

Indicações geográficas e cooperação: aspectos valorativos para o queijo de coalho no agreste de Pernambuco

Girleno Costa Pereira

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

Leonardo Ferraz Xavier

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE)

Recebido: 17/02/2017 Versão revisada (entregue): 06/06/2018 Aprovado: 22/06/2018

Resumo

A agroindústria familiar rural surge como uma alternativa na busca de novos nichos de mercado, utilizando-se da maior diversidade e diferenciação de produtos através da transformação dentro da propriedade. A construção da qualidade nos mercados e das regras que os regem, mesmo com o cumprimento das normas legais, vem de dentro do processo e com a colaboração de muitos atores. Nesse contexto, a teoria econômica das convenções é utilizada para explicar como funcionam as interações entre os produtores de queijo de coalho artesanal e os demais atores no Agreste de Pernambuco, o qual foi demarcado e encontra-se em processo de reconhecimento de Indicação Geográfica. A partir de materiais coletados por levantamentos documentais, entrevistas individuais e observações, projetou-se um corpus capaz de maximizar a variedade de sentidos acerca do queijo de coalho nos diferentes estágios da construção qualitativa. Os resultados apontam que os agentes organizados, com destaque para as instituições, compõem uma complexa rede de atores em condições de criar um produto mais sofisticado à medida que eles ativem recursos que lhes são peculiares para qualificá-lo.

Palavras-chave | Agroindústria familiar; economia das convenções; indicação geográfica; queijo de coalho; Pernambuco.

Código JEL | D02 L23 Q13.

GEOGRAPHICAL INDICATIONS AND COOPERATION: VALUE ASPECTS REFERRING TO THE CURDLED CHEESE FROM PERNAMBUCO'S AGRESTE

Abstract

The rural family agro-industry emerges as an alternative in the search for new market niches, using the greater diversity and differentiation of products through the transformation within the property. The construction of quality in the markets and the rules that govern them, even with compliance with legal norms, comes from within the process and with the collaboration of all the actors. In this context, the economic theory of the conventions is used to explain how the interactions between artisanal curdled cheese producers and the other actors in the Agreste of Pernambuco function, which has been demarcated and is in the process of recognition of Geographical Indication. From materials collected by documentary surveys, individual

interviews and observations, a corpus capable of maximizing the variety of senses about curdled cheese at the different stages of qualitative construction was designed. The results show that organized agents, with emphasis on institutions, make up a complex network of actors with the capacity to create a more sophisticated product, as they activate resources that are peculiar to them.

Keywords | Conventions economics; curdled cheese; family agro-industry; geographical indication; Pernambuco.

JEL-Code | D02 L23 Q13.

INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y COOPERACIÓN: ASPECTOS VALORATIVOS PARA EL QUESO DE CUAJO EN EL AGRESTE DE PERNAMBUCO

Resumen

La agroindustria familiar rural surge como una alternativa en la búsqueda de nuevos nichos de mercados, utilizando la mayor diversidad y diferenciación de productos a través de la transformación dentro de la propiedad. La construcción de la calidad en los mercados y de las reglas que los rigen, incluso con el cumplimiento de las normas legales, viene de dentro del proceso y con la colaboración de todos los actores. En este contexto, la teoría económica de las convenciones se utiliza para explicar cómo funcionan las interacciones entre los productores de queso de cuajo artesanal y los demás actores en el Agreste de Pernambuco, el cual fue demarcado y se encuentra en proceso de reconocimiento de Indicación Geográfica. A partir de materiales recolectados por levantamiento documental, entrevistas individuales y observaciones, se proyectó un corpus capaz de maximizar la variedad de sentidos acerca del queso de cuajo en las diferentes etapas de la construcción cualitativa. Los resultados apuntan que los agentes organizados, con destaque a las instituciones, componen una compleja red de actores con capacidad de crear un producto más sofisticado, a medida que activan recursos que les son peculiares para calificarlo.

Palabras-clave | agroindustria familiar; economía de las convenciones; indicación geográfica; Pernambuco; queso de cuajo.

Código JEL | D02 L23 Q13.

Introdução

A acirrada competição do mercado e o crescente padrão de exigência dos consumidores em relação à qualidade têm estimulado organizações a buscarem novos nichos de mercado e formas de diferenciar os seus produtos e serviços, ao mesmo tempo em que propicia a confiança de seus consumidores. Nesse contexto, autores como Wilkinson (2008) e Niederle (2009) inferem que a agroindústria surge dentro do objetivo em desenvolver iniciativas autônomas e

capacidades próprias para abrir alternativas aos mercados tradicionais, como no caso dos produtos artesanais, de denominação de origem e orgânicos, além do desenvolvimento dos circuitos regionais de produção e consumo.

Com relação ao território e setores produtivos específicos, infere-se a importância dos atores locais e da articulação entre eles em vista do fortalecimento de suas atividades produtivas e da atenção ao seu local de produção. Sob essa perspectiva, os mercados locais vêm sendo percebidos como construções sociais de qualidade. Essa nova forma de entendimento passa a ser enriquecido pelos estudos da teoria das convenções. Para Abramovay (2004) a compreensão da teoria está sobretudo no foco que deve ser dado à subjetividade dos agentes econômicos, à diversidade e à história de suas formas de coordenação.

Dentro da abordagem convencionalista, a noção de qualidade nas atividades de produção passa então a ser revelada por avaliação dos produtores e organizações relacionadas à constituição do produto. E isso envolve, muitas vezes, múltiplos atores, com distintos interesses. Neste caso, a identificação da qualidade necessita ser realizada por meio de normas e métodos de avaliação incorporados em instrumentos capazes de captar os princípios que subscrevem a qualidade e que melhor representam esses valores, como é o caso das Indicações Geográficas (IGs).

