais, mas principalmente a proximidade entre consumidores e produtores, como pode ser observado pela fala do produtor de Major Gercino, quando ele afirma que:

A grande vantagem nossa para a indústria é o leite fresco, eu tiro o leite e, em 45 minutos, eu estou com o produto processado, e a indústria tem que pasteurizar e, quando eles fazem isso, eles matam o leite, quando pasteuriza e adiciona cálcio e químico, o leite perde muita coisa. Na verdade, o leite é uma matéria-prima morta depois de pasteurizado. Hoje em dia, os meus clientes sabem disso e vêm me procurar. Eu apresento o meu produto também, mas muitos vêm até aqui.

Por isso, a construção e a manutenção dos mercados de produtos artesanais de queijo fabricado a partir do leite cru nos Municípios de Seara e Major Gercino, se mostram de vital

importância para a cultura da região, mas, para que isso se mantenha, é necessário criar parcerias com: associações e cooperativas de produtores, no caso de Seara, com a CrediSeara, fazendo o papel de reunir os principais produtores, apresentar os conceitos do Movimento Slow Food, resgatar técnicas antigas e lutar para que o poder público estabeleça critérios adequados a esse tipo de produção; o Movimento Slow Food; a UFSC e com a Epagri.

Em Major Gercino, a rede de atores envolvidos na manutenção do mercado de queijo de leite cru também apresenta diversos atores que influenciam o mercado de maneiras diferentes, como o envolvimento do sindicato de agricultores, Epagri, UFSC e Movimento Slow Food. A presença desses atores na rede formada pelo mercado de queijo de leite cru afeta o comportamento e as instituições dessas relações sociais. Portanto, o mercado artesanal de queijo de leite cru não pode ser explicado em termos unicamente individuais, mas sim enraizados dentro de um contexto mais amplo, abrangendo a dimensão cultural, social, econômica, ambiental, ou seja, a dimensão humana do ser.

Para Gonçalves Júnior (2010), é por meio de um conjunto de relações sociais particulares que se contribui para a emergência de uma formação social específica. O processo da construção social dos mercados é oriundo de uma série de condições socialmente construídas de forma intencional por vários atores e organizações. É resultante de algo agregador que considera e aplica os fatores sociais às análises que conduzem as trocas e as relações estabelecidas nos mercados. Descrever de forma empírica por meio das forças sociais os mecanismos e os comportamentos sociais que atuam nas formas de articulação que envolvem as transações mercantis é trazer à tona o estabelecimento das relações sociais que sustentam esse mercado.

Assim os mercados são entendidos como estruturas sociais, instituições ou propriedades emergentes, resultantes da interação dos agentes sociais, e possuem a capacidade de serem estruturantes, retroagindo sobre os indivíduos que o compõem.

No mercado de queijo artesanal foi possível perceber que a ocupação privilegiada em redes pode ser usada para influenciar regras institucionais e crenças dominantes. As instituições podem se tornar uma fonte de mudanças em redes e podem influenciar mapas mentais e ideias populares em um campo, podem ser utilizadas na negociação de mudanças em regras institucionais e no formato ou composição de redes, a fala do produtor de Seara deixa claro o papel dos atores nas redes e a influência que tiveram para reavivar e incentivar positivamente a atividade na região:

Conhecemos o Slow Food pela Cooperativa, ele trouxe algumas pessoas. Faz uns três anos que trabalhamos com eles, foi a melhor coisa. Eles que nos

mostraram a técnica de utilizar a tábua de madeira para secar os queijos, essa coisa da tábua é inexplicável, ela faz milagre, tira excesso da umidade e quando você vai virar parece que está lavado, ela pega bastante a umidade, diferente da toalha. Eu usava o ventilador, mas agora tem o ar-condicionado, não existe queijo de leite cru no inox, o inox apodrece ele, na nova legislação está a tábua, na lei estadual, mas na lei municipal não tem o nosso queijo (de leite cru), então o pessoal não sabe como caracterizar, nós acompanhamos o grupo, então ficamos sabendo das coisas sempre, isso nos mantém informados.

Sendo assim, para Steiner (2006), a rede social se caracteriza por um sistema formado pelos vínculos diretos e indiretos estabelecidos entre os atores. É uma forma de interação social que coloca os atores em contato. A rede social constitui uma forma de articulação dos atores paralela ao mercado e à empresa e pode se apoiar na ideia de integração social de um grupo para estudar suas características de centralidade, densidade, facções, entre outras; ou desenvolver algo em torno da ideia de que os atores podem ser agrupados, mesmo quando não se encontram diretamente conectados.

Portanto, a dinâmica desse mercado é fruto de relações sociais complexas, constantemente trabalhadas e redefinidas. O mercado é uma entre outras formas de organização de trocas. Mercados são espaços conflituais de luta e de confronto ideológico e estão embebidos de valor e de significado, resultando na conduta dos atores que deve ser inserida e contextualizada pelos atores nos mercados.

Para viabilizar relações de competição, cooperação e troca dos atores envolvidos nos mercados, de modo que estes permaneçam estáveis, é necessário que tenham instituições, compreendidas como regras partilhadas (leis, práticas ou entendimentos coletivos), mantidas por hábitos, acordo explícito ou tácito. Além disso, é necessário afirmar sob quais condições e de acordo com quais variáveis os mercados são moldados. A NSE presta atenção às modalidades históricas de formação de mercados nacionais e locais e destaca as linhas de divergência que separam os mercados em função das suas construções que transportam memórias da sua história.

Portanto, segundo Marques (2003), para a NSE, os atores são dotados de uma racionalidade condicionada que os faz procurar boas razões para as escolhas, mas não os encaminha na direção de modelos perfeitos ou absolutos. Essas boas razões encontradas pelos atores não são apenas boas razões cognitivas, elas são frequentemente boas razões sociais que obedecem a lógicas sociais prevaletentes. Por isso, os mercados na NSE são interpretados como construções sociais que refletem a construção político-cultural da relação entre organizações e Estados.

Os mercados compreendidos nesta pesquisa são constituídos por indivíduos que carregam consigo identidades individuais e coletivas que se refletem nas práticas adotadas no segmento produtivo em que atuam, como comprovado na fala do produtor em Seara:

Alguns desistiram, mas algumas pessoas continuam com o trabalho da fortaleza SF. Então, ficou assim, no grupo, nós pegamos as regras e os entendimentos do que é melhor para o queijo. Comparamos as estruturas e sempre que tem algum curso ou encontro, eu vou, antes eu não ia, não saía daqui, agora qualquer reunião eu vou, é uma maneira de incentivar a atividade e quem sabe fazer com que aqueles que largaram voltem. Eu sei que alguns não acompanham, vai de cada um também. Nós fomos escolhidos (para fazer parte do Convívio Slow Food), porque fazíamos queijo, é a nossa vocação, tem uns que não têm essa vocação, então uns dois ou três desistiram, alguns tinham até queijaria fora de casa, eles entraram para participar do debate e falar sobre a situação de cada um, mas como a inspeção encarecia muito, eles acabaram desistindo.

No mercado de queijo artesanal, as ações econômicas jamais são individuais, elas são coletivas, pois elas se referem a um grupo social que ocorre em um campo econômico, em constante processo de estruturação e com capacidade estruturante. A soma das forças sociais (redes, instituições e quadro cognitivos) faz emergir um tipo de ordem local na qual os atores desenvolvem expectativas mútuas em relação aos comportamentos uns dos outros. As redes demonstram a importância das relações sociais para o desenvolvimento das relações econômicas. As instituições servem como suporte para determinadas ações dos atores, enquanto desencorajam outras; oferecem organização mental ao ambiente social e, então, contribuem para a ordenação dos campos em que esses elementos coexistem. A geração de confiança é uma condição prévia fundamental para as relações de troca entre os atores, além de ser um dos instrumentos que as mantêm. Apenas a análise mútua de redes, instituições e quadros cognitivos permitiria uma visão coerente dos efeitos das suas ações e da estrutura social sobre o mercado. A análise das forças acredita que a delimitação do campo é dada pelo compartilhamento de aspectos culturais, políticos e sociais.

Beckert (2010) afirma que mudanças nos quadros cognitivos podem afetar a estrutura das redes ao tornar atores no mercado conscientes de oportunidades de ganho não vistas até então, ou alinhar os atores em atividades conjuntas para desempenharem projetos de controle sobre essas redes. A relação mercantil gera um laço social mesmo sem passar por relações pessoais íntimas, na medida em que esse laço não se esgota no único ato da troca, mas se enraíza e participa do processo de reprodução das instituições sociais. Pode ocorrer a criação de condições sociais que possibilitem a existência dos mercados, sendo tais condições garantidas pelo Estado por meio das suas instituições.

A coordenação do mercado depende da construção de mecanismos que permitam que as pessoas associem as práticas e os discursos a diferentes noções de justiça e de bem comum. Esses padrões socialmente compartilhados de comportamentos e/ou de pensamento são as regras morais e o respeito aos mesmos valores fundamentais da sociedade moderna, ou seja, os direitos dos indivíduos socialmente compartilhados. Normas socialmente compartilhadas indicam o que um indivíduo deveria fazer, trazem consigo a possibilidade de sanções externas, mas, ao menos no caso de alguns indivíduos, são internalizadas, estão ligadas a sanções por outras pessoas que sejam relevantes na rede

A função cognitiva influencia o modo como os indivíduos organizam informações. O entendimento de técnica e de qualidade se dá por meio dos conhecimentos passados de geração para geração. Por exemplo, quando perguntado sobre a qualidade do queijo aos produtores, consumidores e pesquisadores, há uma resposta unânime, todos acreditam que a qualidade está relacionada aos modos de fazer, ao trato com o gado, ao uso de utensílios rústicos e à repetição da receita passada pelos familiares. Portanto, para esses atores, um queijo de qualidade é aquele que conserva as técnicas e o sabor de quando os seus ancestrais o faziam, como afirma o produtor de Major Gercino:

Tecnicamente, a receita é a mesma do meu nono, todos faziam, mas não tem muito segredo, e a matéria-prima é o leite, o leite tem que ter muita qualidade, e a manipulação tem que ser muito correta, tem a questão da higiene das ordenhas, nós não gostamos de vender o queijo logo que ele é feito, vendemos queijo com 30, 40 dias, quando ele já selou a casca, quando a fermentação dele já está num outro nível, a gente não vende queijo branco, só o maturado, aí é que tá o grande segredo, porque, na maturação, tudo que é nocivo à saúde acaba saindo. As bactérias boas fazem a fermentação a nosso favor, por isso, nunca tivemos muito problema desse tipo, a única coisa que preocupa é a tuberculose e a brucelose, mas fizemos os exames e passamos nessas etapas, é ruim vender o queijo e o gado ter alguma doença, nunca aconteceu.

Sendo assim, por se tratar de um mercado com história e tradição, esta investigação tem o intuito de revelar um mundo empírico por meio das relações sociais dos atores pertencentes ao mercado estudado, apresentada a partir da interpretação de como esses sujeitos vivem e compartilham as suas histórias.

A possibilidade de entendimento das relações sociais e suas dinâmicas se dá por meio do enraizamento cultural, ou seja, da atuação das forças sociais que atuam nesse campo, se referem aos entendimentos coletivos compartilhados e buscam dar forma à estratégia e às metas econômicas para a continuação e a existência do mercado artesanal de queijo de leite cru.

5 CONCLUSÕES

Realizar um estudo sobre os mercados de queijo de leite cru nos municípios de Major Gercino e de Seara no Estado de Santa Catarina foi a preocupação e objetivo central desta tese. Pretende-se entender como os mercados da agricultura familiar, principalmente o de produtos artesanais, vistos como informais e ilegítimos por falta de políticas públicas ou legislações adequadas à sua realidade, podem ser constituídos e mantidos, apesar do pouco espaço que ocupam no poder e no debate públicos.

Nesta tese, foi utilizada como teoria para interpretar e entender o fenômeno de pesquisa a Nova Sociologia Econômica, mais especificamente as Forças Sociais de Beckert (instituições, redes e estruturas cognitivas). O emprego dessa teoria proporcionou ampliar o olhar e a compreensão sobre esse mercado e tornar questões, antes invisíveis, agora palpáveis para a sua análise, ainda que se reduza à teoria de Beckert e possua tantas outras variáveis para análises futuras, pois se trata de um campo muito complexo, com a influência de diversas forças e poderes, em que cada ator possui percepções distintas sobre a manutenção do mercado artesanal.

Nesta pesquisa foi possível verificar o embate entre saberes tradicionais e científicos, assim como foi possível perceber a permanente adaptação e luta para que tanto os produtores quanto a fiscalização entrem em acordo.

Entende-se que esse produto pode sofrer adaptações na sua área de produção e mesmo assim conservar alguns saberes centenários de produção do queijo, visando ao entendimento de que esse produto possa ser considerado inócuo e com qualidade, que é percebida pelos seus consumidores de cada região.

Sobre o consumidor desse produto, vale ressaltar que ele identifica e reconhece o queijo como de qualidade exatamente pelas suas características caseiras, além disso, ele acredita, também, na sua segurança alimentar. O consumidor considera que esse modo de produção remete àquilo que os seus avós e pais faziam na infância, então, o queijo traz lembranças de afeto e de carinho e é legitimado pelos seus consumidores exatamente por possuir tais características, se diferenciando, assim, do produto industrializado que é visto como algo “sem cor e sem sabor, quase que um plástico”, como confirmam alguns depoimentos dados a esta pesquisadora.

Para Gonçalves Júnior (2012), a agricultura familiar, quando analisada, revela a sua importância cultural, principalmente por preservar conhecimentos adquiridos e transmitidos de uma geração para outra ao longo do tempo.

No mercado artesanal de queijo de leite cru, o consumidor entende que o conceito de “qualidade” está associado aos modos de produção artesanal, dentro das propriedades, retirando o leite de manhã bem cedo e fazendo o queijo logo em seguida. Ele acredita que a qualidade da fabricação do queijo é passada de “pai para filho” ou de “avó para neta”, além dos próprios utensílios utilizados (panela, forno à lenha, colher de pau), assim como a região de fabricação (geralmente lugares mais remotos, pouco visitados e de difícil acesso para quem não conhece a região). Aqui é importante salientar um ponto visto na pesquisa: os lugares de fabricação do queijo são mais remotos e quase escondidos, porque muitos queijeiros operam na informalidade, por isso, preferem manter a sua fabricação na cozinha de casa, onde a fiscalização só passa para verificar a sanidade do gado, prática normal em todas as pequenas propriedades que possuem animais.

A questão da qualidade do queijo é um grande dilema para os produtores, pois ele não é visto dessa maneira pelos órgãos fiscalizadores, que acreditam que um queijo é de qualidade quando é fabricado a partir de normas rígidas empregadas para as grandes empresas de alimentos. Esse é o verdadeiro embate dos produtores *versus* fiscais, o reconhecimento de que tais modos de produção artesanais possam produzir queijos que estejam seguros para o consumo da população. Essa questão pôde ser debatida tanto no Projeto de Lei Estadual para a fabricação de queijo de leite cru quanto na aprovação da lei, é, portanto, um campo ainda delicado a ser tratado. Embora já tenha sido dado um primeiro passo para as legalizações com diversas adaptações nas queijarias. É possível ver, ao lado dos produtores, diversos pesquisadores que podem atestar a inocuidade do queijo artesanal, fazendo o poder público começar a confiar nessa produção tão desvalorizada pelas políticas higienistas.

Como afirmam diversos depoimentos de especialistas, inclusive autores de outros trabalhos já citados nesta tese, as políticas higienistas, durante muitos anos, retiraram milhares de famílias da fabricação do queijo artesanal, marginalizando essa atividade, e o resultado foi a informalização desse mercado e o quase desaparecimento dessa atividade (fato visto em trabalhos como o de Carvalho, Lindner e Farina (2015) e Cintrão (2016). E que ainda é algo mais perigoso para o campo: a não hereditariedade da atividade, pois há uma evasão de jovens do campo, por diversos motivos, mas no caso da fabricação do queijo, pela falta de apoio e de leis que regulamentem esse mercado, pois a venda desse produto ainda continua sendo realizada por muitos produtores, feita de porta em porta, embora eles corram o risco de serem pegos pela fiscalização, já que eles seguem sem local adequado, como feiras-livres, para expor seus produtos.

Durante esse período, mais ou menos final da década de 1990 até meados da década de 2000, o que antes era motivo de orgulho, o queijo, tornou-se motivo de preocupação e medo. Muitas produções artesanais eram apreendidas e incineradas, havia diversas denúncias contra esse tipo de produção, muitos casos em diferentes estados brasileiros, como Santa Catarina, Minas Gerais e Rio de Janeiro, essas ações foram mostradas até pela grande mídia.

