

UMA ESTRUTURA DE ABORDAGEM DA QUALIDADE DE QUEIJOS ARTESANAIS A PARTIR DA TEORIA DAS CONVENÇÕES

A Framework for Approaching the Quality of Artisanal Cheese from the Convention Theory

RESUMO

O objetivo deste artigo é identificar práticas de qualidade utilizadas no processamento de queijos artesanais, alinhadas com os diferentes “mundos de legitimação” propostos na Teoria das Convenções. Para isso, realizou-se uma pesquisa bibliográfica e validação dos resultados com especialistas setoriais. Os resultados mostram que muitas dessas práticas de qualidade, são fruto da construção coletiva dos *stakeholders* desse setor, que através da interação social e acordos coletivos estabelecem critérios de análise a serem mobilizados em função de sua percepção do que é justo, confiável e adequado para caracterizar e valorizar cada categoria de produto ou sistema produtivo. Além disso, é possível verificar a importância de fatores extrínsecos de qualidade na caracterização dos queijos artesanais, como o estabelecimento de relações de confiança entre produtor e consumidor, responsabilidade social e ambiental e atributos ligados ao localismo. Os resultados obtidos são importantes para o poder público, podendo orientar a elaboração de políticas públicas para o setor, e para os produtores de queijos artesanais que podem definir suas estratégias de negócio, a partir das práticas de qualidade que adotam.

Bruna Bresolin Roldan
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
brunabre@gmail.com

Jean Philippe Palma Revillion
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
jppr@gmail.com

Recebido em: 03/10/2019. Aprovado em: 07/04/2020.
Avaliado pelo sistema *double blind review*
Avaliador científico: Paulo Henrique Vicente Montagnana Leme
DOI: 10.48142/2238-68902019v21n1-3p105114

ABSTRACT

The aim of this paper is to identify quality practices used in the processing of artisanal cheeses, aligned with the different “worlds of legitimacy” proposed in the Convention Theory. To reach this objective a bibliographic research was conducted and its results validated with industry specialists. The results show that many of these quality practices are the result of the collective construction of stakeholders in this industry, which through social interaction and collective agreements establish criteria of analysis to be mobilized based on their perception of what is fair, reliable and appropriate to characterize and value each product category or production system. In addition, it is possible to verify the importance of extrinsic quality factors in the characterization of artisanal cheeses, such as the establishment of trust between producer and consumer, social and environmental responsibility and attributes related to localism. The results obtained are important for the government, to guide the elaboration of public policies for the cheese industry, and for the cheese producers who can define their business strategies, based on the quality practices they adopt.

Palavras-chave: Alimentos Artesanais. Práticas de Qualidade. Agroindústria Familiar.

Keywords: Artisanal Food. Quality Practices. SME.

1 INTRODUÇÃO

A avaliação da qualidade dos alimentos pelos consumidores envolve diversos fatores, sejam eles intrínsecos, que se referem as propriedades físicas do alimento, como cor, aroma, aparência e textura, ou extrínsecos ao alimento, como a adoção de práticas ou sistemas de qualidade como as certificações, a escolha de método de processamento específico, o respeito à tradição, etc. A análise e valorização desses últimos fatores de qualidade são influenciados pelas crenças, atitudes e valores de cada indivíduo pois,

em muitos casos, representam aspectos que os refletem no ato de escolha de um alimento – decisão carregada de simbolismo e significado para a maioria dos seres humanos (GRUNERT, 2005; STEENKAMP, 1990).

Atributos extrínsecos podem ser expressos pela adoção de práticas consideradas como adequadas ou impactantes na qualidade de um determinado produto, constituindo-se em indicadores de qualidade que são considerados pelos consumidores. De fato, esses indicadores podem ou não resultar em um atributo de

qualidade intrínseco que tipifique ou qualifique um alimento: por exemplo, as características edafoclimáticas onde um sistema produtivo se assenta normalmente resulta em atributos intrínsecos de qualidade no produto final, já o respeito ao bem estar animal não resulta em uma característica intrínseca do produto final, mas é considerado uma prática desejável (ou obrigatória) por alguns consumidores, por exemplo.

Atributos extrínsecos não podem ser verificados quando do consumo dos produtos pelos consumidores finais e, portanto, dependem da confiança desses de que de fato o produto foi elaborado a partir da adoção de determinadas práticas ou a partir do respeito aos preceitos de um sistema de qualidade que pode ou não se expressar em um sistema de certificação, seja ele formal ou informal. Essa confiança pode ser baseada no estabelecimento de sistemas formais de certificação, estabelecidos a partir de um sistema de normas e controles pré-estabelecidos ou a partir de julgamento individual do consumidor a partir de um quadro de análise próprio.

A Teoria das Convenções (TC) sugere que atributos extrínsecos de qualidade dos produtos são avaliados através da interação social, gerando acordos coletivos dos *stakeholders* sobre os critérios de análise a serem mobilizados em função de sua percepção do que é justo, confiável e adequado para caracterizar cada categoria de produto ou sistema produtivo – essas convenções de qualidade servem para resolver problemas de coordenação de mercados de produtos cuja diferenciação depende de uma análise cognitiva e afetiva complexa e dependente dos valores e visão de mundo dos consumidores (EYMARD-DUVERNAY, 1989; BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006).