Sua construção está fortemente atrelada ao conceito de tipicidade. Para Bérard e Marchenay (2004), a tipicidade de um produto pode ser definida a partir de seu vínculo com um território, sendo construída e identificada mediante um saber coletivamente partilhado. Os alimentos típicos estão ligados ao “saber fazer” do agricultor, de forma que os atores envolvidos com sua produção e distribuição geralmente fazem referência à tradição, à localidade, à origem, ao prestígio e baseiam-se, implicitamente, em aspectos industriais, históricos, de reputação, de singularidades, de coletividade e de mercado para promover produtos ditos “locais” e sua preservação.

O processo de Indicação Geográfica do queijo de coalho no Agreste pernambucano, que ocorre desde o ano 2000, nasce dentro da emergência em reconhecer a qualidade da produção artesanal e a formas de coordenação utilizadas para qualificar o produto, envolvendo os modos de revalorização de bens imateriais associados a uma identidade territorial e à origem geográfica específica, bem como a forma que estas são acordadas entre produtores e com os consumidores.

Observa-se a criação de uma rede entre as instituições envolvidas com o processo de obtenção da IG “Agreste de Pernambuco” de modo a ajudar os pequenos produtores artesanais de queijo de coalho a melhorarem os processos existentes, viabilizando a certificação de qualidade singular do produto. Isso conduz a uma situação aparentemente paradoxal de que o processo de inovação do queijo de

coalho tem se mostrado o caminho para fazer com que a chamada produção tradicional seja retomada e valorizada no mercado.

Para tanto, elegeram-se, como objetivo geral do presente estudo, analisar de que forma são construídas as formas de mobilização com vistas ao reconhecimento das especificidades do queijo de coalho produzido no Agreste pernambucano, dentro de um ambiente institucional e organizacional construído socialmente no território. Associados ao referido objetivo geral, listam-se como objetivos específicos a identificação e caracterização das organizações, instituições e demais atores envolvidos no processo; a compreensão da coordenação e dinâmica dos atores e quais os aspectos e condicionantes que caracterizam a região e os produtores artesanais de queijo de coalho como potenciais adquiridores da certificação de origem.

O traçado aos objetivos deste estudo procura então evidenciar não apenas o espaço físico, mas os elementos através dos quais são construídas as ligações entre as características específicas do território, compreendendo tanto os fatores naturais quanto os humanos. Busca-se assim a compreensão que a valorização do local é evidenciada por sua aptidão para receber o que lhe é externo. A expressão do território nas Indicações Geográficas é, portanto, um processo dinâmico, administrado pelos atores locais e externos.

Aporte teórico

A Teoria das Convenções

As ciências sociais têm assistido a um esforço renovado de elaboração de teorias dentro da sociologia econômica. Segundo Swedberg (2004), esta é definida como a aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos. Historicamente, as ideias da sociologia econômica vêm sendo tratadas por estudiosos de economia, de sociologia e outros (MOLINARI; PADULA, 2013).

A novidade da sociologia econômica é o seu projeto de explicar o funcionamento dos mercados a partir de uma abordagem de redes sociais. Os fundadores da sociologia ou eram, ao mesmo tempo, economistas (Marx, Pareto), ou ocupavam cátedras de economia (Weber), ou desenvolveram uma reflexão crítica sobre a teoria econômica como parte central da elaboração das suas teorias sociais (Durkheim). A importância de desenvolver uma sociologia econômica foi defendida também nos trabalhos do Economista Schumpeter (WILKINSON, 2002, p. 2).

Dentre as mais notáveis convergências teóricas recentes, pode-se destacar o proveitoso intercruzamento de temáticas, referências e publicações entre a Nova Sociologia Econômica (NSE), a Teoria das Convenções (TC) e a Nova Economia Institucional (NEI) (ALLAIRE, 2010; BIGGART; BEAMISH, 2003; STEINER; VATIN, 2009; WILKINSON, 2006). A Nova Economia Institucional, segundo North (1991), traz uma visão analítica do papel das instituições e de como se relacionam com as organizações e os agentes envolvidos. Já a Nova Sociologia Econômica introduz uma nova ideia de mercados a partir de estudos da dinâmica dos mesmos, com uma extrapolação de redes sociais, a partir dos anos 1970, com Mark Granovetter.

O centro das atenções, segundo Granovetter (1985), incide sobre as redes interpessoais homogêneas, cujos laços, positivos e simétricos, são formados das interações de indivíduos pré-dispostos a cooperar e a manter a confiança. Nessa perspectiva, a discussão sobre *embeddedness* é associada a relações de confiança e reciprocidade entre os atores locais. Mercados enraizados seriam então aqueles em que as relações de troca são fortemente mediadas por convenções sociais formadas pelas interações que ocorrem no “contexto social mais imediato”, nas redes sociais que se estabelecem na localidade, na região ou no território (NIEDERLE; GRISA, 2013).

A compreensão desse conceito releva a subjetividade dos agentes econômicos, a diversidade e a história de suas formas de coordenação, as representações mentais a partir das quais se relacionam, bem como a capacidade de obter e inspirar confiança, de negociar, fazer cumprir contratos, estabelecer e realizar direitos.

A racionalidade dos atores pode ser condição necessária, mas nem de longe suficiente para a ação, pois a conduta dos indivíduos e dos grupos só se explica socialmente. Tem-se que a relação entre os atores econômicos não é apenas indireta, por meio de preços, mas exige a construção de instâncias, instituições que as regulem (ABRAMOVAY, 2004, p. 2-3).

Para Flores (2003) encontramos o argumento sobre a atenção que deve ser dada para as interações de território, que passa a representar os limites físicos compreendidos por determinada identidade. Para o autor temos na construção deste, um elemento de fortalecimento do multiculturalismo e de criação de novos mercados, que enfatizam o saber-fazer local, a identidade cultural e também o consumidor. A interação de atividades econômicas em diversos territórios empobrecidos tem permitido criar uma nova dinâmica de desenvolvimento.