Nesse contexto, os produtores que tinham mais recursos (aqueles produtores de leite ou outras atividades além do queijo) conseguiram se adaptar às novas normas sanitárias, o queijo podia ser fabricado se fosse pasteurizado (ou seja, se atingisse fervura e temperatura de mais de 40 graus). E, assim, o queijo deixava de ser feito com leite cru, portanto, toda a característica do produto seria eliminada, principalmente o sabor característico, mas continuava a carregar a marca de “artesanal”. Além disso, os queijeiros legalizados passaram a denunciar algumas propriedades que continuavam vendendo os seus queijos na informalidade, afinal eles consideravam “injusto eles se adaptaram e os outros não”.

Após esse período, no Estado de Minas Gerais, os produtores de queijo artesanal, acreditando na qualidade do seu produto, comprovadas por pesquisas científicas, passaram a lutar pelo reconhecimento do queijo que acabou por ganhar credibilidade, reestabelecendo o conceito de que artesanal, fabricado aos moldes das nossas avós, é sinônimo de “confiança” e “faz bem à saúde”. Esse movimento coincidiu com a chegada do Movimento Slow Food, que formou uma rede de entusiastas na qual diversos produtos artesanais e regionais foram valorizados e defendidos e aqueles alimentos ultraprocessados e industrializados passam a ser colocados em dúvida.

Nessa perspectiva, esse movimento, com uma rede de pesquisadores, colaboradores e *chefs*, coloca em pauta no debate público a importância da valorização dessas atividades e da manutenção desses produtos para a agricultura familiar.

O Slow Food acaba por criar grupos de defesa para esses alimentos em diversas regiões do país, promove feiras-livres e traz à tona diversas atividades tradicionais que haviam sido abandonadas devido à falta de regulamentação adequada e de reconhecimento. Desse momento em diante, o queijo artesanal, fabricado a partir do leite cru, ganha um novo e poderoso apoiador e passa a ocupar os espaços que até ontem o marginalizavam. Esse processo trouxe uma gama de pesquisadores com foco no assunto e inclusive em 2005/2006 foi criado pelos integrantes do Slow Food um Manifesto em defesa do queijo de leite cru.

O momento não poderia ser melhor para o queijo artesanal brasileiro, o Slow Food, movimento criado na Itália contra a comida rápida e industrializada (*fast food*), traz toda uma bagagem da representação e do funcionamento das queijarias na Europa, promove intercâmbios

entre os produtores brasileiros, franceses e italianos, coloca na ponta da rede como mais importante a figura do produtor e, assim, consegue trazer à tona a problemática e dar visibilidade ao queijo artesanal de leite cru. Esse movimento alcançou a Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (ALESC) e, com o auxílio do deputado João Amim e da pesquisadora Michele Carvalho (pertencente ao Slow Food), reuniu alguns produtores para dar início ao Projeto de Lei que irá regularizar a fabricação de queijo de leite cru no estado catarinense.

Aprovada em 2018/2019, a Lei que regulamenta a fabricação do queijo de leite cru foi discutida com a participação de diversos atores: produtores, fiscalizadores, pesquisadores e representantes de sindicatos, do Slow Food, da Epagri e das universidades. Pesquisadores e representantes dos órgãos fiscalizadores puderam apresentar seus estudos e seus diferentes pontos de vistas, alguns se mostravam ainda descrentes para essa regularização ou até despreparados para fazer a fiscalização, mesmo assim, eles participaram e contribuíram para o debate e a legalização dessa atividade.

Obviamente, como toda a lei, esta terá que ter tempo de adaptação e isso, em momento algum, significa a salvação dessa atividade em 100%, pois os pequenos produtores terão que se adaptar em diversas condições que serão novidades para eles, principalmente no diálogo com os pesquisadores (já que eles precisam pedir constantemente amostras do produto, o que muitas vezes causa desconforto, desconfiança e pouca participação dos próprios produtores). Eles precisarão, também, se adaptar a uma nova fiscalização, pois, antigamente, somente os animais eram fiscalizados nessas propriedades. Por isso, após receberem o selo que garante a qualidade do produto por meio da lei aprovada, eles terão que conviver com visitas recorrentes de fiscais, além de toda mudança no comércio face a face, já que o intuito é ultrapassar as localidades, atingindo diversas regiões e outros estados. Todos esses assuntos deverão ser analisados futuramente para a compreensão desse mercado a partir da nova lei.

Em alguns municípios, como em Seara, a luta continua, pois, eles não utilizam a lei federal e muito menos a lei estadual, e sim a lei municipal. O município possui grandes empresas de laticínios e agroindústrias que não permitem a atividade dos pequenos produtores. Como essas grandes indústrias exercem forte influência na política, gerando mais de três mil empregos regulares na região, promovendo o “crescimento e desenvolvimento” do município e fazendo com que a região seja atrativa economicamente, tudo isso dificulta a entrada dos produtores no debate público. Mesmo com apoio de diversos sindicatos, associações, agências de desenvolvimento e pesquisadores de universidades, os produtores de Seara seguem na informalidade devido ao não entendimento pela fiscalização de que o queijo fabricado com o

leite cru possa ser inócuo para o consumo. Em Seara, foi possível verificar que, mesmo com todo o engajamento e organização dos atores em rede defendendo a legalização do produto, muito mais do que em Major Gercino, liberar esse comércio é quase uma batalha perdida em virtude das grandes indústrias. Vale ressaltar que o comércio dos pequenos produtores funciona, e os queijos são vendidos em sua totalidade.

O comércio de queijo de leite cru em Seara acontece por meio do apoio de iniciativas de órgãos como a Epagri e o Movimento *Slow Food*. Eles incentivam e valorizam esse produto, atestam a sua qualidade e auxiliam os produtores a um melhor cultivo da terra, manejo do gado, conhecimento sobre leite e sobre toda a produção em si. É nessa troca de experiências que o produtor passa a valorizar a sua história e o trabalho feito pela sua geração e começa a reconhecer que o seu produto é de qualidade e que, mesmo sem o apoio do poder público na região, deve ser vendido.

O Movimento Slow Food tem papel fundamental no comércio desse produto, pois possibilita que o queijo atravesse fronteiras locais, forma grupos para constante discussão e debate sobre a produção e apresenta *chefs* e cozinheiros de diferentes regiões do país que auxiliam o comércio, ensinam diversas práticas agroecológicas, pregam o não uso de agrotóxicos nas propriedades (Santa Catarina é um dos estados brasileiros que mais utiliza agrotóxicos) e promovem prêmios e festivais em que os queijos podem ser degustados e premiados, no Brasil e no exterior. São todas essas promoções que enaltecem a atividade e o produto do produtor artesanal, carregar o selo dado pelo Slow Food como um alimento bom, limpo e justo, é motivo de orgulho para diversos produtores. Assim sendo, foi possível verificar nesta pesquisa que o Movimento Slow Food, no comércio de queijo de leite cru, conseguiu resgatar o orgulho e, principalmente, a volta de alguns jovens ao campo.

Em Major Gercino, o maior impeditivo vivenciado pelos produtores da localidade do Diamante é ganhar o selo estadual para que possam comercializar o seu produto sem medo e com liberdade. Essa localidade vive um contexto totalmente diferente daquele presenciado em Seara, por ser uma região de difícil acesso e pouco acessada, os produtores nunca sofrerem qualquer tipo de fiscalização, apesar de ser algo que os assombra. A presença de veterinários e de órgãos fiscalizadores é apenas para certificar a sanidade do gado ou de outros animais que vivam na propriedade. Fora isso, nunca sofreram inspeção alguma na fabricação do queijo. Mesmo assim, eles relatam que é arriscada a venda do produto em outras cidades, que é onde o comércio acontece, na venda de porta em porta, em estabelecimentos que “escondem” o queijo da fiscalização ou na visita de conhecidos ou familiares direto nas propriedades.

A localidade do Diamante, em Major Gercino, passou a valorizar a sua produção de queijo por meio do Movimento Slow Food e de um extensionista da Epagri presente no município. Por meio de diversas reuniões promovidas com o auxílio desses atores, houve uma articulação para que o comércio procurasse formas para se legalizar e, assim, expandir as vendas, sonho de todos os produtores entrevistados. A Epagri conseguiu aprovar um projeto de extensão com o Banco do Brasil e isso trouxe renda e apoio para aqueles produtores que desejam se legalizar e que poderiam pedir o retorno de algum familiar mais jovem para dar continuidade à atividade. Então, assim ficou combinado: que eles receberiam o dinheiro para modificar a estrutura das queijarias e adaptar o que já estava sendo tratado como “a nova lei de regulamentação”.

Nem todos os produtores da região optaram por esse incentivo, mesmo participando das reuniões, apoiando a ideia e recebendo pesquisadores e membros do Slow Food em suas propriedades com discurso que envolvia valorização do produto e potencial crescimento do comércio, alguns optaram por não fazer parte do projeto. A verba não atingia a todos os produtores que somam quase 20 na região, sete produtores foram habilitados para participar do projeto e os demais continuam com a sua venda e produção de forma informal. Eles não tinham, na época das entrevistas realizada para esta pesquisa, a intenção de aumentar a produção, muitos por motivos de doença (coluna, diabetes, doenças cardíacas, câncer, problemas nas articulações, artrite e artrose, doenças muito comuns nos produtores rurais pela rotina de trabalho pesado), por realizarem a produção de maneira solitária (geralmente mulheres) e outros tantos por acharem mais fácil continuar vendendo para o atravessador local. Ressalta-se que nenhum produtor tem dificuldade em vender a sua produção, tanto por venda direta como para o atravessador, esse fato coincide em Seara e em Major Gercino.

Hoje em dia, os produtores selecionados conseguiram realizar as reformas devidas e estão em processo de análise da água e do leite de suas propriedades, eles contam com o auxílio de uma pesquisadora da UFSC que realiza a sua pesquisa de doutorado em engenharia de alimentos e analisa todas as amostras de forma gratuita como parte do projeto da Epagri. Muitos têm dificuldades em dialogar e de entender o processo de certificação, pois esse tipo de conhecimento não faz parte do dia a dia do produtor rural, que é movido pelos ensinamentos passados pelas gerações anteriores e pelo instinto de vivência que possuem ao manejar a terra e os animais. Essa é outra dificuldade encontrada que terá que sofrer adaptações e ser constantemente dialogada para que haja entendimento, tanto do lado dos produtores quanto dos pesquisadores e futuramente dos fiscais.

A pesquisa também proporcionou a compreensão sobre as distintas regiões e sobre aquilo que mais afeta o funcionamento do mercado e sua regulação em cada uma das regiões estudadas, percebendo que se trata de problemáticas e contextos políticos diferentes. Em Seara foi possível observar a forte coesão dos atores em torno da legalização do queijo, a luta por ocuparem os espaços de comércio legal, como a Casa do Colono, local que se encontra fechado por denúncias das grandes indústrias, mas que durante muito tempo, serviu de auxílio para os produtores de diversas localidades menores em Seara exporem e venderem seus produtos. A participação de sindicatos, associações e de vereadores que trazem a questão à tona no debate público é um diferencial da região, assim com sua organização.

Em Major Gercino, muitos atores são envolvidos na questão da legalização, mas por esta pesquisa, ficou entendido que esse engajamento é recente, pois, até então, o queijo não tinha identidade local, não tinha nome (Diamante) e era vendido de maneira individual. Aliás nem era a principal fonte de renda dos produtores. Então, a promoção do produto se valeu por intermédio do Movimento Slow Food, com pesquisadores (Epagri e UFSC), sindicato e apoio da prefeitura de Major Gercino, que passou a valorizar o produto e consegue visualizar isso como um possível potencial de crescimento econômico para a região.

Portanto, a rede de atores estabelecida em prol do queijo de leite cru em Seara e em Major Gercino exerce um papel fundamental nesse mercado construído socialmente, trazendo reconhecimento e identificação com o território ocupado por esses produtores. Essa rede, conseguiu transformar o sentimento de desânimo, de medo, de insegurança na atividade em um sentimento de orgulho, de capacidade de produzir um alimento saudável, com forte carga afetiva e cheio de história. Isso, conseqüentemente, mostra que, para a ampliação e a regularização desse mercado para um mais estruturado e que remunere mais, os produtores devem passar por um aprimoramento da qualidade e de regularidade dos produtos ofertados.

A rede em questão formata uma nova perspectiva para os produtores, ela institucionaliza técnicas e saberes tradicionais, cria o entendimento de que o produto deve carregar toda história dos seus antepassados, com o aprimoramento de algumas técnicas de manejo da terra e do gado, que auxiliem em uma produção de leite com mais sabor, impactando na produção do queijo. A rede em prol do queijo de leite cru busca imprimir novos rumos que possam aliar tradição e vocação para que a atividade seja forçada a se transformar e que a elevem a um novo patamar com o intuito de tirar os produtores da marginalidade.

É preciso lembrar do papel relevante que terá o poder público no estabelecimento do mercado de queijo de leite cru. Ao ser analisado pelas forças sociais e, nesta pesquisa, representado pelos órgãos de fiscalização e legislação do estado e de cada município, esses

órgãos serão responsáveis por fornecer e fiscalizar uma nova rotina de práticas e inovações institucionais, como: a adoção permanente e adequada à nova lei estadual; o estabelecimento de condições para a aprendizagem coletiva; a consideração de um período de transição para que essas novas instituições possam ser transformadas em estruturas cognitivas e, assim, se tornarem rotina na produção e na venda do queijo fabricado a partir do leite cru.

O que foi visto na pesquisa é que mesmo existindo uma legislação, federal (Selo Arte) e estadual, criada com a intenção de flexibilizar a fabricação do queijo de leite cru, tirando o estigma das adaptações industriais dessas pequenas produções, alguns órgãos de fiscalização, em Seara, por exemplo, têm o entendimento de que esses produtores não vão aderir às novas leis, já que a crença é de não reconhecer inocuidade de um queijo fabricado a partir do leite cru e nas condições artesanais. Ou seja, o quadro cognitivo necessita de mudanças e, para isso, a luta e o debate no município continuam.

Portanto, esse mercado, para existir, necessita que, além da rede que o apoia, o poder público o legitime para que ele seja visível e possível aos olhos de quem o fiscalize. No que tange à lei estadual ou federal, o que se percebe é que nenhuma delas sofreu profunda análise, as pequenas produções estão em processo de adaptação, assim como a própria fiscalização, pesquisas sobre a sua implantação ainda são incipientes e a fiscalização continua trabalhando com a legislação antiga.

Esse quadro geral traz a reflexão de que, nos mercados de queijo de leite cru, são percebidas algumas disputas em relação a diversas variáveis, por exemplo: as regras para a fabricação do queijo pela legislação vigente que gera a institucionalização do consumo de queijo com leite pasteurizado por fator de segurança, os mercados de nicho, a adaptação dos pequenos produtores a novos projetos de lei, a comercialização do produto, a falta de apoio do estado, entre outras. Apesar das normas estabelecidas por órgãos de controle e leis, parte do processo de institucionalização e de aceitação do produto se dá pela valorização dos modos de produção, já que se entende que são os saberes e as práticas tradicionais que instituem a qualidade desse produto e fazem esse mercado se manter, mesmo que de maneira informal.

Dessa maneira, o aporte teórico da NSE, especificamente a análise de Beckert (2007b; 2010; 2012), por meio das três forças sociais (redes, instituições e estruturas cognitivas), oferece uma rica alternativa para auxiliar na análise da configuração desses mercados, iluminando novas práticas tecnológicas, gerenciais e mercadológicas, assim como inovações organizacionais baseadas na qualidade, nas normas técnicas, na autenticidade e na ação coletiva.

As três forças sociais trouxeram até aqui um entendimento sobre o mercado de queijo de leite cru que pôde ser analisado em Seara e em Major Gercino. É um tipo de análise que engloba a importância dos atores e de seus papéis e as forças que exercem para modificar o campo por meio das redes, podendo impor regras e normas que articulam esse mercado e também podem desarticulá-lo. Esse movimento da rede depende muito de como os atores estão operando e qual é a importância de cada um no papel de manter ou transpassar o mercado para outro nível.