As convenções são hábitos, costumes, rotinas e práticas que servem como guias de interpretação econômica e modelo de interação social balizadas por modelos mentais cognitivos que estabelecem padrões familiares, relações esperadas ou análise de valor a partir das quais os indivíduos constroem estratégias de comportamento e estabelecem indicadores do que faz sentido e deve ser valorizado na sociedade (BIGGART; BEAMISH, 2003; DIMAGIO, 1997). Essas convenções de qualidade também são influenciadas pelas tecnologias disponíveis e pela intervenção das instituições de fiscalização e controle que definem normas, regras e parâmetros que são incorporadas nos produtos e, eventualmente, traduzidos como valores incorporados aos produtos (SELIGMAN, 1998; FREIDBERG, 2003).

A Teoria das Convenções baseia os princípios da qualidade em seis mundos de legitimação: i) o **mundo da inspiração**, onde o princípio comum é baseado no

espiritual ou criativo, os indicadores envolvem um conjunto único de práticas que não podem ser certificadas através de auditorias formais, as empresas utilizam o conceito de criatividade e se baseiam na lealdade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006); ii) o **mundo doméstico**, que está relacionado a família e ao princípio comum de benevolência, cuidado e confiabilidade, transmitidos através de evidências orais. As empresas se baseiam no conceito de fidelidade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; PONTE, 2009); iii) o **mundo da fama**, onde o princípio comum é a celebridade ou o renome na opinião pública, que permite que as empresas utilizem o conceito de reputação (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006); iv) o **mundo cívico**, onde o princípio comum é o bem estar coletivo, as empresas se baseiam no conceito de responsabilidade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; PONTE, 2009); v) no **mundo do mercado** o princípio comum é a concorrência do mercado, a evidência é fornecida pelo preço dos bens e serviços, as empresas se organizam em torno do conceito de competitividade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; EYMARD-DUVERNAY, 1989), e ; vi) o **mundo industrial**, cujo princípio comum é a eficiência baseada em parâmetros técnicos mensuráveis e objetivos e escala adequada a funcionalidade, e as empresas evocam o conceito de produtividade (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006).

Os queijos artesanais são avaliados pelos consumidores a partir de diversos aspectos que podem ser classificados a partir dos mundos de legitimação considerados na Teoria das Convenções. De fato, vários atributos extrínsecos servem como indicadores de qualidade desses produtos como utilização de leite cru, as características particulares do leite em função da tipicidade das condições edafoclimáticas do local de produção, das práticas de produção adotadas e das espécies e raças de animais do rebanho, uso de métodos manuais, práticas e formulações tradicionais na elaboração dos queijos, a presença de fermentos lácteos autóctones, atribuindo características sensoriais únicas ao produto, pequena escala de produção, reputação do produtor, realização de venda direta (CRUZ; MENASCHE, 2014; GONZÁLEZ-CÓRDOVA et al., 2016; GRUNERT, 2005; SEIXAS et al., 2014; STEENKAMP, 1990; ZUMBO et al., 2009).

De outro lado, esses produtos também são avaliados a partir de indicadores intrínsecos de natureza físico-química (teor de gordura e umidade, por exemplo) e microbiológica (controle de microrganismos patogênicos e degradativos) em função de normas sanitárias e classificatórias (atribuindo-lhe uma categoria ou variedade)

que os submetem a um esforço de padronização – a exigência de pasteurização do leite é a representação típica da busca de uma matéria-prima *standard* (KNOLL, 2005).

O objetivo deste artigo é identificar práticas de qualidade utilizadas no processamento de queijos artesanais, alinhadas com os diferentes “mundos de legitimação” propostos na Teoria das Convenções, a partir de uma análise bibliográfica e validação de técnicos e *experts* setoriais.

Este trabalho contribui para a literatura nos seguintes aspectos. Em primeiro lugar, este estudo identifica as principais práticas de qualidade para a avaliação de queijos artesanais, que apresentam por excelência, tipicidades e complexidades que remetem a uma análise subjetiva do consumidor. A definição destas práticas pode ser útil para definir os principais indicadores de qualidade do setor, colaborando para o desenvolvimento de estratégias para a cadeia e orientação de políticas públicas (LICITRA, 2010; SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ et al., 2017). Em segundo lugar, este estudo fornece evidências empíricas sobre a relação entre os atributos extrínsecos de queijos artesanais e a expressão da qualidade do produto, visto que a literatura sobre este tema é escassa (CHALITA, 2012; NERO; CARVALHO, 2018). Em terceiro lugar, e desde uma perspectiva metodológica, este trabalho aplica os conceitos da TC juntamente com a pesquisa empírica.

O artigo é composto pelas seguintes seções: introdução, onde são apresentados a justificativa e os objetivos, referencial teórico, onde é apresentada a literatura pertinente ao tema. Posteriormente, na seção de metodologia são apresentados o modelo de coleta de dados, na seção resultados e discussão são apresentados e discutidos os dados encontrados e por fim, as conclusões são apresentadas com alguns *insights* e limitações.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Com o uso de diferentes tecnologias e modernos sistemas de distribuição, os alimentos passaram a ser consumidos longe do seu local de produção, o que implicou num conjunto de ligações heterogêneas, compostas de múltiplas tecnologias, diversos atores econômicos e várias relações sociais entre os locais de produção e o consumo. As ligações diretas entre produtores e consumidores desapareceram e os consumidores tem que contar com novas fontes de informações para ter confiança na comida que vão comprar, demandando maior transparência e informação sobre a origem dos alimentos, o que fez surgir redes alternativas de alimentos e novos indicadores de qualidade ganharam maior

relevância (FERNQVIST; EKELUND, 2014; GOODMAN, 1999; LOBB, MAZZOCCHI; TRAILL, 2007).