Dessa forma, na percepção de Marescotti (2000), a convenção é considerada um mecanismo de coordenação que emerge coletivamente para resolver uma situação dificilmente resolvida por uma decisão individual. Então, os contratos são

socialmente formados com variáveis de tempo e espaço. Logo, segundo Boyer (2006), os agentes baseiam-se em alguma experiência comum, histórica ou cultural. A convenção é, de tal modo, um acordo social que permite às pessoas a colaboração mútua.

Indicações geográficas (IGs)

Em todo o mundo, as Indicações Geográficas (IGs) tornaram-se uma das manifestações mais notórias da emergência de uma nova economia de qualidades no sistema agroalimentar. Segundo Niederle e Aguiar (2012), trata-se de um instrumento com uma impressionante capacidade de ajustamento a diferentes contextos sociais e ecológicos, com intuito de estimular os atores sociais a mobilizar os mais diversos recursos para dar forma a processos de qualificação, os quais são utilizados como catalisadores de novas perspectivas dentro do território.

Diferentemente das demais ferramentas de qualificação para produtos baseados em princípios valorativos, que traduzem ao consumidor as devidas informações sobre os atributos de qualidade e métodos de processamentos dos alimentos, sem, no entanto, vincular esses atributos com o local, as IGs trazem consigo o potencial de ligar a produção a aspectos sociais, culturais e ambientais de determinados lugares, além de se distinguir das mercadorias produzidas em massa, abrindo a possibilidade de uma maior responsabilidade de determinados territórios (BARHAM, 2003).

Sua noção surgiu de forma gradativa, de acordo com Cerdan e Vitrolles (2008), à medida que produtores e consumidores perceberam as qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais. Em meados de 1935, a Europa inicia uma sólida cultura de regulamentação técnica e legal da propriedade intelectual de origem, sendo a França o país pioneiro na identificação de indicações geográficas com a criação da AOC (*Appellation d'Origine Contrôlée*) o qual designa que as características dos vinhos são frutos das propriedades físico-químicas do local e da tradição da vitivinicultura regional.

No Brasil, a fim de conformar a legislação brasileira às disposições das normatizações internacionais, foi elaborado um novo marco jurídico interno, a Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996), cuja análise do pedido, concessão do direito de proteção e definição das condições de registro das IGs ficou a cargo do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (INPI, 2018).

O marco legal traz consigo duas espécies de proteção para produtos e serviços agropecuários, que podem ser encontradas nos artigos 177 e 178 da referida lei (BRASIL, 1996). O quadro 1, explicitado por Glass (2009), apresenta uma síntese da diferenciação entre as duas.

Quadro 1 – Diferenças entre as modalidades de Indicações Geográficas

Aspectos	Denominação de Origem (DO)	Indicação de Procedência (IP)
Naturais	O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é fundamental.	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial e o nome geográfico pode referir-se até mesmo, por exemplo, ao local de engarrafamento de determinado produto.
Notoriedade	Indispensável.	Não necessariamente indispensável.
Homogeneidade de produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa uniformidade de características.	Pode ser aplicado a um conjunto de produtos de características diferentes, que tenham em comum apenas o lugar de produção, o centro de distribuição ou o local de engarrafamento, por exemplo.
Regras de produção	Há normas específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos.	Não existe uma disciplina mínima de produção à qual devem ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca.
Estabilidade das características	Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e de certa constância nas suas características	Não implica um nível determinado de qualidade, nem da constância das características.

Fonte: adaptado de Glass (2009).

Apesar das IGs terem sido oficialmente reconhecidas após a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/1996, o Brasil não tinha qualquer tradição nesse aspecto. Foi a partir do início do ano 2000 que o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) começaram a intensificar o trabalho de divulgação desse conceito. Até maio de 2018, o INPI já havia aprovado 66 registros de Indicações Geográficas para produtos e serviços com expressiva participação de pequenos negócios. No quadro 2, pode-se observar uma síntese de algumas dessas IGs brasileiras (INPI, 2018).

Quadro 2 – Indicação de procedência e de origem reconhecidas no Brasil

Nome Geográfico/Produto	UF	Caracterização	Símbolo
1 Vale dos Vinhedos / Vinhos tintos, brancos e espumantes.	RS	Primeira região do Brasil a obter o selo de Indicação de Procedência e de Indicação de Origem para vinhos, iniciado em 2002. O desenvolvimento territorial alcançado trouxe várias vantagens aos atores envolvidos a partir do reconhecimento da qualidade dos vinhos e espumantes dessa região na Europa.	
2 Serro / Queijo artesanal	MG	Adquiriu a Indicação de Procedência no ano de 2011, graças ao conjunto de fatores presentes na região como solo, relevo, clima e vegetação, garantindo assim a especificidade do sabor do queijo artesanal.	
3 Canastra / Queijo artesanal	MG	A produção de queijos na região data do século XIX e revela-se de grande importância na economia de vários agricultores familiares. Foi graças ao reconhecimento da IP no ano de 2012 que se deu a publicação da Normativa nº30/2013 onde o MAPA autorizou a venda dos queijos artesanais tradicionalmente elaborados a partir de leite cru para todo o Brasil.	
4 Cariri Paraibano / Renda Renascerça	PB	Produto responsável pela inserção das mulheres da região no mercado de trabalho. A Indicação de Procedência adquirida no ano de 2013 trouxe um importante suporte econômico graças ao turismo.	
5 Porto Digital / Softwares	PE	O selo de Procedência adquirido em 2012 certifica que os softwares produzidos no Porto Digital tem qualidade atestada.	
6 Região de Pinhal / Café verde, torrado e moído	SP	No ano de 2016 os cafeicultores de Pinhal no estado de São Paulo tiveram a aprovação da Indicação de Procedência Cocampi para a região. A área delimitada tem como característica a cafeicultura de montanha com cultivos em espaçamento tradicional e sistemas de produção familiar.	
7 Associação dos Produtores de Cacao do Sul da Bahia	BA	A IG adquirida em 2018 traz uma ferramenta de desenvolvimento territorial, promovendo a valorização da região, que agora passará a ser reconhecida nacionalmente como produtora e provedora de cacau de qualidade.	