Hoje existem dois entendimentos que se sobrepuseram nesta pesquisa sobre o mercado de queijo de leite cru, um lado entende que ele deve se fortalecer nas normas mais higienistas, vistas nas grandes indústrias de laticínios, e, outro lado, acredita que o mercado deve ser pautado na valorização do produto artesanal e o seu não processamento na fabricação, remetendo ao mais natural possível. Essa queda de braço emerge do contexto social, cujo fenômeno aqui em estudo está inserido, das questões que a sociedade levanta e do poder que ela detém para modificar as instituições já estabelecidas.

Apesar do momento oportuno para a discussão e da valorização do mercado artesanal, uma ressalva é feita para o fato de que, ao representar a valorização dos pequenos proprietários rurais, com as imposições de qualidade, definidas pelas grandes redes de comercialização, é possível gerar a exclusão do agricultor familiar do cenário em virtude dos desafios desse novo mercado. A adaptação desses pequenos produtores às práticas de higiene industriais pode resultar na extinção desse produto artesanal. O que poderia gerar um aumento de custo para o pequeno produtor e uma conversão tecnológica intensa nas pequenas propriedades. Assim entende que o crescimento da demanda e a valorização dos produtos artesanais precisam ser encarados com cautela, pois essas novas demandas e exigências dos consumidores acerca dos produtos de qualidade diferenciada, muitas vezes, acabam representando um obstáculo a mais a ser vencido pelos pequenos produtores.

Além disso, com pouco acesso à informação sobre as alterações no perfil da demanda de alimentos, os pequenos produtores enfrentam dificuldades para compreender a transformação estrutural nos mercados, por isso, na maioria das vezes, eles não conseguem colocar em prática as estratégias apropriadas para tirar proveito das oportunidades que os novos tempos trazem. Em sua maioria, eles continuam produzindo alimentos e matérias-primas de baixo valor, agregando pouca renda. Nesse sentido, pode-se dizer que a condição de pobreza dos pequenos produtores não é inerente ao fato de ser pequeno, mas à falta de uma estrutura socioeconômica que permita sua autonomia.

A agricultura familiar de produtos artesanais, somada às práticas de consumo consciente, pode ocupar um espaço importante no cenário comercial e representar uma ação integrada na preservação ambiental, social e econômica em um único sistema, colaborando, assim, com a sustentabilidade e a valorização dos produtos e dos produtores da agricultura familiar. Ou seja, entender os mercados e como os agricultores se relacionam é uma tarefa importante para esse segmento, ainda mais em uma conjuntura em que a viabilidade, a manutenção e a reprodução social dos agricultores dependem das relações que os agricultores estabelecem com estes, em diferentes locais, contextos e conjunturas socioeconômicas. A importância dos mercados para a agricultura é cada vez mais proeminente, assim como o debate em torno do papel deles na literatura nacional e internacional sobre a agricultura familiar.

Nesse sentido, apesar de todos os processos onerosos para a regulação do mercado de queijo de leite cru, esse é um produto de origem familiar tradicional, que representa o alimento de identificação cultural de determinada localidade, com importância e reconhecimento, e que está inserido no contexto de valorização cultural das famílias produtoras que carregam essa marca. Por essas razões, a utilização da Nova Sociologia Econômica é capaz de englobar em sua análise elementos não considerados pela economia ortodoxa que podem auxiliar na compreensão da estrutura do mercado de produtos artesanais.

Como sugestão para trabalhos futuros, coloca-se em pauta a verificação da regulamentação das Leis estadual e federal para a fabricação de produtos artesanais nas queijarias que se qualificarem para isso e o processo de acompanhamento das instituições que irão fiscalizar essas propriedades. A pergunta que ficará é: como se dará esse relacionamento? São sugestões para as próximas pesquisas: acompanhar o desenrolar desses acontecimentos e seus impactos no comércio de queijo de leite cru.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC, 1992.
- ABRAMOVAY, R. Agricultura familiar e uso do solo. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 73-78, 1997.
- ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, [s.l.], v. 16, p. 35-64. 2004.
- ABRAMOVAY, R. O capital Social dos territórios. *In*: ABRAMOVAY, R. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003. p. 379-397.
- ABRAMOVAY, R.; MAGALHÃES, Reginaldo. **O acesso dos agricultores familiares aos mercados de biodiesel**: parcerias entre grandes empresas e movimentos sociais. Resultado do Project Proposal to Regoverning Markets Component 2: Innovative practice in connecting small-scale producers with dynamic markets – full empirical case study, organizado pelo RIMISP Conferência da Associação Internacional de Economia Alimentar e Agroindustrial AIEA2, em Londrina, de 22 a 27/07/2007.
- AGNE, Chaiane Leal; WAQUIL, Paulo Dabdab. Redes de proximidade: Agricultores, instituições e consumidores na construção social dos mercados para os produtos das agroindústrias rurais familiares na região central do RS. **REDES**, Santa Cruz do Sul, v. 16, n. 1, p. 149-171, jan.-abr. 2011.
- ALLAIRE, G. The multifunctional definition of quality. *In*: AUGUSTIN, Jean *et al.* (ed.). **Geographical indications and international agricultural trade**. London: McMillan, 2012. p. 71-90.
- ALBERT, Pedro Caldentey; MUÑOZ, Ana Cristina Gómez. Productos típicos, território y competitividad. **Agricultura y Sociedad**, [s.l.], n. 80-81, p. 57-82, Julio-Diciembre, 1986.
- ALMEIDA, J. **A construção social de uma nova agricultura**. Porto Alegre: UFRGS, 1999.
- ALMG – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MINAS GERAIS. **Lei n. 14.185 de 31/01/2022**. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=140253#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20o%20processo%20de,Artesanal%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%A2ncias>. Acesso em: 2 set. 2019.
- ANDREWS, Geoff. **Slow food**: una storia tra politica e piacere. Bologna: Il Mulino, 2010.
- ASPERS, Patrik. **How are Markets made?** MPIfG Working Paper 09/2 Max-Planck – Institut für Gesellschaftsforschung, Köln Max Planck Institute for the Study of Societies, Cologne, March, 2009.
- AZEVEDO, P. R.; COLOGNESE, S. A.; SHIKIDA, P. F. A. Agroindústrias familiares no Oeste do Paraná: um panorama preliminar. **Organizações Rurais e Agroindustriais**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 3-10, 2000.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. Tradução de Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
- BAGNASCO, A. **La costruzione sociale del mercato**. Bologne, Il Mulino, 1988.
- BARBOSA, Wescley de Freitas; SOUSA, Eliane Pinheiro de. Agricultura orgânica no Brasil: características e desafios. **Revista Economia & Tecnologia (RET)**, [s.l.], v. 8, n. 4, p. 67-74, out.-dez. 2012.

- BARREIROS, Bruno Costa. **Mercado de Orgânicos ou de distinções? Uma investigação sociológica da formação dos gostos em um mercado especializado**. 2015. 132p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.
- BECKERT, Jens. **The Great Transformation of Embeddedness Karl Polanyi and the New Economic Sociology**. MPIfG Discussion Paper 07/1 Max-Planck – Institut für Gesellschaftsforschung Köln Max Planck Institute for the Study of Societies Cologne January 2007a.
- BECKERT, Jens. **The social order of markets**. MPIfG Discussion Paper 07/15, 2007b.
- BECKERT, Jens. The social order of markets. **Theor Soc.**, [s.l.], v. 38, p. 245-269, 2009. Disponível em: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11186-008-9082-0.pdf>. Acesso em: 1º ago. 2016.
- BECKERT, Jens. How Do Fields Change? The Interrelations of Institutions, Networks, and Cognition in the Dynamics of Markets. **Organization Studies**, [s.l.], v. 31, p. 605, 2010.
- BECKERT, Jens. **Capitalism as a system of contingent expectations: Toward a sociological microfoundation of political economy**. MPIfG Discussion Paper 12/4, Max Planck Institute for the Study of Societies, 2012.
- BECKERT, Jens. **An Extended Social Grid Model for the Study of Marginalization Processes and Social Innovation**. Chapter 2 of: Deliverable D1.1: Report on Institutions, Social Innovation & System Dynamics from the Perspective of the Marginalised. CRESSI Working Papers n. 2/2015.
- BELTRÃO, N. E. M. Agricultura orgânica e seu potencial como estratégia de produção. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE AS CULTURAS DO INHAME E DO TARO, 2., 2002, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa, 2002. p. 71-94.
- BERARD, Lawrence; MARCHENAY, Philippe. La constuccion social de los productos de la tierra. **Agricultura y Sociedad**, [s.l.], n. 80-81, p. 31-56, 1996.
- BERNART, Elena Espeitx. Los “nuevos consumidores” o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los “productos de la tierra”. **Agricultura y Sociedad**, [s.l.], n. 80-81, p. 83-116, Julio-Diciembre, 1996.
- BOLTANSKI, L.; THEVENOT, L. **De la justification**. Paris: Gallimard, 1991.
- BOLTANSKI, L. **De la critique: précis de la sociologie de l’émancipation**. Paris: Gallimard, 2009.
- BOURDIEU, P. **Las estructuras sociales de la economía**. Barcelona: Anagrama, 2003.
- BOURDIEU, P. O campo econômico. **Revista Política e Sociedade**, [s.l.], v. 6, Florianópolis, Cidade Futura, p. 15-57, 2005.
- BOURDIEU, P. **Razões Práticas: sobre a Teoria da Ação**. 9. ed. Campinas: Papius Editora, 2008.
- BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. **Desenvolvimento e Meio ambiente**, [s.l.], n. 6. p. 11-28. jul.-dez. 2002.
- BRASIL. **Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.831.htm. Acesso em: 1º out. 2016.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e do Abastecimento. **Instrução Normativa n. 7, de 17 de maio de 1999**. Brasília: MAPA, 1999.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa n. 62, de 29 de dezembro de 2011**. Aprova o Regulamento Técnico de Produção, Identidade e Qualidade do Leite tipo A, o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Leite Cru Refrigerado, o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Leite Pasteurizado e o Regulamento Técnico da Coleta de Leite Cru Refrigerado e seu Transporte a Granel, em conformidade com os Anexos desta Instrução Normativa. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*, Brasília, 30 dez. 2011. Seção 1, p. 6.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Instrução Normativa n. 30, de 7 de agosto de 2013. Estabelece critérios adicionais para elaboração de Queijos Artesanais. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 8 nov. 2013. Seção 1, p. 19.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). **PLANAPO**. [2016a]. Disponível em: http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/ceazinepdf/PLANAPO_2016_2019.pdf. Acesso em: 1º set. 2016.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). **Sobre o programa Pronaf**. [2016b]. Disponível em: <http://portal.mda.gov.br/portal/saf/programas/pronaf>. Acesso em: 4 out. 2016.

BRYDEN, John. Novas perspectivas para a Europa rural: tendências globais e respostas locais. **LEADER Magazine**, [s.l.], n. 18, outono, 1998. Disponível em: <http://www.ruraleurope.aeidl.be/rural-pt/biblio/produ/contents.hmtm>. Acesso em: 7 maio 2017.

BUAINAIN, A. M.; ROMEIRO, A. R.; GUANZIROLI, C. Agricultura familiar e o novo mundo rural. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 5, n. 10, p. 312-347, 2003.

BUAINAIN, A. M. **Agricultura familiar agroecologia e desenvolvimento sustentável: questões para o debate**. Colaboração de Hildo Meirelles de Souza Filho. Brasília, DF: IICA, 2006. 136p. 15 x 23 cm. (Desenvolvimento Rural Sustentável, v. 5).

CALDAS, Nádia Velleda. **Estudo comparativo entre sistemas de certificação de produtos orgânicos nos contextos da agricultura familiar brasileira e espanhola**. 2011, 208p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar. Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2011.

CALLON, M. Introduction: The Embeddedness of Economic Markets in Economics. **The Sociological Review**, [s.l.], 1998.

CAMPANHOLA, Clayton. A agricultura sustentável, a agroecologia e a pequena produção. *In: 3A CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE AGRICULTURA BIODINÂMICA*, Organização de, Andreas A de W. Miklós), Piracicaba, SP, 14 a 17 de outubro de 1998. **Anais [...]**. São Paulo: SMA/CED, 1999. 294p.

CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. Agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Caderno de Ciência e Tecnologia**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 69-101, 2001.

CARDOSO, F. L. A. **A “Via Crucis” para a legalização da agroindústria alimentar: impacto social da legislação sanitária na agricultura familiar**. 2012. 236p. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Universidade de Brasília, Brasília, 2012.

CARNEIRO, M. J. Agricultores familiares e pluriatividade: tipologias e políticas. *In: CARNEIRO, M. J. Política de Desenvolvimento e o “Novo Mundo Rural”*. Unicamp, São Paulo, março de 1999.

CARNEIRO, M. J. Em que consiste o familiar da agricultura familiar? *In*: COSTA, Luiz Flávio de Carvalho; FLEXOR, Georges; SANTOS, Raimundo (org.). **Mundo rural brasileiro: ensaios interdisciplinares**. Rio de Janeiro, RJ: EDUR, 2008. p. 255-269.

CARVALHEIRO, Elizangela Mara. **A construção social de mercados para os produtos da agroindústria familiar**. 2010. 214p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Porto Alegre, 2010.

CARVALHO, Michelle de Medeiros; LINDNER, Juliano de Dea; FARINA, Luciana Oliveira. A produção de queijo colonial artesanal no município de Seara, estado de Santa Catarina, frente à legislação brasileira. **Rev. Inst. Laticínios Cândido Tostes**, Juiz de Fora, v. 70, n. 5, p. 253-261, set.-out. 2015.

CARNEIRO, MARIA JOSÉ. Herança e gênero entre agricultores familiares. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 22-55, 2001.

CASTRO NETO, Nelson de *et al.* Produção orgânica: uma potencialidade estratégica para a agricultura familiar. **Revista Percorso NEMO**, Maringá, v. 2, n. 2, p. 73-95, 2010.

CHALITA, Marie Anne N. et al. Algumas considerações sobre a fragilidade das concepções de qualidade no mercado de queijos no Brasil. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 39, n. 6, p. 77-88, jun. 2009.

CINTRÃO, Rosângela Pezza. **Segurança, qualidade e riscos: a regulação sanitária e os processos de (i)legalização dos queijos artesanais de leite cru em Minas Gerais**. 2016. 396p. Tese (Doutorado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Departamento de Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2016.

CNA – CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL. **Entenda a regulamentação da lei que criou o Selo ARTE para alimentos artesanais de origem animal**. [s.l.]: CNA, 2020a. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/artigos-tecnicos/entenda-a-regulamentacao-da-lei-que-criou-o-selo-arte-para-alimentos-artesanais-de-origem-animal#:~:text=A%20Lei%20n%C2%BA%2013.680%20de,fiscaliza%C3%A7%C3%A3o%20de%20%C3%B3rg%C3%A3os%20de%20sa%C3%BAde>. Acesso em: 25 ago. 2020

CNA – CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL. **CNA ouve especialistas sobre o Selo Arte para produtos artesanais e tradicionais**. [s.l.]: CNA, 2020b. Disponível em: <https://www.cnabrazil.org.br/noticias/cna-ouve-especialistas-sobre-selo-arte-para-produtos-artesanais-e-tradicionais>. Acesso em: 25 ago. 2020.

COLEMAN, James S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, [s.l.], v. 94, p. 95-120, 1988.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. tradução de O. Rocha. Porto Alegre: Artmed, 2010. (Obra original publicada em 2003)

CRUZ, Otto Colpari. Uma aproximação da sociologia econômica brasileira para uma nova sociologia rural. *In*: CONGRESO ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA RURAL. 2014. **Anais [...]**. 2014. Disponível em: <http://fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/4568.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2016.

CRUZ, F. T.; MENASCHE, R. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. **Revista IDeAS**, [s.l.], v. 5, n. 1, p. 91-114, 2011.

CRUZ, F. T.; MENASCHE, R. O debate em torno de queijos feitos de leite cru: entre aspectos normativos e a valorização da produção tradicional. **Revista Visa em debate: Sociedade, Ciência e Tecnologia. Vig Sanit Debate**, [s.l.], v. 2, n. 4, p. 34-42, 2014.

DA SILVA, Marco Antônio. Normatização e certificação da produção orgânica: presente e futuro. *In: III CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE AGRICULTURA BIODINÂMICA*, Piracicaba, SP, 14 a 17 de outubro de 1998. **Anais [...]**. Miklós, Andreas A de W. (organizador). São Paulo: SMA/CED, 1999. 294p.

DAMASCENO, M. P. *et al.* **Importância da rotulagem ambiental como instrumento de auxílio ao processo de desenvolvimento sustentável na cidade de Fortaleza no estado do Ceará**. [2016]. Disponível em: <http://www.ipece.ce.gov.br>. Acesso em: 2 out. 2016.