Nesta perspectiva estão os alimentos chamados de artesanais, tradicionais e coloniais, e entre eles estão os queijos artesanais, que fazem parte destas redes alternativas e que são, na maioria das vezes, adquiridos diretamente do produtor, através de relações que se baseiam na confiança entre os agentes e que são valorizados pela elaboração em pequena escala, pelo saber-fazer do produtor e pelo território onde são produzidos. Tanto a origem, quanto o método de produção tradicional criam maior expectativa nos consumidores (IACCARINO; DIMONACO; MINCIONE; CAVELLA; MASI, 2006).

Para muitos consumidores, os atributos de qualidade para estes alimentos são variados: são considerados como sendo ambientalmente “amigáveis”, mais frescos, seguros e saudáveis que os produzidos em grande escala (HANAYSHA, 2015; ZEPEDA; DEAL, 2009). Os alimentos produzidos em menor escala, considerados mais “naturais”, são vistos por grupos de consumidores como tendo uma qualidade superior aos alimentos industrializados. Alimentos padronizados são comparados a alimentos “não naturais” e isso se deve ao fato de que os alimentos industrializados, muitas vezes são produzidos em lugares desconhecidos. Por isso o alimento local é muitas vezes pensado como sendo de qualidade superior e mais seguro que os alimentos globalizados. Desta forma, os alimentos localmente reconhecíveis, que apresentam indicativos de serem produzidos a partir de práticas artesanais e ambientalmente favoráveis tornam-se diferenciados aos olhos dos consumidores (MURDOCH; MIELE, 1999; NYGARD; STORSTAD, 1998).

A diferenciação de queijos está relacionada as capacidades e habilidades sociais e cognitivas dos produtores em observar as expectativas de satisfação do consumidor, que muitas vezes não dizem respeito somente aos atributos intrínsecos dos produtos, mas atributos extrínsecos relacionados a ética ambiental, religiosa ou social ou a origem geográfica ou procedência dos alimentos e pelo apelo estético ou afetivo do produto (CHALITA, 2012; GRUNERT, 2005).

Nesse contexto, a maior parte dos atributos extrínsecos dos alimentos são avaliados pelos consumidores a partir de suas “visões de mundo”, ou seja, naquilo que consideram mais importante, de acordo com suas convenções, estrutura cognitiva que baliza indicadores do que é considerado adequado, justo e desejável para cada categoria de produto e que pode envolver dimensões de qualidade relacionadas a preservação do meio ambiente do sistema produtivo

considerado, da capacidade nutritiva e saudabilidade inferida no alimento, do contexto socioeconômico adequado a sua produção (MURDOCH, 1999).

A Teoria das Convenções (TC) vem sendo utilizada para o estudo de redes alternativas de alimentos, coordenação e governança das cadeias de valor agroalimentares e para o estudo do chamado “*quality turn*” na produção e consumo de alimentos (PONTE, 2016).

A teoria sugere que a qualidade é avaliada através da interação social, dependendo de que convenção é usada para justificar a avaliação e a ação, e que a avaliação cognitiva de qualidade está enraizada na interação social e na construção de quadros comuns de referência. A teoria também sugere que existe uma ligação direta entre entendimentos de qualidade e organização social de produção e troca (PONTE, 2016). As convenções não estão fixadas no tempo e no espaço, incluem mecanismos de esclarecimentos e podem ser alteradas (PONTE, 2009). A qualidade dos produtos pode referir-se a diferentes métodos de avaliação, uma vez estabelecido o acordo de qualidade, e permitem a caracterização de padrões de atividade coerentes, relacionados a cada acordo de qualidade (EYMARD-DUVERNAY, 1989).

A TC observou que até o início da década de 1970, a quantificação foi o principal critério para a arbitragem na troca de produtos relativamente homogêneos, enquanto posteriormente a dinâmica econômica baseou-se em “uma obsessão com a qualidade” (PONTE, 2016). A qualidade dos produtos produzidos era altamente padronizada e quase não havia inovações, esse período foi marcado pela estabilidade cognitiva dos consumidores sobre os produtos comercializados e relativa escassez de situações de “requalificação” e desprendimento dos consumidores. Posteriormente, as inovações aumentaram, e as incertezas sobre os produtos também, criando uma instabilidade nas referências cognitivas sobre os produtos. Essas mudanças constituem a “economia da qualidade”, cujo mecanismo de coordenação entre produtores e seus clientes é o julgamento da qualidade e não o preço de mercado. O julgamento da qualidade está baseado principalmente em redes pessoais e de confiança e a formação de preços também é dependente da intervenção dessas redes (KARPIK, 1989; MUSSELIN; EYMARD-DUVERNAY; GADREY; KARPIK; PARADEISE, 2002; THÉVENOT, 1989).

Ou seja, quando a oferta e a demanda são definidas principalmente pela qualidade, e a relação assimétrica que existe proíbe o comprador, ao contrário do vendedor, de separar facilmente um produto de boa qualidade de um produto de má qualidade, essa troca dependerá mais

de uma organização social, fundamentada sobre rede e confiança, do que das forças de mercado neoclássicas. Essa interpretação sugere que o julgamento, ao lado da autoridade e do preço, representa um princípio de organização da vida econômica (KARPIK, 1989).

A economia da qualidade se dá geralmente entre os produtos diferenciados e caracterizados pela combinação de três itens: pluralidade de qualidades, incerteza da qualidade e primazia da qualidade. Com a pluralidade de dimensões, os produtos são, pelo menos parcialmente, incomensuráveis uns com os outros, e a incerteza sobre a qualidade, proíbe distinguir o bem do mal, a assimetria da informação leva a autodestruição do mercado e a primazia pela qualidade, supera a competição pelo preço (MUSSELIN et al., 2002).