Fonte: adaptado de INPI (2018).

O crescimento de produtos com determinadas características de tipicidade ganha notoriedade a partir do momento em que as IGs permitem o reconhecimento das relações sociais e patrimoniais locais, utilizando-as na instituição de marcos identitários. A evidência ressaltada não se refere exatamente ao espaço físico, mas aos elementos através dos quais são construídas as ligações entre as características específicas do território, compreendendo tanto os fatores naturais quanto os humanos. Além disso, acentuam a valorização do local demonstrando sua aptidão para receber o que lhe é externo, sendo, portanto, um processo dinâmico.

A agroindústria familiar rural e as formas de representatividade

Um dos movimentos observados dentro da agricultura familiar corresponde ao desenvolvimento de mercados alternativos associados a mecanismos de coordenação. Produtos tidos como tradicionais são enraizados num contexto espacial único e em tradições locais, sendo o processo social de qualificação fortemente ligado a relações de confiança e conhecimento mútuo entre produtores e consumidores. Esse tipo de convenção associa-se à dinâmica peculiar das redes de produção e circulação destes produtos, notadamente mercados de proximidade que se vinculam ao contexto local/regional (NIEDERLE, 2009).

O autor ressalta acerca das particularidades das agroindústrias de cunho familiar. Para este, esses empreendimentos seguramente constituem o principal exemplo de enraizamento nos mercados alternativos relacionados à agricultura familiar. Aqui, a questão da qualidade parece mais intimamente ligada ao conteúdo cultural de formas artesanais e tradicionais de produção. Essa singularidade impõe desafios próprios a estes mercados, principalmente no que se refere à associação diferenciada com o local e os critérios de qualidade, onde, diferentemente do que ocorre em outros países, não precisa necessariamente ter uma associação severa como a região ou o território.

Requier-Desjardins (2002) complementa que em sistemas agroalimentares que não possuem um conteúdo meramente geográfico, mas também um espaço construído por ações coletivas, marcadas por questões culturais e regulado institucionalmente, presta-se perfeitamente ao uso da abordagem convencionalista, principalmente no que se refere ao mundo tradicional de produção. Então, deve existir uma interação entre o território e a cadeia produtiva de um determinado alimento. É nessa ótica que os recursos específicos ganham notoriedade, principalmente no que se refere à imagem que o território representa quanto à diferenciação.

Nesse sentido, o cooperativismo vem sendo apontado, segundo Lenz (2002), como um sistema de colaboração total e que não se restringe tão somente às práticas produtivas dos seus membros, abrangendo assim às demais atividades associativas de forma coletiva. Por conseguinte, Lago et al. (2006) afirma que a

prática cooperativista é utilizada como ferramenta de auxílio para a superação das dificuldades individuais, além de revelar uma competitividade reduzida, gerando benefícios de extrema importância para esse tipo de organização, sobretudo no setor agrícola e, especialmente, na produção dos agricultores.

Para tanto, conforme Pires (2003) tem-se que, no meio rural, as cooperativas e as associações agrícolas, além de concebidas como organizações de natureza econômica, são também identificadas como espaço de participação democrática, capazes de estimular a criação de redes e o desenvolvimento local. Flores (2005) acrescenta que as formas de cooperação trazem a possibilidade de os produtos tradicionais provenientes da agricultura familiar ganharem maior espaço nos mercados local, nacional e internacional, desde que haja, por parte dos agricultores, condições de se organizarem e controlarem, eles próprios, suas associações e formas de cooperação.

Além disso, Flores (2005) sublinha a importância da criação de sistemas de certificação, como uma forma de valorização do produto e de sua inserção mais eficaz nos mercados. Entretanto, reconhece que uma prática dessa natureza requer conhecimentos especializados e custos adicionais que nem sempre são acessíveis aos agricultores de base familiar. Nesse caso, como observa, o apoio da assistência técnica reveste-se de particular relevância.

Outra questão, levantada por Bessy e Favereau (2003), aponta que as convenções coletivas de normas, contratos e acordos, dentro das cooperativas e associações, são mais eficientes que as instituições formais, pois estas não eliminam a incerteza na cooperação entre atores. Os autores afirmam que toda regra é mais ou menos incompleta e que os atores devem encontrar-se em um esquema de interpretação da regra para se coordenar.

Para a teoria das convenções, é a convenção que permite essa interpretação. Nessa direção, Sylvander (1992) também comenta que a teoria é uma alternativa ao modelo neoclássico do tipo walrasiano, apresentando soluções para os problemas de coordenação que afetam o funcionamento dos mercados, ao descrever os diferentes tipos ou formas de coordenação que contribuem para regular as relações entre os atores. Sendo assim, as convenções dão vida às instituições, enquanto as instituições dão forma às convenções.

Procedimentos metodológicos

A presente pesquisa caracteriza-se por ser qualitativa e de caráter exploratório, haja vista possibilitar um melhor entendimento e compreensão do fenômeno analisado, principalmente pelo caráter inovador da temática abordada. O caráter exploratório da pesquisa, com uso de dados em base disponível para caracterização da região pesquisada de acordo com os objetivos propostos, consiste na formulação de

questões ou de um problema com três fins: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente ou fato para uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e esclarecer conceitos (LAKATOS; MARCONI, 2010).