DATA SEBRAE. **Imagem dos Pequenos Negócios Rurais**. 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/imagem-dos-pequenos-negocios-rurais/>. Acesso em: 2 jul. 2019.

DEON, P. R. C. **A contribuição dos atores na trajetória de formalização das agroindústrias familiares rurais em Jaguari-RS e Chapecó-SC**. 2015. 311p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015.

DEQUECH, David. Instituições e a relação entre econômica e sociologia. **Estud. Econ.**, São Paulo, v. 41, n. 3, July-Sept. 2011.

DEWAELE, E. Production alimentaire en circuits courts. Nouvelles opportunités pour l'économie sociale? **Chargé de Projets, SAW-B**, Bruxelas, 2007. Disponível em: <http://www.saw-b.b>. Acesso em: 18 jun. 2015.

DINIZ, M. F. S. **Queijo Canastra: um estudo envolvendo aspectos culturais e parâmetros de inocuidade do alimento**. 2013. 159f. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, Piracicaba, 2013.

DOBBIN, Frank. **Introduction: the Sociology of the Economy**. Agosto, 2004. p. 1-22. Disponível em: http://scholar.harvard.edu/files/dobbin/files/2004_soc_economych1.pdf. Acesso em: 10 out. 2016.

DOGMA/EPAGRI. **Publicações da Epagri/Cepa**. 1998. Disponível em: <https://cepa.epagri.sc.gov.br/index.php/publicacoes/publicacoes-do-epagri-cepa/>. Acesso em: 19 set. 2019.

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da região Oeste de Santa Catarina: em construção**. 2008. 437f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação Engenharia de Produção da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DORIGON, C. O Mercado Informal dos Produtos Coloniais da Região Oeste de Santa Catarina. *In: V ENEC – ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO I ENCONTRO LUSO-BRASILEIRO DE ESTUDOS DO CONSUMO TENDÊNCIAS E IDEOLOGIAS DO CONSUMO NO MUNDO CONTEMPORÂNEO*, dias 15, 16 e 17 de setembro de 2010, Rio de Janeiro, RJ. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, RJ, 2010.

DORIGON, C.; RENK, A. Técnicas e métodos tradicionais de processamento de produtos coloniais: de “miudezas de colonos pobres” aos mercados de qualidade diferenciada. **Rev. de Economia Agrícola**, [s.l.], v. 58, n. 1, p. 101-113, 2011.

EBERS, M.; JARILLO, J. C. The construction, forms, and consequences of industry networks. **International Studies of Management and Organization**, Winter, v. 27, p. 3-21, 1998.

- EISENHARDT, K. M. Building Theories from Case Study research. **Academy of Management Review**, [s.l.], v. 14, n.4, p. 532-550, 1989.
- EHLERS, Eduardo. **O que se entende por agricultura sustentável?** Projeto de Dissertação de Mestrado. São Paulo: Programa de Pós-Graduação em Ciência Ambiental/USP, 1993.
- EHLERS, Eduardo. **Agricultura Sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma.** São Paulo: Livros da Terra, 1996.
- EHLERS, Eduardo. Agricultura Alternativa: uma perspectiva histórica. **Revista Brasileira de Agropecuária**, [s.l.], ano 1, n. 1, p. 24-37, 2000.
- ESTADÃO. **Publicada a lei do alimento artesanal.** [2018]. Disponível em: <https://pme.estadao.com.br/blogs/blog-do-empendedor/publicada-a-lei-do-alimento-artesanal/>. Acesso em: 18 jul. 2017.
- ESTEVAM, Dimas de Oliveira; SALVARO, Ilka Jacinto; BUSARELLO, Carla Spillere. Espaços de produção e comercialização da agricultura familiar: as cooperativas descentralizadas do Sul Catarinense. **Interações**, Campo Grande, v. 16, n. 2, jul.-dez. 2015.
- ESTIVAL, Katianny Gomes Santana. **Construção social do mercado de qualidade do cacau no Brasil.** 2013. 320p. Tese. (Doutorado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Centro de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2013.
- FERNANDES, Denise Medianeira Mariotti; KARNOPP, Erica. A agricultura familiar e a cadeia produtiva de alimentos orgânicos: conquistas. **RDE – Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano XVI, n. 29, dezembro, 2014.
- FERREIRA, L. B.; TORRECILHA, N.; MACHADO, S. H. S. A técnica de observação em estudos de administração. *In*: XXXVI ENCONTRO DA ANPAD. Rio de Janeiro, RJ, de 22 a 26 de setembro de 2012. **Anais** [...]. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_EPQ482.pdf. Acesso em: 2 out. 2020.
- FLIGSTEIN, Neil. **The architecture of markets: na economic sociology of 21st century capitalist societies.** Princeton: Princeton University Press, 2001.
- FLIGSTEIN, Neil. O Mercado enquanto política: uma abordagem político-cultural às instituições do mercado. *In*: MARQUES, R.; PEIXOTO, J. (org.). **A nova sociologia econômica: uma antologia.** Oeires, Portugal: Celta Editora, 2003. p. 195-227.
- FLIGSTEIN, Neil. The sociology of markets. **Annual Review of Sociology**, [s.l.], n. 33, p. 105-128, 2007a.
- FLIGSTEIN, Neil. Habilidade social e a teoria dos campos. **Fórum**, [s.l.], v. 47, n. 2, p. 61-80, abr.-jun., 2007b.
- FLIGSTEIN, Neil. **Toward a General Theory of Strategic Action Fields.** University of California, Berkeley. **DOUG MCADAM Stanford University Sociological Theory**, Washington, DC, v. 29, p. 1, March, 2011. (American Sociological Association. 1430 K Street NW)
- FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. A sociologia dos mercados. **Cad. CRH**, Salvador, v. 25, n. 66, p. 481-504, Dec. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792012000300007&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 16 ago. 2017.

FLIGSTEIN, N.; MCADAM, D. **A theory of fields**. New York: Oxford University Press. 2012.

FONSECA, Maria Fernanda de Albuquerque Costa. **A institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil**: uma interpretação. Seropédica: UFRuralRJ; ICHS; CPDA, 2005. 476p.

FONTELLA, Odil Matheus. **Sociologia Econômica**: épocas e eventos. Curso, texto de apoio. Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas (IFCH), Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, maio de 2009.

FOURCADE, M.; HEALY, K. Moral views of market society. **Annual Review of Sociology**, Palo Alto, v. 33, p. 285-311, 2007.

FOURCADE, Marion. Theories of Markets and Theories of Society. **American Behavioral Scientist**, University of California, Berkeley, v. 50, issue 8, p. 1.015-1.034, Issue published: April 1, 2007.

FRANCO, H. M.; GUZZATTI, T. C. **A farta mesa**: típica e tradicional do povo das Encostas da Serra Geral. Florianópolis: Acolhida na Colônia/Embratur, 2001.

FOOD SAFETY BRAZIL. **Segurança dos alimentos artesanais e a nova Lei n 13.680/2018**. Disponível em: <https://foodsafetybrazil.org/seguranca-de-alimentos-e-nova-lei-no-13-680/> Acesso em: jun.de 2019.

GARCIA-PARPET, Marie France. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, [s.l.], 20, p. 5-44, abril, 2003.

GAZOLLA, Marcio; SCHNEIDER, Sergio. Qual “fortalecimento” da Agricultura Familiar? Uma análise do Ponaf crédito de custeio e investimento no Rio Grande do Sul. **RESR**, Piracicaba, SP, v. 51, n. 1, p. 45-68, jan.-mar. 2013. (Impressa em abril de 2013)

GENTILE, Chiara. Os Mercados da Terra Slow Food. Entre modelos antigos e novas demandas: experiências locais de troca e consumo alimentar. *In*: XXIX CONGRESSO ALAS CHILE – CRISIS Y 195 EMERGENCIAS SOCIALES EN AMÉRICA LATINA. Santiago: Acta Científica Congreso de La Asociación Latinoamericana de Sociología, 2013. **Anais** [...]. Santiago, 2013.

GENTILE, Chiara. **Slow Food na Itália e no Brasil**: história, projetos e processos de valorização dos recursos locais. Brasília, DF: [s.n.], 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n 2, p. 57-63, mar.-abr. 1995.

GONÇALVES JÚNIOR, Oswaldo. **Da tradição ao mercado**: construção social e caprinovinocultura no Semiárido. 2010. 336f. Tese (Doutorado em Administração Pública e Governo) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2010.

GOULART, F. A. A. Representações Sociais, Ação Política e Cidadania. **Cad. Saúde Públ.**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4, p. 477-486, out.-dez. 1993.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481- 510, Nov. 1985.

GRANOVETTER, M. Economic institutions as social construction: a framework for analysis. **Acta Sociologica**, [s.l.], n. 35, p. 3-11, 1992.

- GRAZIANO DA SILVA, José. Velhos e novos mitos do rural brasileiro. **Estudos Avançados**, [s.l.], v. 15, n. 43, p. 37-50, 2001.
- GRAZIANO DA SILVA, José; DEL GROSSI, Mauro; CAMPANHOLA, Clayton. O que há de realmente novo no rural brasileiro. *Caderno de Ciência e Tecnologia*, v. 19, n. 1, p. 37-67, 2002.
- GRISA, Catia. **As redes e as instituições do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA): uma análise a partir do enraizamento estrutural e político**. Sociedade Brasileira de Economia. Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre, 26 a 30 de julho de 2009.
- GRISA, Catia; SCHNEIDER, Sergio. Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade Estado no Brasil. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 52, supl. 1, 2014.
- GUIMARÃES, G. M. **A legislação industrial e sanitária dos produtos de origem animal: o caso das agroindústrias de pequeno porte**. 2001. 146f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2001.
- GUIVANT, J.; SPAARGAREN, G.; RIAL, C. (org.). **Novas práticas alimentares no mercado global**. Florianópolis: UFSC, 2010.
- HARVEY, M.; MCMEEKIN, A.; WARDE, A. **Qualities of food**. New York: Palgrave, 2004.
- HESPAÑHOL, R. A. de M. **Produção familiar: perspectivas de análises e inserção na microrregião geográfica de Presidente Prudente**, SP. 2000. 354f. Tese (Doutorado em Geografia) – IGCE, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.
- HITT, M. *et al.* Building Theoretical and Empirical Bridges Across Levels: Multilevel Research in Management. **Academy of Management Journal**, [s.l.], v. 50, n. 6, p. 1.385-1.399, 2007.
- ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Producer constructions of quality in regional speciality food production. **Journal of Rural Studies**, Amsterdam, v. 16, p. 217-230, 2000.
- JARDIM, Maria A Chaves; CAMPOS, Ricardo Sapia. A construção social dos mercados e a crítica da Ciência Econômica. Dossiê de Sociologia econômica: Construção social dos mercados. **REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 2, jan.-jul. 2012.
- INFOESCOLA. **Mapa geográfico de Santa Catarina**. [2018]. Disponível em: <https://www.infoescola.com/mapas/mapa-geografico-santa-catarina/>. Acesso em: 2 set. 2018.
- KRIPPNER, Greta. The Elusive Market. Embeddedness and the Paradigm of Economic Sociology. **Theory and Society**, [s.l.], v. 30, p. 775-810, 2001.
- KRIPPNER, Greta *et al.* Polanyi Symposium: a Conversation on Embeddedness. **Socio-Economic Review**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 109-135, 2004.
- LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina A. **Metodologia científica**. 4. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.
- LAMARCHE, H. **A agricultura familiar**. Campinas: Unicamp, 1993.
- LÉVESQUE, B. Contribuição da nova sociologia econômica para repensar a economia no sentido do desenvolvimento sustentável. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 2, p.49-60, abr.-jun. 2007.
- LÉVESQUE, B.; BOURQUE, G.; FORGUES, É. **La nouvelle sociologie économique**. Paris: Desclée de Brouwer, 2001.

- LIMA, Daniela. **O movimento Slow Food e seus impactos para a produção do queijo artesanal na região do Alto Paranaíba – Minas Gerais**. 2016 176f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras, Campus Araraquara, 2016.
- LLEWELLYN, S.; NORTHCOTT, D. The singular view in management case studies qualitative research in organizations and management. **International Journal**, [s.l.], v. 2, n. 3, p. 194-207, 2007.
- LOPES JÚNIOR, Edmilson. As potencialidades analíticas da Nova Sociologia **Econômica**. **Soc. Estado**, Brasília, DF, v. 17, n. 1, p. 39-62, June, 2002.
- LUCENA, Rodrigo Milano de *et al.* **Agricultura familiar e produção orgânica**: elementos morfológicos e constitutivos de uma rede horizontal formada em Campo Grande – MS. *In*: 48º CONGRESSO SOBER SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL. De 25 a 28 de julho de 2010. Campo Grande, MS. **Anais [...]**. Campo Grande, 2010.
- LUCENA, A.; LEITE, S. N. Comunicação Rural no Brasil: o papel das relações públicas no agronegócio. *In*: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE – Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, realizado de 15 a 17 de maio de 2014, João Pessoa, PB. **Anais [...]**. João Pessoa, PB, 2014.
- MACHADO, Nuno Miguel Cardoso. Karl Polanyi e a Nova Sociologia Económica: Notas sobre o conceito de (dis)embeddedness. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, [s.l.], v. 90, p. 71-94, 2010.
- MAFRA, L. A. S. **Indicação geográfica e construção do mercado**: a valorização da origem no Cerrado Mineiro. 2008 137f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.
- MALUF, Renato. A multifuncionalidade da agricultura na realidade rural brasileira. *In*: CARNEIRO, Maria J.; MALUF, Renato (org.) **Para além da produção**: multifuncionalidade e agricultura familiar. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. p. 135-152.
- MALUF, Renato S. Ações públicas locais de apoio à produção de alimentos e à segurança alimentar. **Polis Papers**, [s.l.], n. 4, 1999a. Disponível em: <http://www.pa.esalq.esp.br/~pa1098/jank11098.pdf>. Acesso em: 8 jul. 2017.
- MALUF, Renato S. Ações públicas locais de abastecimento alimentar. **Polis Papers**, [s.l.], n. 5, 1999b. Disponível em: <http://www.pa.esalq.esp.br/~pa1098/jank11098.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2016.
- MALUF, R. S. Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, [s.l.], v.25, n 1, p. 299-322, 2004.
- MALUF, Renato S. Políticas agrícolas e de desenvolvimento rural e segurança alimentar. *In*: LEITE, Sergio (org). **Políticas públicas e agricultura no Brasil**. Porto Alegre, Editora da Universidade, UFRGS, 2001. p. 145-168.
- MARCONATTO, Diego Antônio Bittencourt; PEDROZZO, Eugenio Avila. Capital Social: uma Visão Integrada. *In*: XXXV ENCONTRO DA ANPAD. Rio de Janeiro, RJ, 4 a 7 de setembro de 2011. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2011.
- MARCONATTO, Diego Antônio Bittencourt. **A influência das três forças sociais sobre as atividades de avaliação, monitoramento e enforcement executadas por instituições de microfinanças socialmente orientadas de empréstimos individuais em um país**

desenvolvido e em um país em desenvolvimento. 2013. 471p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

MARCONDES, T. *et al.* **Os empreendimentos de agregação valor e as redes de cooperação da agricultura familiar de Santa Catarina.** Florianópolis: Epagri, 2012.

MARSDEN, T. Theorising food quality: some issues in understanding its competitive production and regulation. *In:* HARVEY, M.; MCMEEKIN, M.; WARDE, A. (ed.). **Qualities of food.** Manchester: Manchester University, 2004. p. 129-153.

MARQUES, Rafael. Os trilhos da Nova Sociologia Econômica. *In:* MARQUES, Rafael; PEIXOTO, João Peixoto (org.). **A Nova Sociologia Econômica: uma antologia.** Oeiras: Celta Editora, 2003. p. 1-67.

MARTES, Ana Cristina Braga *et al.* Fórum Sociologia Econômica. **ERA**, [s.l.], v. 47, abr.-jun. 2007.

MAZON, Marcia da Silva. **Abastecimento alimentar no Brasil e as reformas liberalizantes [tese]: estado e mercado em questão.** 2010. 248 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Florianópolis, SC, 2010.

MENASCHE, Renata. **Os grãos da discórdia e o risco à mesa: um estudo antropológico das representações sociais sobre cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul.** 2003. 287f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul Porto Alegre, 2003.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Queijo coalho: tradição cultural e estratégia de reprodução social na região nordeste. **Revista de Geografia (UFPE)**, [s.l.], v. 28, n. 1, 2011.