Essas incertezas sobre qualidade podem ser incorporadas em uma matriz quantitativa, como riscos calculáveis, que permitem que os atores calculem suas probabilidades para fazerem suas escolhas. As contribuições inovadoras a respeito deste tema foram dadas por um grupo de pesquisadores que reposicionaram esta questão dentro de um contexto de incerteza radical, onde as dificuldades dos atores realizarem as transações econômicas não eram somente devido a assimetria ou falta de informações, mas também devido ao fato de que as informações são percebidas de maneiras diferentes pelos agentes em função de sua inserção em diferentes grupos de referência (NIEDERLE, 2013).

3 METODOLOGIA

Esse trabalho é uma pesquisa científica, realizada a partir de pesquisa bibliográfica e consulta a especialistas setoriais, que tiveram por objetivo relacionar as práticas de qualidade mais importantes para os queijos artesanais aos mundos de legitimação da Teoria das Convenções.

Essa pesquisa buscou identificar uma ampla gama de práticas de qualidade, impactantes em atributos intrínsecos e extrínsecos ao produto, considerando desde a adoção de normas sanitárias e práticas pertinentes para o atendimento de padrões de identidade e qualidade do produto, práticas e processos diferenciais adotados para a elaboração de queijos artesanais, adoção de sistemas de certificação usuais nesse setor, até o desenvolvimento de aspectos relacionais entre os consumidores e os produtores.

Para tal, foi realizado uma revisão bibliográfica, através do mapeamento estruturado e da análise das publicações alocadas na base *Web of Science e Scopus* até 2017. A escolha por essas bases de dados ocorreu, pois, as mesmas são bases multidisciplinares. Todas as buscas por

termos ocorreram em língua inglesa e foram trabalhadas com as suas variações (utilizando o * na base de dados) e depois os resumos dos artigos foram analisados com o intuito de verificar se os mesmos se enquadrariam no escopo deste trabalho.

Para a busca sobre Teoria das Convenções foi utilizado o termo “*convention theory*”. Após foram inseridos os termos “*AND agri**”, com o objetivo de refinar os resultados para a aplicação da teoria no mundo agroalimentar. E para a busca de artigos relacionados a queijos foram utilizadas as bases de dados citadas anteriormente, com utilização das palavras “*artisanal cheese*”.

É importante salientar que não foi encontrado na literatura pesquisada uma definição única para o produto queijo artesanal, por isso, neste trabalho será utilizado a compilação de definições utilizadas por diversos autores. Sendo assim, queijos artesanais podem ser definidos como os produzidos com leite cru ou pasteurizado, com método predominantemente manual, não padronizados, com uso de receitas e formulações tradicionais, com pequena escala de produção, podendo o leite ser de diferentes espécies animais (vaca, búfala, ovelha, cabra, e mistura desses leites), possuindo diferentes tempos de maturação e grande variedade (CRUZ; MENASCHE, 2014; ZUMBO et al., 2009).

A partir dessa revisão bibliográfica os autores relacionaram as práticas de qualidade aos “mundos de legitimação” da Teoria das Convenções de forma empírica, porém baseada em sua própria experiência com esse setor produtos - os autores atuam há décadas como professor e extensionista nessa área -. A relação entre os atributos de qualidade com as características de cada um dos mundos de legitimação foi possível pelo estudo prévio dessa teoria pelos autores na elaboração de uma tese de doutorado.

Essa estrutura analítica foi submetida a oito especialistas, que validaram todos os elementos da proposta de abordagem. Foram consultados extensionistas rurais ou definidores de políticas públicas da EMATER/RS-Ascar, da Secretaria Estadual de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural do Estado do Rio Grande do Sul e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, professores universitários e técnicos da Rede espanhola de queijarias de campo e artesanais (Quered) e do Instituto de Investigação e Formação Agrária e Pesqueira da Junta de Andaluzia/Espanha (IFAPA) que eram familiarizados com aspectos de qualidade diferenciais de queijos artesanais potencialmente aderentes com os “mundos de legitimação” da Teoria das Convenções.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

No **mundo da inspiração** é agrupada a dimensão relacionada aos atributos dos produtos ligados a adoção de equipamentos, práticas ou ingredientes inovadores, cujas práticas de qualidade são os lançamentos de novos tipos de queijos e queijos elaborados exclusivamente por determinado mestre queijeiro, cuja criatividade se expressa na elaboração de novos produtos diferenciados direcionados a alta gastronomia e produtos *gourmet*, que tem o objetivo de surpreender o consumidor (CLIMENT-LOPEZ et al., 2014).

No setor de queijos vem ganhando destaque a elaboração de queijos temperados, elaborados em pequenas propriedades, de maneira artesanal, embalados em papel manteiga e caixas decorativas que valorizam o produto e o produtor (DIAS, 2016).

As **convenções domésticas** ajudam a resolver a incerteza sobre qualidade através da confiança baseada em relações de longo prazo entre os produtores e consumidores de uma determinada categoria de produto. Nesse caso, a definição e manutenção da qualidade dos produtos, e de sua identidade, depende da lealdade dos próprios agentes produtivos podendo gerar uma reputação ou tradição de qualidade institucionalizada na manutenção de práticas adequadas a obtenção dessa qualidade que pode ser representativa de uma região ou país de origem ou expressa pelo nome da marca (BOLTANSKI; THEVENOT, 2006; CLIMENT-LOPEZ et al., 2014).