O objeto e o espaço da pesquisa ficam delimitados ao território do Agreste pernambucano, mais especificamente na área delimitada de produção de queijo de coalho, o qual está inserido no contexto da bacia leiteira do estado, sede de uma região econômica produtora de leite. Envolvendo 27 municípios entre as Microrregiões do Vale do Ipanema, Vale do Ipojuca, Garanhuns e Sertão do Moxotó, a área demarcada por força de lei pela Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária do Estado de Pernambuco apresenta relevância na produção regional de leite e derivados, como o queijo de coalho, que desde o ano 2000 encontra-se em processo para o reconhecimento de uma certificação de origem geográfica.

O levantamento documental se faz necessário para se compreender o contexto econômico, social e político no qual se situa o objeto de estudo, sendo feita preliminarmente, a partir da seleção dos seguintes documentos:

- a) artigos, dissertações, teses e livros com enfoque na teoria econômica das convenções, bem como questões ligadas à qualidade na agroindústria familiar e a processos de Denominação de Origem (DO) e Indicação de Procedência (IP);
- b) matérias publicadas pelos parceiros estratégicos que tratam sobre a questão da Indicação Geográfica, no que diz respeito ao queijo de coalho, com destaque para visitas aos sites do ITEP, da ADAGRO, do MAPA e do SEBRAE;
- c) relatórios de reunião do CEPLEITE, organizada pelo SEBRAE e pelo ITEP, elaborada com base nas demandas e nas ações estratégicas acerca dos produtores de leite e queijo no estado;
- d) coleta de leis, decretos e regulamentos, estaduais e federais, referentes à produção de leite e de queijo, assim como ao regulamento de uso da Associação de Certificação do Queijo de Coalho Agreste de Pernambuco e à legislação brasileira sobre Indicação Geográfica.

Para obter os significados do queijo de coalho em diversos momentos do circuito da cultura (produção, identidade, convenções), a coleta de dados primários se deu através da inclusão do material resultante de entrevistas individuais. A amostra foi selecionada de modo a enfatizar as atividades e o relacionamento dos agentes, as organizações e as instituições e sua análise ocorrida por meio qualitativo e quantitativo. Foram aplicados 61 formulários, de forma que a amostra foi construída de acordo com a seguinte distribuição:

- a) cinco laticínios da Associação de Certificação do Queijo de Coalho de Pernambuco (ACQP);
- b) seis instituições (SEBRAE, ITEP, CEPLEITE, UFRPE, UPE e ADAGRO);

- c) vinte produtores de queijo que comercializavam seus produtos na feira de Cachoeirinha;
- d) trinta consumidores de queijo de coalho no mercado formal e informal.

Resultados e discussão

Falar sobre o contexto no qual se insere o queijo de coalho de Pernambuco remete-nos a uma compreensão inicial acerca de todos os condicionantes ligados à produção e ao consumo desse artefato cultural, assim como das questões legais que regem sua regulação para que então possamos nos debruçar sobre todo o processo de mobilização para consolidar esse artefato como um bem cultural acrescido de valor, extensivo à condição de vida dos atores envolvidos, assim como aos aspectos que configuram a identidade cultural de seus produtores.

Uma primeira análise da representação atrelada ao consumidor do queijo de coalho, independentemente da categorização de consumo, seja ele na esfera doméstica ou exercida em locais como feiras livres e mercados formais, demonstra um ponto consensual ao estabelecer que consumir queijo de coalho traz consigo a essência do “ser nordestino”. Para 90% dos entrevistados, o consumo do produto configura-se como uma prática integrada à vida cotidiana, independentemente da reputação negativa que alguns atribuem para o produto como sendo um queijo inferior.

Outra característica citada pelos 40% dos consumidores entrevistados é a indicação do queijo de coalho informal como sendo um “queijo de feira”, fazendo ligação com os que são vendidos nas feiras e comércios populares. Tal reputação deve-se, sobretudo, às informações que esses consumidores trazem em si acerca desses locais, como sendo um ambiente de venda de produtos “falsificados”, aos quais associam a não apresentação de rótulos, embalagens ou qualquer identificação.

Uma particularidade da pesquisa, importante a ser ressaltada, diz respeito ao fato de que os mesmos consumidores que veem com desconfiança o mercado informal, sobretudo as feiras, são também predispostos a consumir o queijo de coalho sem inspeção, desde que exista alguma relação de proximidade com o vendedor ou com o produtor. Apesar de possuírem a percepção de significados de qualidade do queijo, seja pela presença de selos como o da ADAGRO ou pelo uso da técnica de pasteurização para diminuição dos riscos de contaminação, cerca de 47% desses consumidores (re)significam seus próprios conceitos de qualidade do produto ao estabelecer questões de confiança e proximidade com o produtor.

Para os produtores formais de queijo de coalho, as motivações dentro do processo produtivo são diferentes dos produtores informais, já que a atividade deixa de ser vista tão somente como prática de subsistência para ser concebida como atividade

econômica regularizada. Dentro desse contexto, esses produtores tomam então consciência de que o crescimento de sua produção depende da abertura de uma empresa, sobretudo para facilitar a comercialização de seus produtos em pontos de vendas formais, tais como supermercados e padarias, visto que nesses locais a vigilância sobre a comercialização de produtos é maior.

Para os entrevistados da Associação de Certificação, a formalização do laticínio também passa a ser concebida como um aspecto importante para a melhoria da imagem do produto no imaginário do consumidor, visto que o conhecimento sobre a origem do produto tende a contribuir para o aumento da confiabilidade no produto. Reiteram que a aquisição de novos equipamentos e a melhoria da estrutura física da unidade de produção são aspectos relevantes, afinal os produtores precisam ajustar o antigo processo produtivo aos padrões da legislação em vigor.