MENDES, E. de P. P. **A produção rural familiar em Goiás: as comunidades rurais no município de Catalão (GO).** 2005. 194f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2005.

MIOR, L. C.; WILKINSON, J. Setor Informal, produção familiar e pequena Agroindústria: Interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 13, 1999.

MUNICÍPIO DE SEARA. **História do Município.** [2019]. Disponível em: <https://www.seara.sc.gov.br/>. Acesso em: 2 jan. 2019.

NAIGEBORIN, M. B. **O movimento devagar e seu significado plural na contemporaneidade mutante.** 2011. 123f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

NAVARRO, Z. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, v. 15, n 43, p. 83-100, set.-dez., 2001.

NEE, V.; INGRAM, P. Embeddedness and beyond: institutions, Exchange and social structure. *In:* BRINTON, M. C.; NEE, V. **The news institutionalism in sociology.** New York: Russel Sage Foundation, 1998. p. 19-45.

NIEDERLE, Paulo A. **Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França.** 2011. 305f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

- NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, L. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kayrós, UFPR, 2013.
- NIEDERLE, Paulo A.; WESZ JÚNIOR, V. J. A agroindústria familiar na região das Missões: construção de autonomia e diversificação dos meios de vida. *In: 47º CONGRESSO DA SOBER*, 47., 2009, Porto Alegre: SOBER, 2009. **Anais [...]**. Porto Alegre, 2009.
- NIEDERLE, Paulo André; GRISA, Catia. Ideias e valores: a análise da ação pública a partir das interfaces entre a abordagem cognitiva e a economia das convenções. **Política e Sociedade**, Florianópolis, v. 12, n. 23, jan.-abr. 2013.
- NIEDERLE, Paulo André; SCHUBERT, Maycon Noremborg; SCHNEIDER, Sérgio. Agricultura familiar, desenvolvimento rural e um modelo de mercados múltiplos. *In: DOULA, Sheila et al. (Org.). A agricultura familiar em face das transformações na dinâmica recente dos mercados*. 1. ed. Viçosa: Suprema, 2014. v. 1, p. 43-68.
- NIERDELE *et al.* A pesquisa sobre agricultura familiar no Brasil – aprendizagens, esquecimentos e novidades. **Ver. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, DF, v. 52, supl. 1, 2014.
- NORTH, D. C. Economic performance through time. **American Economic Review**, [s.l.], v. 84, n. 3, p. 359-368, jun. 1998.
- OLIVEIRA, Daniela; MELLO, Márcio Antônio. Novas formas de inserção da agricultura familiar ao mercado como estratégia de desenvolvimento rural. *In: XLIV CONGRESSO DA SOBER: Questões Agrárias, Educação no Campo e Desenvolvimento*. Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Fortaleza, 23 a 27 de julho de 2006. **Anais [...]**. Fortaleza, 2006.
- OLIVEIRA, J. A. V. *et al.* **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina**. Florianópolis: CEPAGRO, 1999. 75p.
- OLIVEIRA, S. L. **Tratado de metodologia científica: projeto de pesquisas, TGI, TCC, monográficas, dissertações e teses**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1997.
- OLIVEIRA, Daniel Coelho de. **Comida, carisma e prazer: um estudo sobre a constituição do Slow Food no Brasil**. Tese (Doutorado) – Curso de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- OLIVEIRA, H. Agricultura familiar: moda, tendência e modernidade no meio rural. [2015]. Disponível em: <http://slowfoodbrasil.com/textos/noticias-slow-food/969-agriculturafamiliar-moda-tendencia-e-modernidade-no-meio-rural>. Acesso em: 22 out. 2015.
- OSTROM, Elinor. **Private and common property rights, workshop: Political Theory and Policy Analysis, Population and Environmental Change**. Indiana: Indiana University, 2000.
- PADUA, Juliana Benites; SCHLINDWEIN, Madalena Maria; GOMES, Eder Pereira. Agricultura familiar e produção orgânica: uma análise comparativa considerando os dados dos censos de 1996 e 2006. **Interações**, Campo Grande, v. 14, n. 2, p. 225-235, jul.-dez. 2013.
- PANZUTTI, Nilce da Penha Migueles. Mercado como construção social da realidade. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 41, n. 7, jul. 2011.
- PELEGRINI, G. *et al.* **Novidades produtivas na agricultura familiar: o caso da agroindústria familiar no município de Frederico Westphalen – RS**. [2009]. Disponível em: http://www6.ufrgs.br/pgdr/ipode/estudos_de_caso/agroindustria/novidades.pdf > Acesso em: 04 de novembro de 2016.

PELEGRINI, Gelson; GAZOLLA, Marcio. A agroindustrialização como estratégia de reprodução social da agricultura familiar. **Estudos Sociedade e Agricultura**, [s.l.], ano 17, v. 2, outubro 2009 a março de 2010.

PEGN – PEQUENAS EMPRESAS, GRANDES NEGÓCIOS. **Selo único para comercializar alimentos artesanais agora é lei**. [2018]. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2018/06/selo-unico-para-comercializar-alimentos-artesanais-agora-e-lei.html>. Acesso em: 18 maio 2019.

PETRINI, Carlo *et al.* **A centralidade do alimento**: documento do VI Congresso Internacional do Slow Food 2012-2016. 2012.

PETRINI, Carlo. **Buono, pulito e giusto**: principi di nuova gastronomia. Torino: Einaudi, 2005.

PETRINI, Carlo; PADOVANI, G. **Slow Food Revolution**. Milano: Rizzoli, 2005.

PINSONNEAULT, A.; KRAEMER, K.L. Survey e search methodology in management information systems: na assessment. **Journal of Management Information System**, [s.l.], v. 10, n. 2, p. 75-105, 1993.

PICOLOTTO, Everton Lazzaretti; BRANDENBURG, Alfio. Sindicalismo da Agricultura familiar, modelo de desenvolvimento e o tema ambiental. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. M. (org.). **Agroecologia**: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013. p. 153-172.

PLOEG, J. D. van der. **Camponeses e impérios alimentares**: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

POLANYI, Karl. **A grande transformação**: as origens da nossa época. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

POWELL, W. W.; DIMAGGIO, P. J. **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

PORTILHO, Fátima. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Política & Sociedade**, [s.l.], v. 8, p. 199-224, 2009.

PREZOTTO, L. Legislação Sanitária: limitações e possibilidades para a pequena agroindústria. **VII Curso de Implementação de Programas de Verticalização da Pequena Produção Familiar**, Brasília, DF, Aprove, p. 10-24, agosto de 2002a.

PREZOTTO, L. L. Qualidade ampla: referência para a pequena agroindústria rural inserida numa proposta de desenvolvimento regional descentralizado. *In*: LIMA, D. M. A.; WILKINSON, J. (org.). **Inovações nas tradições da agricultura familiar**. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002b. p. 285-300.

PUTNAM, Robert D. **Democracy in Flux**: Social Capital in Contemporary societies. New York: Oxford University Press, 2002.

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [s.l.], v. 57, p. 127-142, 2005.

RIBEIRO, A. E. M.; GALIZONI, F. M. A arte da catira: negócios e reprodução familiar de sitiantes mineiros. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 22, n. 64, p. 65-74, 2007.

RIBEIRO, M.; MARTINS, C. A tradição já não é o que era dantes: a valorização dos produtos tradicionais face à mudança social. **Economia e Sociologia**, [s.l.], n. 60, p. 29-43, 1995.

RIBEIRO, Manuela; MARTINS, Conceição. La certificación como estratégia de valorización de productos agroalimentarios tradicionales: la alheira, un embutido tradicional de Tras-os-Montes. **Agricultura y Sociedad**, [s.l.], n. 80-81, p. 313-334, Julio-Diciembre, 1996.

RIEDNER, Lílian Navrotzki. A comercialização dos produtos artesanais agrícolas. *In*: NAZZARI, Rosana Kátia; BERTOLINI; Geysler Flor; BRANDALISE, Loreni Terezinha. (org.). **Gestão das unidades artesanais na agricultura familiar: uma experiência no Oeste do Paraná**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2007. p. 23-34.

RIES, J. E. *et al.* Projeto de qualificação e certificação do Queijo Serrano produzido nos Campos de Cima da Serra do Rio Grande do Sul. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, [s.l.], v. 5, n. 1, p. 10-19, 2012.

RÓTULO ONLINE. **Segurança de alimentos artesanais e a nova lei n. 13.680/2018**. Em 28 de agosto de 2018. Disponível em: <https://www.rotulosonline.com.br/seguranca-de-alimentos-artesanais-e-Imagem-dos-Pequenos-Negocios-Rurais-a-nova-lei-no-13-680-2018/>. Acesso em 2 fev. 2019.

SABOURIN, Eric. A construção social dos mecanismos de qualificação e certificação entre reciprocidade e troca mercantil. Dossiê de Sociologia econômica: Construção social dos mercados. **REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 2, jan.-jul. 2012.

SABOURIN, Eric. **Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. 327p.

SANTOS, J. S.; CRUZ, F. T. D.; MENASCHE, R. O mineiro, o queijo e os conflitos (nada poéticos) em torno dos alimentos tradicionais produzidos artesanalmente no Brasil. **Revista de Economia Agrícola**, [s.l.], v. 59, n. 2, p. 7-19, 2012.

SAQUET, Marcos. O tempo, o espaço e o território. *In*: SOUZA, E.; SOUZA, A. (org.). **Paisagem, território, região: em busca da identidade**, Cascavel/PR: Edunioste, 2000. p. 103-114.

SARTORE, Marina de Souza. O mercado socialmente responsável. Dossiê de Sociologia econômica: Construção social dos mercados. **REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 4, n. 2, jan.-jul. 2012.

SAUER, S.; BALESTRO, M. V. (org.). **Agroecologia e os desafios da transição agroecológica**. São Paulo: Expressão Popular, 2009. 328p. Edição bilingue. Biblioteca(s): Embrapa Hortaliças.

SCARABELOT, Maristela; SCHNEIDER, Sérgio. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local – um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. **Revista Faz Ciência**, Paraná, v. 14, n. 19, p. 101-130, jan.-jun. 2012.

SCHIMITT, C. J.; GRISA, C. Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir dos instrumentos de ação governamental. *In*: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZANNI, F. M. (org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013.

SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. Agricultura Familiar e Teoria Social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. *In*: FALEIRO, F.G.; FARIAS NETO, A. L.

(ed.). **SAVANAS: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais**. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2008. p. 989-1.014.

SCHNEIDER, Sérgio. **Agricultura Familiar e Industrialização: pluriatividade e descentralização industrial no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 1999.

SCHNEIDER, Sérgio. Teoria social, agricultura familiar e pluriatividade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 99-122, fev. 2003.

SCHNEIDER, Sérgio; FERRARI, Dilvan Luiz. Cadeias curtas, cooperação e produtor de qualidade na agricultura familiar – O processo de realocação da produção agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015.

SERTA OBRAS. **Irlanda uma ilha fresca em queijo**. [2016]. Disponível em: <http://www.sertaobras.org.br/blog/2012/05/23/irlanda-uma-ilha-fresca-em-queijos/>. Acesso em: 10 maio 2017.

SERVA, Maurício; ANDION, Carolina. Teoria das Organizações e a Nova Sociologia Econômica: um diálogo interdisciplinar. **ERA**, [s.l.], v. 46, n. 2, abr.-jun. 2006.

SCHMITT, Claudia Job. **Tecendo as redes de uma nova agricultura: um estudo socioambiental da Região Serrana do Rio Grande do Sul**. 2001. 395f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

SCHULTZ, G. Agroecologia, agricultura orgânica e institucionalização das relações com o mercado nas organizações de produtores do sul do Brasil. **Agrária**, São Paulo, v. 7, p. 61-93, 2012.

SEYFERTH, Giralda. Imigração, colonização e identidade étnica (notas sobre a emergência da etnicidade em grupos de origem europeia no Sul do Brasil). **Revista de Antropologia**, [s.l.], v. 29, 1986.

SIGGELKOW, N. (2007). Persuasion with case studies. *Academy of Management Journal*, 50(1), 20-24. doi: 10.5465/AMJ.2007.24160882

SILVA, Bianca Moreira Mariquito. **A inserção dos agricultores familiares nos circuitos de comercialização de alimentos: uma análise sobre o caso de Pará de Minas**. 2015. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Rio de Janeiro, 2015.

SILVA, José Graziano da. **Tecnologia e Agricultura Familiar**. Porto Alegre. Editora da UFRGS, 1999.

SILVEIRA, P. R. C. da. *et al.* A Agroindústria Familiar de Pequeno Porte como Estratégia de Desenvolvimento Rural em Regiões Periféricas: o Caso do Projeto Esperança/Coesperança, Santa Maria, RS. *In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AGROINDÚSTRIA*, Lageado, UNIVATES, 2000. **Anais [...]**. Lageado, 2000. CD-ROM.

SILVEIRA, P. R. C. da; ZIMERMANN, S. A Qualidade em Circuitos Regionais de Produção de Alimentos numa Perspectiva de Segurança Alimentar. *In: FROELICH, M.; DIESEL, V. Espaço Rural e Desenvolvimento Regional*. Ijuí: UNIJUÍ, 2004. (Relatórios de Pesquisa)

SIMONETTI, Luca. **Mangi, chi può: meglio, meno e piano – L'ideologia di Slow Food**. Toscana: Mauro Pagliai Editore, 2010.

SIMONETTI, Luca. The ideólogo of Slow Food. **Jornal of European Studies**, [s.l.], v. 42, n. 2, p. 168-189, 2012.

SLOW FOOD. **About us**. [2016a]. Disponível em: <http://www.slowfood.com/about-us/>. Acesso em: 10 ago. 2016.

SLOW FOOD. **Bem-vindos ao nosso mundo: o manual**. Brasil: Slow Food, 2008. Disponível em: https://slowfoodbrasil.org/wp-content/uploads/2013/12/documentos_manual-do-slowfood-2013.pdf. Acesso em: 10 ago. 2016.

SLOW FOOD. **Manifesto em Defesa dos queijos de leite cru** [2007]. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org/2007/07/manifesto-em-defesa-dos-queijos-de-leite-cru/>. Acesso em: 10 ago. 2016.

SLOW FOOD. **Queijo Serrano**. [2016b]. Disponível em: <https://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto/produtos-do-brasil/1027-queijo-serrano>. Acesso em: 25 ago. 2020.

SMELSER, N. J. **A sociologia da vida econômica**. São Paulo: Editora: Livraria Pioneira, 1994. 219p.

SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. The Sociological Perspective on the Economy. *In*: SMELSER, N. J.; SWEDBERG, R. (org.). **The Handbook of Economic Sociology**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994.

SOARES, A. C. A multifuncionalidade da agricultura familiar. **Proposta**, Rio de Janeiro, n. 87, p. 40-49, dez. 2000-fev. 2001.

SOEIRO, A. **Produtos tradicionais portugueses: história, valores e sabores**. Lisboa: Guia dos Produtos de Qualidade, 2000.

SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relations between alternative and conventional food networks in Europe. **Journal of Economic Geography**, Oxford, v. 6, p. 181-199, 2006.

STEINER, Philippe. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.

STORR, Virgil Henr. The market as a social space: on the meaningful extraeconomic conversations that can occur in markets. **Quarterly Journal of Austrian Economics**, Viena, v. 21, n. 2-3, p. 135-150, set. 2008. Disponível em: <http://www.springerlink.com/content/g07271784402750u/fulltext.pdf>. Acesso em: 4 maio 2017.

SWEDBERG, R. Markets as social structures. *In*: SWEDBERG, R.; SMELSER, N. J. **The handbook of economic sociology**. Princeton: Princeton University Press; New York: Russel Sage Foundation, 1994. p. 255-282.

SWEDBERG, R. New economic sociology: what has been accomplished, what is ahead? **Acta Sociologica**, [s.l.], v. 40, 1997.

SWEDBERG, R. A nova sociologia econômica: o que já de atingiu, o que se seguirá? *In*: MARQUES, R. PEIXOTO, J. (org.) **A nova sociologia econômica: uma antologia**. Oeires, Portugal: Celta Editora, 2003. p. 229-253.

SWEDBERG, R. Sociologia Econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social, Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 2. p. 7-34, 2004a.

SWEDBERG, Richard. What Has Been Accomplished in New Economic Sociology and Where is it Heading? **Archives Européennes de Sociologie**, [s.l.], v. 45, n. 3, p. 317-330, 2004b.