O mundo doméstico também se relaciona com a valorização de atributos ligados ao localismo, ou seja, a valorização de queijos artesanais com origem geográfica específica e reconhecida, queijos adquiridos diretamente do produtor na propriedade rural ou em feiras locais. Nesse contexto, o conceito de *terroir* é importante, pois representa uma convenção doméstica que envolve o impacto das características edafoclimáticas da região de produção nas características do queijo, assim como a manutenção de práticas típicas dos produtores de determinada região.

A atribuição de confiança aos agentes produtivos está relacionada as vendas diretas e provavelmente justifica a compra de queijos elaborados de maneira informal, ou seja, sem obrigatoriamente atender a legislação sanitária vigente, risco que o consumidor provavelmente mitiga pela confiança atribuída ao produtor e seu modo de fabricação.

No **mundo da fama** o indicador chave é a construção do reconhecimento da qualidade de um produto, marca ou organização decorrente da sua avaliação positiva por *experts*

ou por consumidores em geral (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; CLIMENT-LOPEZ et al., 2014). É comum que o prestígio de um determinado queijo artesanal ou a uma região produtora de queijo lhe seja atribuído por um *expert*, como avaliadores de concursos de qualidade ou *chefs*.

A constituição de uma marca e a percepção de prestígio dessa marca por parte do consumidor também proporcionará fama ao queijo e isso pode ser baseado na publicação de pareceres positivos expressos em sites da internet, revistas, blogs, redes sociais que se dediquem a avaliar a qualidade desses produtos ou participação em feiras comerciais onde o consumidor possa apreciar o produto.

O **mundo cívico** envolve questões relacionadas a manutenção da inocuidade dos produtos – o que normalmente envolve o respeito às normas sanitárias relacionadas à qualidade da matéria-prima e ao processamento dos alimentos – e o resguardo de questões de impacto na comunidade decorrentes das atividades produtivas, como a degradação ambiental, a segurança alimentar da população e a sustentabilidade socioeconômica do empreendimento (BLASI; CAPORIN; FONTINI, 2018).

As práticas relacionadas a preservação do meio ambiente envolvem desde as escolhas relacionadas ao sistema de gestão de dejetos e a adoção de sistemas produtivos com plena utilização desses, como fertilizantes, como o grau de aproveitamento do soro gerado na produção de queijo e o rigor adotado para o tratamento de efluentes gerados. Esses sistemas também podem ser certificados, de forma voluntária, a partir da análise do ciclo de vida dos produtos finais, da “pegada de carbono” dessas atividades (ou de qualquer outro sistema que quantifique os gases de efeito estufa gerados na produção e distribuição dos alimentos) ou como produto orgânico – nesse caso se adotam princípios mais amplos de sustentabilidade ambiental, como a preservação da diversidade biológica de ecossistemas naturais, a busca do incremento da atividade biológica do solo – ambos fatores consequentes da utilização de espécies vegetais adaptadas às condições edafoclimáticas locais e o controle biológico de pragas e moléstias.

Já a segurança do alimento pode envolver a estabelecimento de indicadores obrigatórios, como a presença de selos de inspeção sanitária, que envolvem desde a adoção de boas práticas de fabricação até a implementação de sistemas de controle de qualidade como a Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle - APPCC (que são base para certificações voluntárias como a ISO série 22000).

As convenções existentes em relação a segurança do alimento e cumprimento as normas sanitárias também dizem respeito ao estabelecimento de relações de

confiança entre o produtor e o consumidor – remetendo às convenções do mundo doméstico – na situação típica em que o consumidor adquire queijos artesanais oriundos de uma produção não inspecionada pela fiscalização sanitária, por acreditar que o produtor adotou os cuidados necessários para oferecer um alimento seguro.

A sustentabilidade socioeconômica do empreendimento pode ser avaliada a partir de indicadores como o caráter cooperativo ou não da organização, do respeito às normas trabalhistas e o grau de esforço da organização para gerar bem estar a seus trabalhadores e aos membros da comunidade (através de projetos sociais, por exemplo) e a sua capacidade de gerar desenvolvimento econômico à região em que se insere (CLIMENT-LOPEZ et al., 2014).

O **mundo do mercado** está baseado em indicadores do sucesso comercial do negócio, expresso na atratividade do preço atingido pelos produtos finais, do grau de competitividade e da rentabilidade da agroindústria - dependentes do contexto competitivo em que a organização se insere - mas sobretudo pelo grau de valorização atribuído aos produtos ofertados (CACCIOLATTI; LEE, 2016; CLIMENT-LOPEZ et al., 2014).

As práticas pertinentes para queijos artesanais envolvem a obtenção de preços e volume de vendas superiores aos da concorrência, tendo a agroindústria reconhecida como das mais competitivas do setor, a ponto de dominar o seu mercado de atuação.

No **mundo industrial** as práticas consideradas devem refletir a eficiência técnica e a produtividade da organização, assim como o atendimento a padrões de identidade estáveis do produto – todos atestados a partir de testes mensuráveis e objetivos (BOLTANSKI; THÉVENOT, 2006; CLIMENT-LOPEZ et al., 2014). Assim, na elaboração de queijos artesanais podemos evocar todas as análises físico-químicas e microbiológicas, desde a recepção da matéria-prima até o produto final, que garantem a inocuidade e o atendimento dos padrões de identidade e qualidade do produto final. Além disso, todas as análises de produtividade e adequação dos fatores de produção também são consideradas.