A preferência pelo queijo pasteurizado, antes de ser uma escolha individual, também simboliza a força do discurso de preservação da saúde sobre a construção social do gosto alimentar. O próprio Estado alimenta a desconfiança sobre a qualidade do queijo de coalho artesanal, tendo em vista às leis que instituem o conceito de segurança alimentar a partir das técnicas de pasteurização, requisito para concessão do Selo de Inspeção Federal (S.I.F).

Como o principal órgão público do setor agrícola fundamenta-se no argumento da segurança alimentar para instituir a hegemonia da pasteurização do leite na fabricação de queijo de coalho, dificilmente os produtores pernambucanos teriam capacidade de vislumbrar um modelo produtivo destoante do dominante, como oportunidade de crescimento do seu negócio. Diante desse contexto, não é de se estranhar que a ideia de resgatar a produção artesanal, com leite cru, tenha surgido de um ator estrangeiro.

O ITEP e uma liderança francesa foram quem visualizaram as especificidades do queijo coalho produzido no Agreste de Pernambuco com tendo potencial para obtenção de uma IG, no fim da década de 1990. Naquele momento, pouco se conhecia sobre esse tipo de proteção intelectual no Brasil. A familiaridade da cultura francesa com as Indicações Geográficas, a exemplo das famosas DO para os vinhos da região de Champagne e para os queijos da *Vilade Roquefort*, torna-se um referencial de sentido para o técnico estrangeiro que percebe o valor cultural do queijo de coalho produzido no Agreste de Pernambuco de forma mais ampla.

A partir da aproximação com a cadeia produtiva do queijo, a parceria com o consulado da França gerou, em 2003, o I Seminário sobre a Certificação Geográfica para o Queijo de Coalho. O evento contou com a participação do Sebrae Nacional, da Universidade Federal de Viçosa (experiência do queijo da Canastra de Minas Gerais), da Embrapa, da *Appellation D'Origine Contrôlée* para queijos franceses (AOC) e do Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD).

No ano seguinte, em 2004, foi organizada uma missão de dez dias na França, com objetivo de conhecer experiências de produção, no que concerne à tecnologia do leite e do queijo, bem como os procedimentos técnicos de concessão de selo de qualidade aos produtores de laticínios - via sistema de valorização dos queijos artesanais - de forma a viabilizar o projeto de melhoria da qualidade do queijo em Pernambuco.

A delegação foi composta por oito pequenos e médios produtores da região do Agreste pernambucano, além de sete representantes de instituições parceiras ao referido projeto, entre elas o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), o Laboratório de Imunopatologia Keizo Asami (LIKA), a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), a Secretaria de Ciência e Tecnologia e Meio Ambiente de Pernambuco (SECTMA), o Instituto Tecnológico de Pernambuco (ITEP) e a Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), cada qual com um olhar específico sobre a produção francesa de queijo artesanal.

Durante a missão na França, os produtores criaram um plano de trabalho denominado Carta de Auvergne (nome da região onde se produz o queijo St. Nectaire) para tentar enquadrar o queijo de coalho produzido com leite cru dentro dos padrões qualitativos suficientes para aquisição do selo de Indicação Geográfica. O contato com a realidade francesa permitiu, então ao grupo, estabelecer algumas iniciativas a serem colocadas em prática, sendo a principal delas a padronização do produto, algo que na região do Agreste era bastante precário.

Em 2005, graças a um edital da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), o projeto recebeu o seu primeiro aporte financeiro para continuidade dos trabalhos de montagem de um dossiê de comprovação da reputação tradicional e histórica do Agreste, acerca da produção de queijo de coalho. O projeto intitulado “Sustentabilidade da Cadeia Agroalimentar do Leite de Base Familiar em Pernambuco”, tendo como principal objetivo adequar as unidades de produção artesanal de queijo de coalho do Agreste pernambucano em unidades piloto, permitindo assim o desenvolvimento da agricultura familiar ligada à pecuária leiteira, por meio da inovação incremental de suas práticas produtivas (ITEP, 2016).

Dentro dos laticínios escolhidos para serem incluídos no projeto, a preocupação inicial era de que todas fossem adequadas aos padrões exigidos pela vigilância sanitária. Em face disso, cada unidade ficou responsável por selecionar até 100 vacas a serem identificadas, vacinadas e sujeitas a um controle leiteiro mensal. Cada produtor dessas unidades recebeu o devido treinamento em ordenha

higiênica, alimentação dos animais, manejo dos animais e processamento (BPF¹). Uma boa parte desse trabalho e, principalmente, a parte relativa a treinamento, teve êxito graças a criação do Comitê Estratégico da Pecuária Leiteira (CEPLEITE).

Em 2007, o CEPLEITE promoveu em Garanhuns o II Seminário sobre a Certificação do Queijo de Coalho do Agreste de Pernambuco, objetivando incentivar os demais produtores da região a adotarem padrões organizacionais e técnicos adequados para o desenvolvimento da atividade leiteira da região. É exatamente neste mesmo período que o SEBRAE publica duas obras sobre Indicações Geográficas, para ajudar a disseminar no Brasil a ideia de IG como ferramenta de agregação de valor aos produtos, uma vez que aumentava o interesse no país sobre esse tipo de ferramenta de qualidade, graças à Lei Federal nº 10.973, de 02 de dezembro de 2004, que dispunha de incentivos à inovação.

O projeto então deu sequência no ano posterior, com a então colaboração do SEBRAE nacional, priorizando a parte organizacional dos produtores e a constituição do regulamento de uso. Foi a partir daí que foi permitida a organização da Associação de Certificação do Queijo de Coalho do Agreste de Pernambuco (CQP), constituída inicialmente por sete laticínios de produção artesanal, distribuídos nos municípios de Pedra, Venturosa, Arcoverde, Buíque e Pesqueira.