- TASCHETTO, Paulo Renato. WALKOWICZ, Jussara. A realidade da agricultura familiar no Oeste do Paraná. *In: NAZZARI, Rosana Kátia; BERTOLINI, Geysler Flor; BRANDALISE, Loreni Terezinha. **Gestão das unidades artesanais na agricultura familiar**: uma experiência no Oeste do Paraná. Cascavel: EDUNIOESTE, 2007. p. 23- 34.*
- TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2009.
- VIAN, C. E. F. *et al.* O Processo de Formação dos Campos Organizacionais na Produção de Alimentos Orgânicos: Conflitos Atuais e Perspectivas Futuras. **Cadernos do CEAM**, [s.l.], v. 25, p. 9-31, 2006.
- VIAN, Carlos Eduardo de Freitas *et al.* O processo de formação dos campos organizacionais na produção ode alimento orgânicos: conflitos atuais e perspectivas futuras. **Sociedade de Desenvolvimento Rural**, [s.l.], v. 0, n. 0, 2007.
- VÉLEZ-IBÁNEZ, C. G. **Lazos de confianza**: los sistemas culturales y económicos de crédito en las poblaciones de los Estados Unidos y México. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- VON DENTZ, Berenice Giehl Zanetti. A produção artesanal de alimentos em municípios da grande Florianópolis – Santa Catarina. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPEGE. [2017]. Anais [...]. 2017. Disponível em: <http://www.enanpege.ggf.br/2015/anais/arquivos/9/271.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2017.*
- WACQUANT, L. Notas para esclarecer a noção de Habitus. **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, [s.l.], v. 6, n. 16, p. 6-17, 2007.
- WANDERLEY, Maria de Nazareth. Baudel. Raízes históricas do campesinato brasileiro. XX Encontro Nacional da ANPOCS. **Anais [...].** Caxambu, MG. Outubro, 1996.
- WANDERLEY, M. N. B. **A valorização da Agricultura familiar e a reivindicação da ruralidade no Brasil**. Cadernos de Desenvolvimento e Meio Ambiente: A Reconstrução da Ruralidade e a Relação Sociedade/Natureza, UFPR, Curitiba, 2000.
- WANDERLEY, M. N. B. O campesinato brasileiro: uma história de resistência. **RESR**, Piracicaba, SP, v. 52, Supl. 1, p. S025-S044, 2014. (Impressa em fevereiro de 2015)
- WANDERLEY, Fernanda. Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado: uma introdução. **Sociedade e Estado**, [s.l.], v. 17, n. 1, p. 15-38, 2002.
- WEBER, M. **Economia e Sociedade**. 4. ed. São Paulo: UNB/Imprensa Oficial, 2004. v. I.
- WESZ JUNIOR, Valdemar João. **O mercado da soja e as relações de troca entre produtores rurais e empresas no Sudeste de Mato Grosso (Brasil)**. 2014. 237p. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Rio de Janeiro, 2014.
- WILLIAMSOM, Oliver E. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. **Journal of Economic Literature**, [s.l.], v. XXXVIII, p. 595-613, September, 2000.
- WILKINSON, J. Agroindustria e perspectivas para a produção familiar no Brasil. **Políticas Agrícolas**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 101- 135, 1996.
- WILKINSON, J. Socio- Economic Approaches to Agroindustrial Innovation. **Debates CPDA**, [s.l.], n. 6, 1998.

WILKINSON, J. Cadeias produtivas para a agricultura familiar. **Revista de Administração UFLA**, Lavras, v. 1, n. 1, p. 34-41, jan.-jun. 1999.

WILKINSON, John. **Distintos enfoques e debates sobre a produção familiar no meio rural**. [s.n]: Rio de Janeiro. 2000. (Versão preliminar não corrigida)

WILKINSON, J. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema alimentar na América latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 21, p. 62-87, 2003.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: inputs para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

WILKINSON, J. A pequena produção e sua relação com os sistemas de distribuição. *In*: FIGUEIREDO, Adelaide; PRESCOTT; Elianne; MELO, Mário Felipe de (org.). **Produção familiar e o mercado varejista**. Brasília: Universa, 2004. v. 1, p. 55-81.

WILKINSON, J. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

WILKINSON, J. Mercosul e Produção Familiar: Abordagens Teóricas e Metodológicas, **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, CPDA-UFRRJ, n. 8, abril de 1997.

WIKIPEDIA. **Major Gercino**. [2018a]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Major_Gercino. Acesso em: 2 set. 2018.

WIKIPEDIA. **Seara**. [2018b]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ilha_de_Santa_Catarina. Acesso em: set. 2018.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Tradução Daniel Bueno; revisão técnica: Dirceu da Silva. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZANETI, Tainá Bacelar; BALESTRO, Moisés Villamil. Valoração de produtos tradicionais no circuito gastronômico: lições do Cerrado. **Sustentabilidade em Debate**, Brasília, v. 6, n. 1, p. 22-36, jan.-abr. 2015.

ZAGO, H. K. **A Importância da Agroindústria Caseira de Produtos de Origem Animal para a Agricultura Familiar de Arroio do Tigre, RS**. 2002. 192p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2002.

ZELIZER, Viviana. Repenser le marché. La construction sociale du ‘marché aux bébés’ aux Etats-Unis, 1870-1930. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, [s.l.], v. 94, p. 3-26, 1992.

ZELEZER, Viviana. O significado social do dinheiro – dinheiros especiais. *In*: MARQUES, Rafael; PEIXOTO, João. **Os trilhos da Sociologia Econômica**. Portugal: Celta; 2003.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. **Produção de alimentos tradicionais: contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais**. 2008.

APÊNDICE A – ROTEIRO APLICADO PARA A COLETA DE DADOS – MERCADO DE QUEIJO DE LEITE CRU

O presente roteiro de entrevista tem caráter estritamente acadêmico e profissional. Os dados aqui coletados serão tratados cientificamente com o objetivo unicamente de conclusão da tese da doutoranda Mariana Oliveira Moritz.

O primeiro questionário visa entender através de entrevistas com produtores e atravessadores quais são as características mais relevantes da produção e comércio de queijo de leite cru.

1) IDENTIFICAÇÃO DO (A) RESPONDENTE:

- 1.1 Nome:
- 1.2 Idade:
- 1.3 Naturalidade:
- 1.4 Telefone:
- 1.5 E-mail:
- 1.6 Localidade/Município:
- 1.7 Escolaridade:
- 1.8 Data da entrevista:

2) CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO DO QUEIJO DE LEITE CRU AGRICULTURA FAMILIAR

- 2.1) Há quanto tempo existe a queijaria?
- 2.2) O que originou a criação da queijaria?
- 2.3) Quem são os proprietários?
- 2.4) Qual é a produção mensal/anual?
- 2.5) Quais técnicas são utilizadas para fazer o queijo?
- 2.6) Como essas técnicas foram e são passadas?
- 2.7) Quem produz o queijo?
- 2.8) Quantos funcionários a queijaria possui?
- 2.9) Existe alguma diferença na força de fabricação de queijo entre o presente e o passado?
- 2.10) Em algum momento a fabricação de queijo teve que ser paralisada? Por quê? Quais foram os motivos da volta?
- 2.11) Qual a importância do comércio para a renda familiar? É a principal ou secundária?

3) CARACTERÍSTICAS DA COMERCIALIZAÇÃO DO QUEIJO DE LEITE CRU AGRICULTURA FAMILIAR

- 3.1) Como ocorre o processo de comercialização do produto?
- 3.2) Quem são os consumidores do produto? O produto é vendido para quem?
- 3.3) Quais regiões do estado o produto atinge?
- 3.4) Quais são as principais dificuldades para a comercialização do queijo?
- 3.5) Você conhece alguma lei que auxilie no comércio dos produtos?
- 3.6) Qual o papel dos agentes públicos para o funcionamento desse comércio?
- 3.7) Qual o papel do sindicato e/ou cooperativa para o funcionamento do comércio?
- 3.8) Você conhece algum movimento social que apoie/valorize o comércio de queijo de leite cru?
- 3.9)
- 3.10)

4) CARACTERÍSTICAS DA QUALIDADE E NORMAS TÉCNICAS DO QUEIJO DE LEITE CRU AGRICULTURA FAMILIAR

- 4.1) O que determina a qualidade do queijo?
- 4.2) Qual a importância da queijaria para a produção do queijo?
- 4.3) Os animais utilizados para a retirada do leite possuem algum tipo de certificação?
- 4.4) Qual o papel dos órgãos públicos para manter a qualidade do queijo de leite cru?
- 4.5) Como a CIDASC acompanha o processo de fabricação do queijo? As visitas são realizadas de quanto em quanto tempo?
- 4.6) Você segue algum protocolo de higiene na fabricação dos queijos?
- 4.7) As normas sanitárias colocadas pelos órgãos públicos alteram de alguma maneira a produção de queijo?
- 4.8) As normas sanitárias colocam de alguma maneira a produção de queijo em risco?
- 4.9) Você possui algum gasto mensal para adequar a produção de queijo as normas sanitárias ou as leis?

5) CARACTERÍSTICAS DA AUTENTICIDADE E AÇÃO COLETIVA DO QUEIJO DE LEITE CRU AGRICULTURA FAMILIAR

- 5.1) Quais as motivações para a produção e comercialização do queijo?
- 5.2) Como as empresas presentes na região atuam em relação a produção e comercialização do queijo de leite cru?
- 5.3) Você conhece algum trabalho que está sendo realizado pelas agências de pesquisa (Epagri/Universidades) com vínculo na produção e comercialização do queijo de leite cru?
- 5.4) Você conhece algum projeto em sua cidade que está sendo desenvolvido pelos órgãos municipais/estaduais/federais com vínculo na produção e comércio de queijo de leite cru?
- 5.5) Para você, a produção e o comércio do queijo de leite cru têm alguma importância histórica?
- 5.6) Função social do queijo: Qual a representação que o produto (queijo) possui para ...?
- 5.7) Você conhece alguma política para a comercialização do queijo? Quais são as políticas mais importantes para a comercialização do produto?
- 5.8) Quais as atitudes tomadas para a manutenção do comércio de queijo de leite cru?
- 5.9) Quais atitudes valorizam os produtos artesanais?
- 5.10) Você conhece alguém que já abandonou a atividade? Por quê?

O segundo questionário visa entender através de entrevistas com atores de instituições de pesquisa, quais são as características mais relevantes da produção e comércio de queijo de leite cru.

1) IDENTIFICAÇÃO DO (A) RESPONDENTE:

- 1.1 Nome:
- 1.2 Idade:
- 1.3 Naturalidade:
- 1.4 Telefone:
- 1.5 E-mail:
- 1.6 Localidade/Município:
- 1.7 Escolaridade:
 - 1) Data da entrevista:

- 2) Quais as principais características do comércio artesanal?
- 3) Quais iniciativas promovidas pela instituição são mais relevantes para o comércio de queijo de leite cru?
- 4) Apesar de informal, como você explica a manutenção do comércio de queijo de leite cru?
- 5) Qual o entendimento de qualidade do queijo de leite cru?
- 6) Quais são os efeitos produzidos pelas novas PLs (a mais recente aprovada em janeiro de 2018) para os produtores?
- 7) Quais as práticas a serem trabalhadas juntamente com os produtores a fim de manter o comércio de queijo?
- 8) Como acontece a fiscalização? Ela é um mecanismo de auxílio ou barreira para o funcionamento do comércio?
- 9) Qual o papel do atravessador no comércio de queijo?
- 10) Movimento como o Slow Food tem defendido a conservação de alimentos tradicionais no Brasil e no mundo. Para o comércio de queijo de leite cru, esse movimento produziu algum impacto? Qual?
- 11) Qual o papel da prefeitura para o comércio de queijo?
- 12) Qual o papel das grandes indústrias para o comércio de queijo?

O terceiro questionário visa entender através de entrevistas com atores dos órgãos de fiscalização, quais são as características mais relevantes da produção e comércio de queijo de leite cru.

1) IDENTIFICAÇÃO DO (A) RESPONDENTE:

a. Nome:

b. Idade:

c. Naturalidade:

1.4 Telefone:

1.5 E-mail:

1.6 Localidade/Município:

1.7 Escolaridade:

d. Data da entrevista:

2) Quais as principais características do comércio artesanal?

3) Qual são os principais entraves para a legalização da atividade (produção de queijo de leite cru)?

4) Como o órgão fiscalizador realiza as visitas? Frequência?

5) Como essas visitas são recebidas pelos produtores artesanais de queijo?

6) Como é feita a notificação de qualquer irregularidade apresentada para esses produtores?

7) Com o advento na nova PL (aprovada em janeiro de 2018) o que mudará na produção de queijo de leite cru? Qual o impacto para os produtores?

8) Qual a definição de qualidade e quais os componentes determinantes para o queijo artesanal apresente essa característica?

9) Apesar de informal, como o comércio de queijo artesanal é mantido até hoje?

O quarto e último questionário visa entender através de entrevistas com consumidores e compradores quais são as características mais relevantes da produção e comércio de queijo de leite cru.

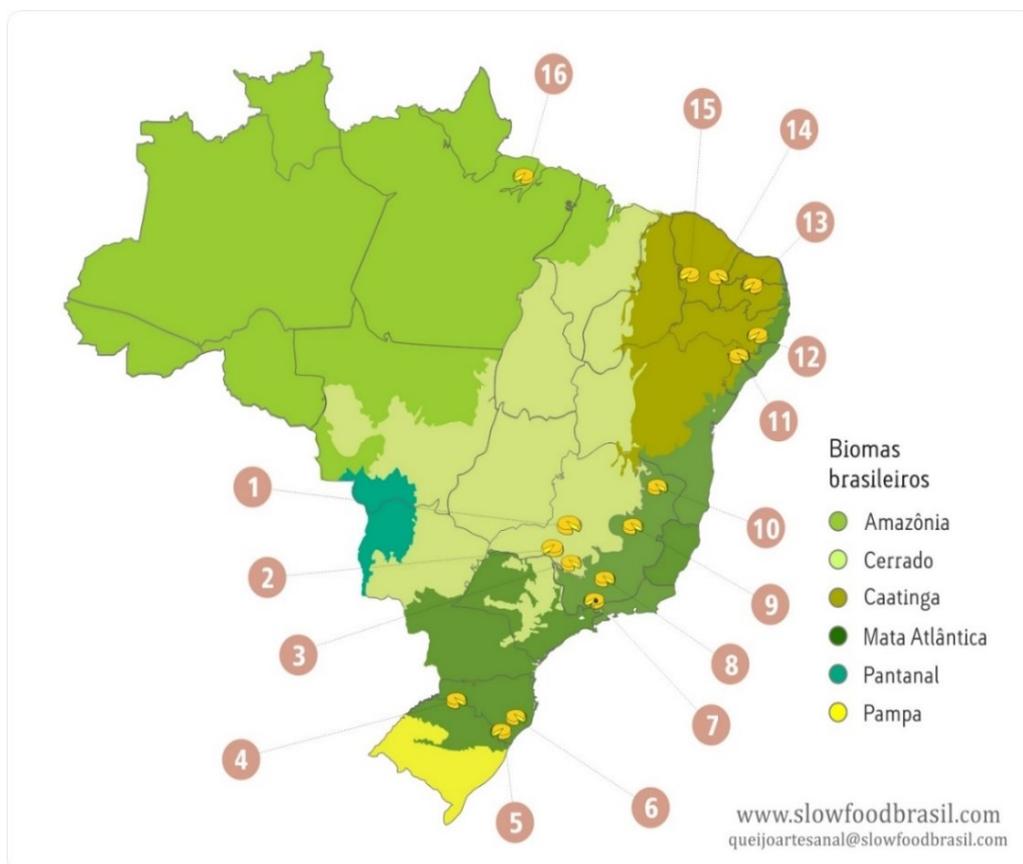
1) IDENTIFICAÇÃO DO (A) RESPONDENTE:

1.1) Nome:

1.2) Idade:

- 1.3) Naturalidade:
- 1.4) Telefone:
- 1.5) E-mail:
- 1.6) Localidade/Município:
- 1.7) Escolaridade:
- 1.8) Data da entrevista:
- 2) Como você realiza a compra do queijo artesanal?
- 3) Este produto tem qualidade? Apresenta as principais características de qualidade?
- 4) Quais são as principais características contidas no queijo artesanal que fazem com o que ele se diferencie do queijo fabricado industrialmente/vendido em mercados ou supermercados?
- 5) Há quanto tempo o produto é consumido e por que?
- 6) Você conhece alguma lei que faz parte desse comércio?
- 7) Você tem contato com os produtores?
- 8) Quais as melhorias que você apontaria para o comércio de queijo artesanal?
- 9) Você deixaria de consumir esse produto por alguma razão?
- 10) Você conhece as normas sanitárias que regem o queijo artesanal?