Em particular, é pertinente a manutenção dos mesmos procedimentos processuais-como a obtenção de uma matéria-prima de qualidade homogênea, a adoção da pasteurização do leite e a utilização das mesmas culturas de bactérias lácticas- de maneira a obter, no decorrer do tempo, as mesmas características sensoriais, físico-químicas e microbiológicas das diferentes variedades de queijos artesanais elaborados.

Esses objetivos, contudo, não podem se tornar limitantes à obtenção das características diferenciais que tipificam um determinado tipo de queijo artesanal. Assim, existe divergência entre quais práticas ou cuidados devem ser respeitadas de forma universal e quais devem ser consideradas a partir das especificidades do produto final.

Por exemplo, é de inegável importância os cuidados em relação à qualidade da matéria-prima, dada a perecibilidade do leite cru e sua potencialidade de permitir o crescimento de microrganismos degradativos e patogênicos que impactam de forma irreversível na qualidade do produto final (FOX, 2004). Assim, indicadores de qualidade do leite cru envolvem classicamente a contagem de células somáticas e a contagem bacteriana total, dependentes tanto da sanidade do rebanho leiteiro como da integridade das boas práticas adotadas para sua coleta e conservação – de fato, quando inadequados, esses indicadores não permitirão a obtenção de produtos de qualidade em função da degradação inevitável de componentes críticos à qualidade dos queijos como a gordura e as proteínas do leite (FOX, 2004).

De outro lado, a pasteurização é uma etapa realizada com o objetivo de eliminar as bactérias patogênicas e diminuir a presença de enzimas e microrganismos deteriorantes no leite cru. Em termos de impacto na composição físico-química do leite, a pasteurização provoca a desnaturação de uma parte das proteínas solúveis do leite o que é normalmente indesejado na obtenção de queijos de massa dura. Posteriormente a pasteurização, são

adicionadas culturas de bactérias lácticas cujo impacto na qualidade dos queijos tende a ser controlado e repetitivo (FOX, 2004).

Além disso, os queijos elaborados a partir de leite pasteurizado apresentam sabor e aroma menos intensos e maturam mais lentamente do que aqueles fabricados com leite cru, dada a inativação parcial de enzimas naturais do leite (lipases e proteases) e da microbiota endógena que promove características peculiares a textura e ao sabor e aroma dos queijos em função de sua ação fermentativa e liberação de enzimas lipolíticas e proteolíticas – mecanismo precursores da formação de componentes aromáticos nos queijos (FOX, 2004). Assim, a manutenção da microbiota natural pela não pasteurização do leite cru pode representar um fator de qualidade diferenciada na elaboração de queijos artesanais, porém é possível que ocorra uma maior variabilidade dos microrganismos envolvidos nesse processo e, conseqüentemente, nas características dos produtos obtidos.

Fica evidente, portanto que existem *trade-offs* a serem considerados em algumas práticas e tecnologias de processamento de queijos artesanais, em função dos impactos positivos para sua diferenciação e tipificação *versus* os riscos de perda de qualidade ou repetibilidade das características sensoriais ou mesmo de inocuidade do produto final.

No Quadro 1 são apresentadas as principais práticas de qualidade identificadas para a produção de queijos artesanais.

QUADRO 1 – Identificação das práticas de qualidade de queijos artesanais

Mundo de legitimação	Dimensão de qualidade	Práticas de qualidade nos queijos artesanais
Inspiração	Atributos diferenciados dos produtos ligados a adoção de práticas, equipamentos ou ingredientes inovadores	Lançamento de novo tipo de queijo, queijo elaborado exclusivamente por determinado mestre queijeiro
Doméstico	Atributos ligados ao localismo	Venda em feiras locais, indicação de origem geográfica, queijos com <i>terroir</i> , uso de receitas tradicionais
	Confiança nos agentes produtivos	Venda direta, visitação ao local de produção, relações de proximidade entre produtor e consumidor
Fama	Prestígio atribuído por <i>experts</i>	Opinião de <i>experts</i> (especialistas, chefs, afinadores de queijo, etc) sobre a qualidade de um queijo artesanal
	Marca	Marca de queijo e/ou região produtora reconhecidas pelo seu prestígio Boa reputação da marca
Cívico	Impactos causados ao meio ambiente provocados pelo processo ou pelo produto	Gestão de efluentes e dejetos, destino do soro, adoção de sistemas de gestão ambiental (ISO 14000)
	Atributos ligados ao impacto social do processo e produto	Respeito as normas trabalhistas, caráter cooperativo do empreendimento, esforço em gerar bem-estar para os trabalhadores e comunidade, promoção do desenvolvimento local
	Segurança do alimento	Atendimento a legislações (selo de inspeção sanitária oficial), estabelecimento e monitoramento de indicadores de qualidade, certificações de segurança do alimento (APPCC, ISO 22000)
Mercado	Preço	Definição de preço como indicador de qualidade, volume de vendas, competitividade
Industrial	Eficiência técnica, produtividade, manutenção do padrão	Realização de análises físico-químicas, microbiológicas e sensoriais do queijo Monitoramento de indicadores de produtividade

5 CONCLUSÕES

A Teoria das Convenções é uma abordagem teórica adequada para tratar da diversidade de comportamento dos agentes, expressa na oferta de produtos típicos e diferenciados a partir de atributos extrínsecos de qualidade, cuja manutenção e reconhecimento dependem da lealdade dos produtores e do estabelecimento de relações de confiança com os consumidores.