Observando a dificuldade em que os produtores, sobretudo os de pequeno porte, encontravam-se ao se adequar à resolução vigente, instituições e lideranças de produtores ligadas ao processo recorreram à Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco que acabaram por aprovar a Lei nº 13.376, de 19 de dezembro de 2007, com o seguinte texto:

É considerado queijo de coalho artesanal o queijo produzido no Estado de Pernambuco, a partir do leite cru integral fresco, obtido da ordenha sem interrupção de bovinos, bubalinos, caprinos e ovinos, descansados, bem nutridos e com saúde, beneficiado em propriedade de origem ou de grupo de propriedades com mesmo nível higiênico-sanitário, seguindo o processo de fabricação tradicional (PERNAMBUCO, 2007, art 1º).

Vale ressaltar que, muito embora a referida lei reconheça a importância das queijarias tradicionais pernambucanas, a comercialização do queijo de coalho com leite cru continua restrita ao estado de Pernambuco, devido às proibições das

¹ As Boas Práticas de Fabricação (BPF) abrangem um conjunto de medidas que devem ser adotadas pelas indústrias de alimentos a fim de garantir a qualidade sanitária e a conformidade dos produtos alimentícios com os regulamentos técnicos (ANVISA, 2016).

normativas federais citadas anteriormente. Entretanto, a partir do discurso sempre pautado na qualidade, desde que o governo estadual reconheceu a produção de queijo de coalho a partir de leite cru, não foram negligenciadas questões de segurança alimentar na fabricação desse alimento, mas, apresentada uma interpretação distinta daquela dada pelo governo federal, ao considerar diferentes contextos presentes no território, como qualidade, dependem de questões econômicas, políticas e sociais.

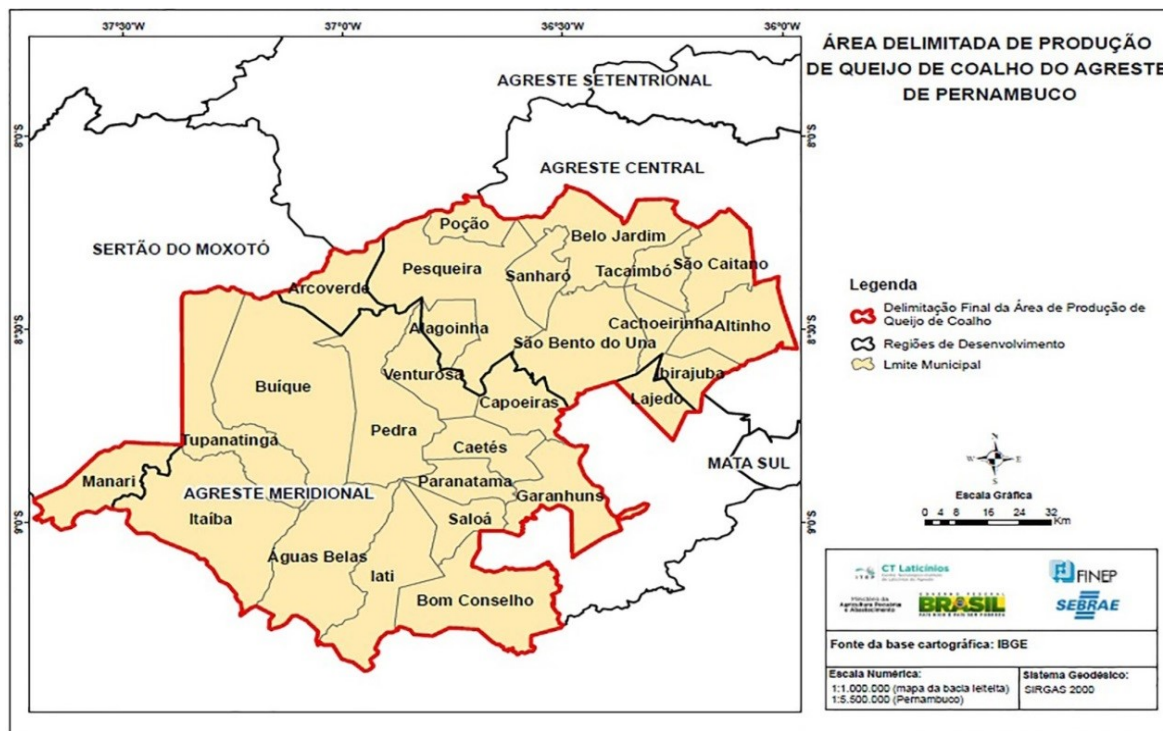
O próximo passo seria a viabilidade de conclusão do dossiê, através do apoio dos agentes envolvidos. Para tanto, no ano de 2010, o MAPA, por meio da sua Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários, decidiu viabilizar essa etapa do projeto de finalização do dossiê sobre a história e comprovação da reputação do queijo de coalho do Agreste de Pernambuco, além de buscar atualizar e finalizar os trabalhos, permitindo delimitar a área geográfica de produção da matéria-prima e do queijo de coalho.

Para os responsáveis pela historiografia de composição do dossiê do queijo de coalho, essa etapa se caracterizou por apresentar características extensa e minuciosa. Além do uso de diversas fontes, como livros, periódicos, almanaques, propagandas e receitas, diários oficiais, álbum de municípios e fotografias, foi preciso o uso da fonte oral, através da memória, fazendo uso de fontes vivas nessa inter-relação entre história e memória, graças ao contato mais próximo com alguns produtores, atuais residentes da bacia leiteira do Agreste de Pernambuco.