ANEXO A – MAPA DOS QUEIJS ARTESANAIS SLOW FOOD



- 1) Queijo Minas Salitre (Serra do Salitre – MG)
- 2) Queijo Minas Araxá (Araxá – MG)
- 3) Queijo Minas Canastra (Serra da Canastra – MG)
- 4) Queijo Colonial (Oeste Catarinense, Noroeste do Rio Grande do Sul e sudoeste Paraná - SC/RS/PR)
- 5) Queijo Serrano (Campos de Cima da Serra – RS/SC)
- 6) Koch Käse (Vale do Itajaí – SC)
- 7) Parmesão da Mantiqueira (Serra da Mantiqueira – MG/RJ/SP)
- 8) Queijo Minas Campos das Vertentes (Campo das Vertentes – MG)
- 9) Queijo Minas Serro (Serro – MG)
- 10) Queijo Cabacinha (Vale do Jequitinhonha – MG)
- 11) Requeijão do Sertão e Queijo Coalho (Sertão do São Francisco – SE)
- 12) Queijo de Coalho (Garanhuns – PE)
- 13) Queijo de Manteiga (Seridó – PB)
- 14) Queijo de Coalho (Jaguaribe – CE)
- 14) Queijo de Coalho (Tauá – CE)
- 15) Queijos do Marajó (Ilha do Marajó – PA)

ANEXO B – FOTOS E REPORTAGENS SOBRE O TEMA DESTA TESE

Imagens buscadas no Blog do Empreendedor, disponível em: <http://blogs.pme.estadao.com.br/blog-do-empreendedor/publicada-a-lei-do-alimento-artesanal/>.



Fonte: Alexandre Lenzi/Assessoria de Imprensa/ Secretaria de Estado de Comunicação – Secom
Mais informações: www.agricultura.sc.gov.br Secretaria Executiva Estadual do SC Rural – (48) 3664
4307 Endereço eletrônico: imprensa@scrural.sc.gov.br



Fonte: Alexandre Lenzi/Assessoria de Imprensa/ Secretaria de Estado de Comunicação – Secom
Mais informações: www.agricultura.sc.gov.br Secretaria Executiva Estadual do SC Rural – (48) 3664
4307 Endereço eletrônico: imprensa@scrural.sc.gov.br



Produção do queijo Diamante, feito em Major Gercino.
Foto: Diorgenes Pandini/Diário Catarinense



Imagem disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2017/12/queijos-premiados-de-sc-tentam-sair-da-informalidade-10057599.html>

Secretaria Executiva Estadual do SC Rural – (48) 3664 4307
Endereço eletrônico: imprensa@scrural.sc.gov.br.



Carlo Petrini na Assembleia Legislativa de SC em novembro, quando defendeu os queijos de leite cru.
Foto: Agência AL/Karina Ferreira

ANEXO C – MANIFESTO EM DEFESA DOS QUEIJOS DE LEITE CRU

Publicado: 05 julho 2007

Em 2001, a campanha para proteger os queijos produzidos com leite cru foi apresentada no evento *Cheese*, em Bra, Itália. O manifesto *Slow Food* em defesa dos queijos de leite cru, foi assinado por mais de 20.000 pessoas e seu grande sucesso restabeleceu a confiança e a dignidade a inúmeros produtores de queijo no mundo todo.

Manifesto *Slow Food* em defesa dos queijos de leite cru

O queijo feito com leite cru (não-pasteurizado) é mais do que um alimento maravilhoso, é uma expressão profunda de nossas tradições mais valiosas. É tanto uma arte quanto uma forma de vida. É cultura, patrimônio e ambiente estimados. E está em risco de extinção! Em risco porque os valores que ele expressa são opostos à sanitização e homogeneização dos alimentos produzidos em massa.

Nós chamamos todos os cidadãos do mundo amantes dos alimentos para responder em defesa da tradição do queijo não-pasteurizado. Defesa de um alimento que tem por centenas de anos inspirado, dado prazer e sustento, mas que tem sido destruído pelas mãos estéreis dos controles higiênicos globais.

Nós pedimos um fim para todos os regulamentos discriminatórios da União Européia, OMC, FDA (*Food and Drug Administration*) e outras instituições governamentais que restringem a liberdade de escolha dos cidadãos em comprar estes alimentos, e ameaçam destruir o meio de vida de artesãos que os produzem.

Lamentamos as tentativas das autoridades regulatórias em impor padrões inatingíveis de produção, em nome da proteção da saúde humana.

Acreditamos que tais imposições terão efeitos adversos aos pretendidos. A saúde bacteriológica dos nossos laticínios não-pasteurizados é destruída pelos procedimentos de esterilização excessivamente zelosos. Da mesma forma, a saúde humana será destruída por uma dieta de alimentos esterilizados. Sem nenhum desafio, nosso sistema imunológico vai falhar e os medicamentos se tornarão ineficientes.

Além de tudo, os sabores e aromas únicos dos queijos são conservados pela não-pasteurização.

Portanto, nós chamamos todos aqueles que têm o poder de salvaguardar a diversidade e complexidade de nossos alimentos regionais e a saúde e estabilidade de nossas comunidades rurais para agir agora e assegurar um marco regulatório apropriado, justo e flexível; controles sensatos e uma disposição positiva em relação ao futuro.

Fique atento – porque uma vez que estes conhecimentos, habilidades e compromissos desta cultura estejam perdidos, há o risco de que nunca mais possam ser resgatados.

Disponível em: <https://www.slowfoodbrasil.com/campanhas-e-manifestos/39-manifesto-em-defesa-dos-queijos-de-leite-cru>

ANEXO D – AS LEIS QUE REGEM O MERCADO DE PRODUTOS ARTESANAIS

Lei n. 17.486, de 16 de janeiro de 2018

Procedência: Dep. João Amin

Natureza: **PL./0470.5/2017**

DOE: 20.691 de 17/01/2018

Fonte: ALESC/GCAN.

Dispõe sobre a produção e comercialização de queijos artesanais de leite cru e adota outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembleia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a produção e comercialização de queijos artesanais de leite cru, no Estado de Santa Catarina.

§ 1º Para os fins desta Lei, considera-se:

I – queijo artesanal: aquele elaborado com leite cru da própria fazenda, com métodos tradicionais, com vinculação ao território de origem, conforme Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) estabelecido para cada tipo e variedade, sendo permitida a aquisição de leite de propriedades rurais próximas desde que atendam todas as normas sanitárias pertinentes; e

II – queijaria: local destinado à produção de queijo artesanal localizado em propriedade rural.

§ 2º Para os fins desta Lei, poderão constituir a fórmula dos queijos artesanais: matéria-prima (leite cru), condimentos naturais, corantes naturais, coalhos/coagulantes, sal (cloreto de sódio ou outro que exerça a mesma função), fermentos e outras substâncias de origem natural, permitindo-se a utilização de aditivos descritos nas receitas originais.

§ 3º Para os fins desta Lei, considera-se queijo artesanal os queijos já existentes em cada território/microrregião na data desta legislação e os novos queijos que ainda não possuam tipificação, desde que atendam os dispostos no § 1º e no § 2º deste artigo.

CAPÍTULO II DA PRODUÇÃO DO QUEIJO ARTESANAL DE LEITE CRU

Seção I Dos Requisitos à Produção

Art. 2º A produção de queijo artesanal é restrita à propriedade certificada como livre de tuberculose e brucelose, de acordo com o disposto no Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e Tuberculose Animal (PNCEBT), ou controladas para brucelose e tuberculose pelo Órgão Estadual de Defesa Sanitária Animal, no prazo de até 3 (três) anos.

Art. 3º As propriedades rurais onde estão localizadas as queijarias devem implementar:

I – controle de mastite com a realização de exames para detecção de mastite clínica e subclínica, incluindo análise do leite da propriedade em laboratório da Rede Brasileira da Qualidade do Leite (RBQL) para composição centesimal, Contagem de Células Somáticas e Contagem Bacteriana Total (CBT) com uma periodicidade mínima trimestral;

- II – boas práticas de ordenha e de fabricação; e
- III – controle de potabilidade da água utilizada nas atividades.

Parágrafo único. As propriedades rurais próximas, fornecedoras de leite às queijarias, devem atender ao disposto neste artigo.

Art. 4º Para cada tipo de queijo será elaborado um Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ).

§ 1º A elaboração dos regulamentos técnicos de identidade e qualidade dos diferentes tipos de queijos, contará com a participação de uma equipe multidisciplinar incluindo os produtores envolvidos ou seus representantes, além de pesquisadores e profissionais especializados no tema.

§ 2º O período de maturação dos queijos artesanais, quando aplicável e estabelecido em regulamento técnico específico para cada tipo de queijo, será definido mediante comprovações laboratoriais de atendimento aos parâmetros microbiológicos existentes.

§ 3º É permitida a maturação do queijo artesanal em outro estabelecimento desde que cumpridas as exigências legais e sanitárias cabíveis.

Seção II Dos Insumos Subseção I Da Água

Art. 5º A água utilizada na queijaria e na ordenha deve ser potável, canalizada e em volume compatível com a demanda do processamento e das dependências sanitárias.

§ 1º A água deverá ser filtrada antes de sua chegada ao reservatório.

§ 2º A água utilizada deverá ser canalizada desde a fonte até os reservatórios que devem estar protegidos de qualquer tipo de contaminação.

§ 3º Os reservatórios de água devem ser higienizados, no mínimo, semestralmente.

§ 4º A água utilizada na produção do queijo artesanal deverá ser submetida à análise microbiológica semestralmente e físico-química anualmente de acordo com os parâmetros vigentes.

§ 5º A água deve ser clorada, especialmente quando for constatada contaminação microbiológica, e o controle do teor de cloro deve ser realizado diariamente antes da queijaria entrar em atividade.

§ 6º É permitida a utilização de água sem a realização da cloração desde que se comprove, por análises microbiológicas consecutivas e bimestrais, que a água é livre de contaminação em um período de 6 (seis) meses. Após esse período, as análises devem ser realizadas conforme estabelecido no § 4º deste artigo.

Subseção II Do Leite

Art. 6º A propriedade rural que fornece o leite ou que está situada a queijaria deve dispor de curral de espera e sala de ordenha obedecendo preceitos mínimos de construção, higiene e bem-estar animal.

§ 1º A sala de ordenha deve dispor de:

I – sistema de aquecimento de água quando utilizar tubulações para transferência de leite para adequada higienização dessas tubulações;

II – pontos de água em quantidade suficiente para a manutenção das condições de higiene, durante e após a ordenha;

III – piso impermeável, revestido de cimento áspero ou outro material apropriado, com declive suficiente de modo a permitir fácil escoamento das águas e de resíduos orgânicos;

IV – pé-direito adequado à execução dos trabalhos e cobertura de material apropriado que permita a proteção adequada das operações.

Art. 7º O leite deve ser produzido em condições higiênicas, abrangendo o manejo do rebanho e os procedimentos de ordenha e transporte do leite até a queijaria.

§ 1º Quando se tratar da utilização de leite fresco, a produção do queijo deverá ser iniciada até 120 (cento e vinte) minutos após o início da ordenha.

§ 2º Quando se tratar da utilização de leite refrigerado, o mesmo deve atingir uma temperatura inferior a 7º C em um período de até 3 (três horas) após o início da ordenha.

§ 3º O leite refrigerado utilizado para a fabricação do queijo artesanal deve ser armazenado em equipamento adequado constituído de material atóxico por um período máximo de 14 (quatorze) horas após a ordenha. Permite-se o acondicionamento do leite em vasilhames de material atóxico e seu armazenamento em geladeira quando se tratar de pequenos volumes.

§ 4º Todo leite deve ser submetido à filtração antes de qualquer operação (refrigeração ou processamento).

§ 5º Considerando a proximidade das propriedades fornecedoras de leite, o transporte do leite pode ser realizado em tarros, desde que seja respeitado o período máximo de processamento do leite pela queijaria, estabelecidos no § 1º e § 3º deste artigo.

§ 6º É proibido ministrar substâncias estimulantes de qualquer natureza capazes de provocar aumento da secreção láctea.

§ 7º É proibido o uso de leite proveniente de fêmeas que estejam no último mês de gestação ou na fase colostrar ou que estejam sendo submetidas a tratamento com produtos de uso veterinário, atentando-se também para o período de carência recomendado pelo fabricante.

Seção III

Das Queijarias

Art. 8º A queijaria deve dispor de ambientes adequados para: recepção do leite, higienização de mãos e calçados (barreira sanitária), fabricação, maturação (quando aplicável), embalagem, estocagem (quando necessário), expedição e almoxarifado.

§ 1º A queijaria deve dispor de vestiário/sanitário.

§ 2º A queijaria deve dispor de laboratório, quando adquirir leite de propriedade vizinha, devendo ser equipado para a realização das análises básicas de recepção do leite tais como: temperatura, alizarol, acidez titulável, pesquisa de antibióticos, crioscopia e eventuais pesquisas de fraudes que se fizerem necessárias.

§ 3º A dispensa de laboratório para queijarias que processam leite exclusivamente de sua propriedade não desobriga a realização de análises que eventualmente sejam necessárias.

Art. 9º As instalações da queijaria devem seguir as seguintes exigências:

§ 1º Deverá possuir local adequado e coberto para a transferência do leite para o interior da queijaria.

§ 2º A barreira sanitária deve possuir cobertura, lavador de botas, pias com torneiras com fechamento sem contato manual, sabão líquido inodoro e neutro, toalhas descartáveis de papel não reciclado ou dispositivo automático de secagem de mãos ou álcool gel, cestas coletoras de papel com tampa acionadas sem contato manual.

§ 3º É permitida a realização do processo de maturação do queijo em ambiente climatizado ou em temperatura ambiente.

§ 4º Às queijarias, com volumes de produção inferiores a 100 (cem) litros de leite por dia e que realize a maturação em temperatura ambiente, fica permitido a realização do processo de maturação e embalagem no mesmo ambiente de produção. Ficando também dispensadas de possuírem ambientes para estocagem e almoxarifado, desde que obedeça um fluxo de produção que não propicie contaminação cruzada e que possua locais adequados para o armazenamento de insumos diários.

§ 5º O vestiário/sanitário poderá ser instalado junto à queijaria desde que não exista o acesso direto das instalações com estes locais.

§ 6º Quando a queijaria possuir a partir de 10 (dez) funcionários, incluindo familiares e contratados, deverá possuir vestiários/sanitários separados por sexo.

§ 7º O vestiário/sanitário deve ser mantido limpo e provido de vaso sanitário com tampa, papel higiênico, pia, sabão líquido inodoro e neutro, cestas coletoras de papéis com tampa de fácil abertura evitando o contato manual.

§ 8º O vestiário/sanitário deve ser equipado com dispositivos para guarda individual de pertences que permitam separação da roupa comum dos uniformes a serem utilizados na queijaria.

§ 9º Fica permitido o uso de sanitário já existente na propriedade quando se tratar de mão de obra exclusivamente familiar desde que o mesmo esteja localizado em uma distância inferior a 40 (quarenta) metros da queijaria.

Art. 10. A queijaria deverá estar protegida de fontes produtoras de mau cheiro, que possam comprometer a qualidade e inocuidade do queijo; com impedimento, por meio de cerca, do acesso de animais, quando necessário.

§ 1º A queijaria poderá ser instalada junto ao local de ordenha desde que não exista comunicação direta entre a queijaria e o local de ordenha.

§ 2º A pavimentação das áreas destinadas à circulação de veículos transportadores deve ser realizada com material que evite formação de poeira e empoçamentos.

§ 3º As áreas de circulação de pessoas e expedição devem possuir cobertura e o material utilizado para pavimentação deve permitir lavagem e higienização.

§ 4º Observando-se os riscos sanitários, a queijaria, especialmente de pequenos volumes, poderá ser contígua à residência desde que o acesso ao local de produção seja restrito aos responsáveis pela produção do queijo artesanal.

§ 5º A área útil construída deve ser compatível com a capacidade, processo de produção e tipos de equipamentos.