Muitas dessas práticas de qualidade contudo, são fruto da construção coletiva dos *stakeholders* desse setor (consumidores, *chefs*, *digital influencers*, agentes de fiscalização e controle, produtores e processadores de leite, fornecedores de insumos e equipamentos, representantes de instituições de ensino, pesquisa e extensão, representantes de associações setoriais, etc), que através da interação social e acordos coletivos (tácitos ou codificados) estabelecem critérios de análise a serem mobilizados em função de sua percepção do que é justo, confiável e adequado para caracterizar e valorizar cada categoria de produto ou sistema produtivo.

A identificação de práticas de qualidade de queijos artesanais alinhados com os diferentes “mundos” propostos na Teoria das Convenções foi baseada na coleta de dados secundários, a partir de uma revisão bibliográfica e através da construção de uma estrutura de abordagem empírica, a partir da experiência dos autores, validada por especialistas setoriais. Essa relação torna-se pertinente, portanto, para subsidiar análises que tenham como objetivo compreender a importância e a relação entre essas práticas e a qualificação dos produtos junto ao consumidor e, em última análise, explicar o desempenho econômico das agroindústrias.

Esse estudo tem implicações para a administração pública, que fomenta e fiscaliza a atividade de processamento de alimentos nas propriedades rurais. Do ponto de vista dessas entidades, os resultados podem ser importantes para a promoção de políticas públicas que fomentem o desenvolvimento dessas atividades, com o objetivo de geração de renda, promoção da sucessão familiar e para evitar o êxodo rural, além de promover a formalização dessa

produção, seja do ponto de vista sanitário, ambiental e/ou fiscal (JUNIOR, 2009; RIO GRANDE DO SUL, 2012).

Os resultados obtidos mostram a importância da adoção de determinadas práticas, que determinam os indicadores de qualidade extrínsecos ao produto, demonstrando a importância da adoção de práticas de responsabilidade social e ambiental, estabelecimento de relações de confiança com os consumidores, além de controles e análises durante o processamento para obtenção de um queijo, que mesmo sendo feito de maneira artesanal, com predomínio de processos manuais, escala menor de produção, predomínio de conhecimento tácito e ligação com o território (BLUNDEL, 2002; LICITRA, 2010), mantenha suas principais características estáveis no decorrer do tempo.

Este trabalho não está isento de limitações e elas podem indicar futuras linhas de pesquisa. Primeiro, a definição das práticas de qualidade para a elaboração de queijos artesanais de qualidade é apresentada de forma difusa na literatura. Em segundo, a relação dessas práticas de qualidade com os diferentes mundos de legitimação só foi possível a partir de um esforço empírico dos autores a partir de sua imersão prévia desses fatores, à luz da Teoria das Convenções – processo validado por um número limitado de especialistas setoriais.

Novos estudos que analisem as práticas de qualidade mais relevantes para a produção de queijos artesanais, com um maior número de especialistas, incluindo os próprios produtores, em diferentes regiões e nacionalidades podem auxiliar a fortalecer a literatura sobre esse tema, que é escassa e diversificada, e auxiliar no entendimento dos fatores de qualidade mais importantes para esse tipo de produção.

6 REFERÊNCIAS

- BLASI, S.; CAPORIN, M.; FONTINI, F. A Multidimensional Analysis of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Firms' Economic Performance. **Ecological Economics**, London, v. 147, p. 218-229, 2018.
- BLUNDEL, R. Network evolution and the growth of artisanal firms: A tale of two regional cheese makers. **Entrepreneurship and Regional Development**, London, v. 14, n. 1, p. 1-30, 2002.
- BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. **On justification: Economies of worth**. NJ: Princeton University Press, 2006.
- CACCIOLATTI, L.; LEE, S. H. Revisiting the relationship between marketing capabilities and firm performance: The moderating role of market orientation, marketing strategy and organisational power. **Journal of Business Research**, New York, v. 69, n. 12, p. 5597-5610, 2016.
- CHALITA, M. A. N. O consumo de queijo como referência para a análise do mercado de qualidade do produto. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 50, n. 3, p. 545-562, 2012.
- CLIMENT-LOPEZ, E.; SANCHEZ-HERNANDEZ, J. L.; CANTO-FRESNO, C.; ALONSO-SANTOS, J. L.; RAMIREZ-GARCIA, S.; RODERO-GONZALEZ, V.; RUIZ-BUDRIA, E. Measuring quality conventions in the food industry: Applications to the wine sector in Spain. **Geoforum**, Amsterdam, v. 56, p. 148-160, 2014.
- CRUZ, F. T.; MENASCHE, R. O debate em torno de queijos feitos de leite cru: entre aspectos normativos e a valorização da produção tradicional. **Vigilância Sanitária Em Debate**, Rio de Janeiro v. 2, n. 4, p. 34-42, 2014.
- DIAS, J. C. **Duas Unhas de Queijo: A História dos queijos terroir artesanais brasileiros**. São Paulo: Barleus, 2016.
- EYMARD-DUVERNAY, M. F. Conventions de qualité et formes de coordination. **Revue Économique**, Paris, v. 40, n. 2, p. 329-359, 1989.
- FERNQVIST, F.; EKELUND, L. Credence and the effect on consumer liking of food – A review. **Food Quality and Preference**, Barking, v. 32, p. 340-353, 2014.
- FOX, P. F. **Cheese: chemistry, physics and microbiology**. London: Elsevier, 2004.
- GONZÁLEZ-CÓRDOVA, A. F.; YESCAS, C.; ORTIZ-ESTRADA, Á. M.; DE LA ROSA-ALCARAZ, M. DE LOS Á.; HERNÁNDEZ-MENDOZA, A.; VALLEJO-CORDOBA, B. Invited review: Artisanal Mexican cheeses. **Journal of Dairy Science**, Champaign, v. 99, n. 5, p. 3250-3262, 2016.
- GOODMAN, D. Agro-food studies in the 'age of ecology': Nature, corporeality, bio-politics. **Sociologia Ruralis**, Assen, v. 39, n. 1, p. 17-38, 1999.
- GRUNERT, K. G. Food quality and safety: Consumer perception and demand. **European Review of Agricultural Economics**, Oxford, v. 32, n. 3, p. 369-391, 2005.