Art. 11. As dependências devem ser construídas de maneira a oferecer um fluxograma operacional racionalizado em relação à recepção da matéria-prima, produção, embalagem, acondicionamento, armazenagem e expedição, além de atender aos seguintes requisitos:

I – pé-direito com altura suficiente permitindo boas condições de ventilação, sendo permitida a utilização de ambiente climatizado;

II – iluminação abundante, natural ou artificial, em todas as dependências da queijaria. Para a iluminação artificial as lâmpadas deverão ser protegidas contra quebras;

III – instalações elétricas embutidas ou externas e, neste caso, revestidas por tubulações isolantes e fixadas a paredes e tetos;

IV – pisos, paredes, forros ou lajes, portas, janelas, equipamentos e utensílios constituídos de material resistente e de fácil limpeza;

V – declividade do piso suficiente para escoamento de águas residuais em direção aos ralos sifonados ou canaletas;

VI – paredes da área de processamento revestidas com material lavável de cores claras para a realização das operações, sendo permitidas cores escuras no ambiente de maturação;

VII – todas as aberturas para a área externa dotadas de telas milimetradas à prova de insetos, no caso das portas devem dispor de dispositivos “vai e vem”;

VIII – local específico e identificado para a guarda de produtos de limpeza, embalagem e ingredientes que não permita contaminações de nenhuma natureza;

IX – pontos de água em número suficiente para a produção e manutenção das condições de higiene;

X – tubulação de material atóxico, de fácil higienização e não oxidável, para a entrada do leite e saída do soro da queijaria, permanecendo vedada quando em desuso;

XI – recepção do leite e expedição providos de projeção de cobertura suficiente para a proteção das operações;

XII – os produtos que necessitam de refrigeração devem ser armazenados com afastamento que permita a circulação de frio; e

XIII – será permitida a utilização de utensílios de madeira durante o processo de fabricação e maturação, desde que estejam em boas condições de uso e permitam limpeza adequada.

Art. 12. Como elemento arquitetônico, será permitida a utilização de *container* na construção da queijaria desde que não comprometa os requisitos sanitários estabelecidos no art. 11 desta Lei.

Art. 13. Observando-se os riscos sanitários e o volume de produção, fica permitido o uso de equipamentos simples, considerando-se:

I – a multifuncionalidade dos ambientes, respeitando as particularidades de cada processo e, quando necessário, o estabelecimento de horários alternados das diferentes operações;

II – as instalações de frio podem ser supridas por balcão de resfriamento, refrigerador, congelador, ar-condicionado ou outro mecanismo de frio adequado;

III – o equipamento lava botas pode ser substituído por um local de armazenamento de calçado limpo para a entrada na queijaria, devendo sua higienização ser realizada antes de seu armazenamento no local;

IV – quando necessário o aquecimento no processo produtivo, poderá ser utilizado fogareiro a gás ou qualquer outra fonte de calor que não ocasione risco sanitário na fabricação do queijo; e

V – outras simplificações que não incorram em riscos sanitários.

Seção IV

Dos Manipuladores

Art. 14. Todos os manipuladores envolvidos, direta ou indiretamente no processo de produção, devem possuir treinamento em boas práticas de ordenha e/ou fabricação, ficando obrigados a cumprir práticas de higiene pessoal e operacional que preservem a inocuidade do produto.

I – os manipuladores deverão fazer exames de saúde anualmente ou sempre que se fizer necessário; e

II – é obrigatório o uso de uniformes, gorros, calçados próprios e limpos para os manipuladores do queijo.

Parágrafo único. As propriedades rurais próximas, fornecedoras de leite às queijarias, devem atender ao disposto neste artigo.

CAPÍTULO III DA COMERCIALIZAÇÃO

Seção I

Da Embalagem

Art. 15. O queijo artesanal poderá ser comercializado com ou sem embalagem, conforme a característica do produto, permitindo sua rastreabilidade.

§ 1º Quando o queijo artesanal utilizar embalagem, esta deverá ser de material aprovado para uso em alimentos, com a finalidade de protegê-lo de agentes externos, de alterações e de contaminações, assim como de adulterações, contendo as informações obrigatórias para o consumidor.

§ 2º Quando o queijo artesanal não utilizar embalagem deverá ser comercializado em estabelecimentos que promovam a estocagem adequada do produto protegendo-o de possíveis contaminações externas.

§ 3º No queijo artesanal comercializado sem embalagem será necessária a identificação na peça, com marcação de relevo ou com a utilização de material atóxico, as informações

mínimas: denominação de venda, o estabelecimento produtor e data de fabricação. O produtor também deverá disponibilizar nos postos de venda ou junto ao queijo material informativo com as demais informações obrigatórias para o consumidor.

Seção II

Do Transporte

Art. 16. O transporte deverá ser compatível com a natureza dos produtos, de modo a preservar sempre suas condições tecnológicas, higiênicas e de qualidade, de forma organizada, evitando condições que possam comprometer o produto.

§ 1º O veículo utilizado para transporte deverá dispor de carroceria fechada, e atender boas condições de higiene.

§ 2º Os queijos deverão ser acondicionados de forma a evitar sua contaminação ou deformação.

§ 3º Quando se tratar de pequena produção e comercialização, será permitida a utilização de caixas isotérmicas higienizáveis. Produtos que necessitem refrigeração deverão ser transportados nas caixas isotérmicas juntamente com gelo reciclável e higienizável.

§ 4º Os veículos de carroceria isotérmica deverão possuir revestimento interno de material não oxidável, impermeável e de fácil higienização e, quando necessário, dotados de unidade de refrigeração.

Seção III

Do Registro

Art. 17. São atos autorizativos para a comercialização do queijo artesanal de leite cru o registro da queijaria e do queijo a ser comercializado junto ao Serviço de Inspeção Municipal, Estadual ou Federal.

Art. 18. O registro da queijaria deve ser composto com os seguintes documentos:

- I – requerimento, conforme modelo padrão;
- II – cópia do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) ou Cadastro de Pessoa Física (CPF) e da Inscrição Estadual (IE) ou Inscrição Estadual de Produtor Rural;
- III – cópia do contrato social registrado na junta comercial, quando de registro de pessoa jurídica;
- IV – cópia do registro da propriedade e/ou do contrato de arrendamento ou equivalente;
- V – alvará de licença e funcionamento da prefeitura;
- VI – exame negativo de brucelose e tuberculose atualizado de todos os animais;
- VII – licenciamento ambiental;
- VIII – laudo de análise microbiológica da água;
- IX – planta baixa, compreendendo localização da sala de ordenha e queijaria com equipamentos, pontos de água, e rede de esgoto, que poderá ser elaborado por profissionais habilitados de órgãos governamentais ou privados; e
- X – formulário simplificado e *layout* dos rótulos para registro dos queijos contendo as informações necessárias, conforme modelos padrões, que poderá ser elaborado por profissionais habilitados de órgãos governamentais ou privados.

Parágrafo único. O registro a que se refere o *caput* deste artigo será requerido no Serviço de Inspeção Municipal, Estadual ou Federal, individualmente ou por meio de associação ou cooperativa, mediante preenchimento de formulário específico em que o requerente assume a responsabilidade pela qualidade do queijo produzido ou do produto comercializado.

Art. 19. A queijaria deverá manter disponível no estabelecimento manual de boas práticas de ordenha e fabricação composto por procedimentos básicos realizados na ordenha e queijaria, contendo registros mínimos necessários para a rastreabilidade do produto.

§ 1º Os manipuladores devem possuir certificado de conclusão de curso de boas práticas agropecuárias e/ou de fabricação.

§ 2º Os manipuladores devem possuir carteira de saúde ou atestado de saúde que devem ser renovados anualmente.

Art. 20. A queijaria deverá possuir responsável técnico que poderá ser suprido por profissional técnico de órgãos governamentais ou privado ou por técnico de assistência técnica, exceto agente de fiscalização sanitária.

Art. 21. Poderá ser exigida do requerente a assinatura de termo de compromisso de ajuste para a efetivação do registro da queijaria, a critério do órgão de controle sanitário competente.

§ 1º Considera-se termo de compromisso de ajuste o ato do órgão de controle sanitário competente celebrado com o responsável pela queijaria, com vistas à adequação sanitária da queijaria ou do estabelecimento comercial às exigências desta Lei e de seus regulamentos.

§ 2º Durante a vigência do termo de compromisso de ajuste, o requerente fica autorizado a comercializar seus produtos.

§ 3º Poderá ser concedida ampliação do prazo do termo de compromisso de ajuste, desde que constatado cumprimento parcial dos compromissos de adequação assumidos pelo requerente, a critério do órgão de controle sanitário competente.

CAPÍTULO IV DA FISCALIZAÇÃO

Art. 22. A inspeção e a fiscalização industrial e sanitária da produção do queijo artesanal serão realizadas periodicamente pelo órgão de controle sanitário, visando assegurar o cumprimento das exigências desta Lei e dos demais dispositivos legais aplicáveis.

Art. 23. Serão realizados regularmente exames laboratoriais de rotina para atestar a qualidade do produto final.

§ 1º Os exames a que se refere o *caput* deste artigo terão sua frequência determinada conforme Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) de cada produto.

§ 2º Constatada a não conformidade nos exames de rotina, o órgão de controle sanitário competente poderá exigir novos exames às expensas do produtor, sem prejuízo de outras ações cabíveis.

§ 3º O de exame laboratorial para fins de inspeção e fiscalização poderá suprir a obrigatoriedade de exame laboratorial de rotina programado para o mesmo período ou data realizado pelo produtor.

§ 4º Os resultados dos exames laboratoriais para fins de inspeção e fiscalização a que se refere o § 3º deste artigo serão disponibilizados para o produtor de queijo artesanal.

Art. 24. Os infratores do disposto nesta Lei e em sua regulamentação, quando se enquadrarem em pequenas agroindústrias, ficam sujeitos às seguintes penalidades, sem prejuízo das sanções de natureza civil ou penal cabíveis:

I – advertência por escrito, na primeira autuação, pela autoridade competente; e

II – multa de R\$ 394,00 (trezentos e noventa e quatro reais) por infração, dobrada no caso de reincidência, a qual será reajustada, anualmente, com base na variação do Índice Geral de Preços do Mercado (IGP-M/FGV), ou por índice que vier a substituí-lo.

§ 1º Nos casos em que os infratores não se enquadrarem em pequenas agroindústrias, a multa poderá ter seu valor multiplicado em até 100 (cem) vezes observando-se para tanto o princípio da razoabilidade e a proporcionalidade existente entre o tipo de infração e o volume de produção.

§ 2º Os recursos oriundos da arrecadação das multas serão recolhidos ao Tesouro do Estado, constituindo-se em receita orçamentária da Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca, que será aplicada em proveito das ações do Serviço de Inspeção Estadual (SIE).

CAPÍTULO V DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 25. O Poder Executivo regulamentará a presente Lei, nos termos do disposto no art. 71, inciso III, da Constituição do Estado de Santa Catarina.

Art. 26. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Florianópolis, 16 de janeiro de 2018.

JOÃO RAIMUNDO COLOMBO

Governador do Estado

Disponível em: http://leis.alesc.sc.gov.br/html/2018/17486_2018_lei.html

Lei n. 10.610, de 1º de dezembro de 1997

Procedência: Dep. Eni Voltolini

Natureza: PL. 282/97

D.O. 15.814 de 01/12/97

Ver Lei [12.117/02](#)

Fonte: ALESC/Div. Documentação

Dispõe sobre as normas sanitárias para a elaboração e comercialização de produtos artesanais comestíveis de origem animal e vegetal no Estado de Santa Catarina e adota outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Ficam estabelecidas as normas sanitárias para a elaboração e comercialização de produtos artesanais comestíveis de origem animal e vegetal no Estado de Santa Catarina.

Art. 2º Entende-se por elaboração de produtos artesanais comestíveis de origem animal e vegetal, o processo utilizado na obtenção de produtos que mantenham características tradicionais, culturais ou regionais, produzidos em pequena escala, obedecidos os parâmetros fixados em regulamento.

§ 1º São considerados passíveis de beneficiamento e elaboração de produtos artesanais comestíveis de origem animal e vegetal, as seguintes matérias primas, seus derivados e subprodutos:

I - carnes;

II - leite;

III - ovos;

IV - produtos apícolas;

V - peixes, crustáceos e moluscos;

VI - micro-organismos;

VII - frutas;

VIII - cereais;

IX - outros produtos de origem animal e vegetal comestíveis.

§ 2º Os produtos de que trata este artigo poderão ser comercializados em todo o Estado de Santa Catarina, cumpridos os requisitos desta Lei.

Art. 3º Compete à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura, através do Serviço de Inspeção Estadual - SIE, a inspeção e fiscalização dos produtos artesanais comestíveis, bem como a orientação e treinamento de técnicos e auxiliares.

Art. 4º A Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura poderá, através do Serviço de Inspeção Estadual - SIE, conveniar-se com os municípios que possuam ou tenham acesso a estrutura técnica e laboratorial, bem como, com entidades públicas que preencham as condições adequadas à execução das tarefas para a implantação e funcionamento

da inspeção e fiscalização dos estabelecimentos, visando a garantia dos aspectos de sanidade e controle de qualidade dos produtos processados nos estabelecimentos abrangidos por esta Lei.

Parágrafo único. Compete à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura, através do Serviço de Inspeção Estadual - SIE, o acompanhamento e a fiscalização das atividades inerentes aos convênios firmados com os municípios e entidades públicas, podendo ser cancelados quando não atenderem os requisitos desta Lei.

Art. 5º O estabelecimento processador artesanal de alimentos de origem animal e vegetal deverá registrar-se no Serviço de Inspeção Estadual - SIE, mediante formalização de pedido instruído pelos seguintes documentos:

I - requerimento, dirigido ao Serviço de Inspeção Estadual - SIE, solicitando o registro e o serviço de inspeção;

II - registro de Cadastro de Contribuinte do ICMS ou Inscrição de Produtor Rural na Secretaria de Estado da Fazenda;

III - outros atestados ou exames a critério do Serviço de Inspeção Estadual - SIE.

Art.6º O estabelecimento processador artesanal de alimentos de origem animal e vegetal manterá livro oficial onde serão registradas as informações, recomendações e visitas do Serviço de Inspeção Estadual - SIE, objetivando o controle da produção.

Parágrafo único. O Serviço de Inspeção Estadual - SIE poderá estabelecer, a seu critério, as análises rotineiras necessárias para cada produto processado sem ônus para os produtores, bem como coletar novas amostras e repetir as análises que julgar convenientes.

Art.7º O estabelecimento de processamento artesanal de alimentos de origem animal e vegetal manterá em arquivo próprio sistema de controle que permita confrontar, em quantidade e qualidade, o produto processado com o lote que lhe deu origem.

Art.8º Cada tipo de produto deverá ter registro de fórmula em separado junto ao Serviço de Inspeção Estadual - SIE, sendo cada qual objeto de norma específica a ser editada e para os produtos de origem animal, esta será previamente estabelecida com os produtores, respeitada a legislação vigente.

Art.9º As instalações para estabelecimento processador artesanal de alimentos de origem animal e vegetal serão diferenciadas e obedecerão a preceitos mínimos de construção, equipamentos, higiene e escala de produção, e sua especificação será estabelecida em regulamento próprio.

Art.10. O controle sanitário dos rebanhos que geram a matéria prima para a produção artesanal de alimentos é obrigatório e deverá seguir orientação dos órgãos oficiais de defesa sanitária animal do Estado de Santa Catarina.

Parágrafo único. O controle de que trata o “caput” deste artigo compreende também a inspeção “ante” e “pós” abate dos animais e demais matérias-primas.

Art.11. Os produtos deverão ser transportados e armazenados em condições adequadas para a preservação de sua qualidade.

Art.12. A embalagem do produto artesanal de origem animal ou vegetal deverá ser produzida por empresa credenciada junto ao Ministério da Saúde e o rótulo conter todas as informações preconizadas no Código de Defesa do Consumidor, indicando que é produto artesanal, com a inscrição do Serviço de Inspeção Estadual - SIE.

Parágrafo único. Quando a granel, os produtos de origem vegetal serão expostos ao consumo acompanhados de folhetos e cartazes, contendo as informações previstas no “caput” deste artigo, os demais produtos obedecerão a legislação vigente.

Art.13. A caracterização de qualquer tipo de fraude, infração ou descumprimento desta Lei, sujeitará o infrator às sanções previstas em lei e no regulamento.

Art.14. O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 90 (noventa) dias a contar da data de sua publicação.

Art.15. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art.16. Fica revogada a Lei nº 10.356, de 10 de janeiro de 1997 e demais disposições em contrário.

Florianópolis, 01 de dezembro de 1997.

PAULO AFONSO EVANGELISTA VIEIRA

Governador do Estado

Disponível em: http://leis.alesec.sc.gov.br/html/1997/10610_1997_Lei.html