- HANAYSHA, J. Examining the Role of Service Quality in Relationship Quality Creation: Empirical Insights from Malaysia. **Mediterranean journal of social sciences**, Rome, v. 6, n. 4, p. 458-465, 2015.
- IACCARINO, T.; DIMONACO, R.; MINCIONE, A.; CAVELLA, S.; MASI, P. Influence of information on origin and technology on the consumer response: The case of soppressata salami. **Food Quality and Preference**, Barking, v. 17, n. 1-2, p. 76-84, 2006.
- JUNIOR, V. J. W. Agroindústria familiar: um mecanismo de estímulo especialização das atividades na propriedade rural? **Mundo Agrario**, La Plata, v. 9, n. 18, p. 1-25, 2009.
- KARPIK, L. L' économie de la qualité. **Revue Française de Sociologie**, p. 187-210, 1989.
- KNOLL, L. P. Origins of the regulation of raw milk cheeses in the United States. Cambridge, 2005.
- LICITRA, G. World wide traditional cheeses: Banned for business? **Dairy Science & Technology**, Noida, v. 90, n. 4, p. 357-374, 2010.
- LOBB, A. E.; MAZZOCCHI, M.; TRAILL, W. B. Modelling risk perception and trust in food safety information within the theory of planned behaviour. **Journal of Food Quality and Preference**, Barking, v. 18, p. 384-395, 2007.
- MURDOCH, J.; MIELE, M. 'Back to Nature': Chaning 'Worlds of Production' in the Food Sector. **Sociologia Ruralis**, Assen, v. 39, n. 4, p. 465-483, 1999.
- MUSSELIN, C.; EYMARD-DUVERNAY, F.; GADREY, J.; KARPIK, L.; PARADEISE, C. Quality. **Sociologie Du Travail**, Paris, v. 44, n. 2, p. 255-287, 2002.
- NERO, L. A.; CARVALHO, A. F. Challenges for Production and Consumption of Raw Milk and Raw Milk Products. In: NERO, L. A.; CARVALHO, A. F (Org.). **Raw Milk: Balance Between Hazards and Benefits**. Londres: Elsevier Inc, 2018.
- NIEDERLE, P. A. Economia das Convenções: subsídios para uma sociologia das instituições econômicas. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 34, n. 2, p. 439-470, 2013.
- NYGARD, B.; STORSTAD, O. De-globalization of food markets? Consumer perceptions of safe food: the case of Norway. **Sociologia Ruralis**, v. 38, n. 1, p. 35-53, 1998.
- PONTE, S. Convention theory in the Anglophone agro-food literature: Past, present and future. **Journal of Rural Studies**, New York, v. 44, p. 12-23, 2016.
- PONTE, S. Governing through Quality: Conventions and Supply Relations in the Value Chain for South African Wine. **Sociologia Ruralis**, Assen, v. 49, n. 3, p. 236-257, 2009.
- RIO GRANDE DO SUL. Lei nº 13.921, de 17 de janeiro de 2012. Institui a Política Estadual de Agroindústria Familiar no Estado do Rio Grande do Sul. **Diário Oficial [do] Estado do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, RS, 18 jan. 2012.
- SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, J. L.; CLIMENT-LOPEZ, E.; GARCÍA, S. R.; GONZÁLEZ, V. R.; PALOMAR, B. L.; DEL CANTO FRESNO, C. Clasificación de las Denominaciones de Origen vinícolas en la tipología de los mundos de producción: una aplicación al caso español. **Cuadernos Geográficos**, Granada, v. 56, n. 2, p. 263-282, 2017.
- SEIXAS, V. N. C.; CORREIA, L. F. M.; PERRONE, I. T.; COUTINHO, R. M. P.; COSTA, R. G. B. B.; CARVALHO, A. F. Socioeconomic diagnosis of cheese producers of Marajó, state of Pará, Brazil. **Revista Do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, Juiz de Fora, v. 69, n. 5, p. 309-321, 2014.
- STEENKAMP, J. B. E. M. Conceptual Model of the Quality Perception Process. **Journal of Business Research**, New York, v. 21, n. 4, p. 309-333, 1990.
- THÉVENOT, L. Équilibre Et Rationalité Dans Un Univers Complexe. **Revue Économique**, Paris, v. 40, n. 2, p. 147-198, 1989.
- ZEPEDA, L.; DEAL, D. Organic and local food consumer behaviour: Alphabet theory. **International Journal of Consumer Studies**, London, v. 33, n. 6, p. 697-705, 2009.
- ZUMBO, A.; DI ROSA, A. R.; BILLONE, B.; CARMINATI, D.; GIRGENTI, P.; DI MARCO, V. Ripening-induced changes in microbial groups of artisanal Sicilian goats' milk cheese. **Italian Journal of Animal Science**, Bologna, v. 8, sup. 2, p. 450-452, 2009.