Com a relevância então do queijo de coalho para a região, observa-se, conjuntamente, uma mudança substancial na percepção dos produtores e consumidores em relação à qualidade. Ao levar esse debate para o produto fabricado de forma artesanal a partir do leite cru, sem as técnicas industriais de pasteurização, as exigências não se limitam às características físicas e microbiológicas, pois existe uma expectativa em conhecer quem, onde e como foram produzidos estes produtos, o que explica a relevância para as certificações de Indicações Geográficas no agronegócio.

Foram assim analisados os aspectos naturais e humanos da região e, através da Portaria nº 104, de 19 de dezembro de 2013, da Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária, foi delimitada a área geográfica de produção de queijo de coalho do Agreste do Estado de Pernambuco (Figura 1), que ultrapassa inclusive a área correspondente à bacia leiteira do estado, situada na porção meridional. O estudo da delimitação do território contou com as parcerias de instituições como o ITEP, a EMBRAPA, a UPE, o IPA, a UFPE e a UFRPE.

Figura 1- Delimitação geográfica do território de queijo de coalho do Agreste de Pernambuco



Fonte: ITEP (2016).

Dessa forma, fica identificada a região do Agreste de Pernambuco como área tradicional de produção do queijo de coalho composta de 27 (vinte e sete) municípios, quais sejam: Águas Belas, Bom Conselho, Buíque, Caetés, Capoeiras, Garanhuns, Iati, Itaipá, Lajedo, Paratama, Pedra, Saloá, Tupanatinga, Venturosa, Alagoinha, Altiminho, Belo Jardim, Cachoeirinha, Ibirajuba, Pesqueira, Poção, Sanharó, São Bento do Una, São Caetano, Tacaimbó, Arcoverde e Manari (PERNAMBUCO, 2013).

O que se espera é a valorização do renome. Apesar da desconfiança observada pelos produtores entrevistados em adquirir qualquer selo ou marca de valoração qualitativa do produto, oriunda, sobretudo, de experiências anteriores com a legislação municipal, o processo de IG é visto com empatia pelos produtores. Em relato de alguns destes, a prioridade é a valorização da região produtora, até mesmo maior que o próprio selo de Indicação Geográfica.

Se sobressai nesse caso a projeção que será dada, vinculada com um local que se destaca pelas experiências com produtos de valorações qualitativas, objetivando o crescimento do mercado, conectando-se com interesses coletivos, no sentido de as indicações geográficas e a promoção da pecuária leiteira serem conduzidas pela parceria entre as entidades e os produtores, beneficiando todo o conjunto de agentes da região.

Considerações finais

A abordagem convencionalista configura-se em importante contribuição teórica, haja vista a necessidade de se analisar aspectos referentes à caracterização do agente e de seus argumentos para agir, às modalidades da coordenação de suas ações, e ao papel de valores e bens comuns. A partir do momento em que se iniciou o processo de Indicação Geográfica do queijo de coalho no Agreste de Pernambuco, buscou-se ferramentas para que, de maneira pertinente, fosse possível analisar toda a construção coletiva de um determinado produto que possui atributos específicos, por um grupo heterogêneo de atores presentes, dentro de um determinado território.

No processo de atribuir significados singulares ao produto, os consumidores ganham importante papel na concepção convencionalista inspirada ao se fundamentarem em aspectos objetivos e subjetivos para justificar a escolha de determinado tipo de queijo, dentre as várias alternativas disponíveis no mercado. O modo como esse consumidor vai classificar e interpretar o produto dentro de sua escolha parece demarcar certa diferença em relação a outros grupos sociais. Nesse aspecto, aqueles que consomem queijo de coalho registrado são tidos como consumidores mais exigentes e informados, quando comparados ao comportamento dos consumidores do produto “de feira” ou sem registro.

Mudanças na forma de organização dos produtores foram vislumbradas visto que o associativismo precisou ser estimulado, ainda mais porque estes se encontram situados em um território caracterizado por escassa cultura cooperativista. Além disso, através do CEPLEITE, uma rede de cooperação foi criada em torno do projeto de obtenção da IG para viabilizar essa proteção intelectual. O apoio de diversas instituições ligadas ao comitê permitiu que tanto os produtores vinculados à associação, quanto os demais ligados ao território do queijo de coalho no Agreste, pudessem obter informações e conhecimentos dificilmente acessíveis a queijarias artesanais que atuam sem qualquer tipo de apoio coletivo.

Em uma concepção industrial com a legislação, o cenário de regulação pública se apresenta muitas vezes de modo desfavorável à produção artesanal. Para isso, a IG surge como um instrumento legal para que os pequenos produtores possam desconstruir as barreiras econômicas e culturais impostas a seus produtos. Na medida em que foi criado um mecanismo de regulação próprio, com o devido registro no INPI, esse poder regulador dos produtores de queijo de coalho artesanal responsáveis pela certificação passa a ser compartilhado pelo Estado.

Em vista disso, a atual interpretação do Estado sobre a produção artesanal começa a ser repensada, surgindo mudanças que aos poucos diminuem as contradições entre as diferentes instâncias governamentais para que as atividades produtivas dos territórios não se desenvolvam isoladas. Um fato exemplificador em Pernambuco corresponde à criação da Lei nº 13.376, de 19 de dezembro de 2007, que passa a

reconhecer o queijo de coalho artesanal produzido no estado como aquele que segue o processo de fabricação tradicional.

Em um mercado dividido pela formalidade e, sobretudo, pela informalidade, ganha destaque a categorização entre os dois tipos de produção a partir da diferenciação feita pelos consumidores entrevistados, ao expressarem suas opiniões sobre os fabricantes de queijo de coalho situados no Agreste de Pernambuco. Por meio desse processo de classificação, as diferenças entre os produtores informais e formais são demarcadas, de modo que os problemas de falta de investimentos, higiene e controle sanitário estão atrelados aos produtores sem registro, enquanto os méritos da produção segura são atribuídos aos laticínios registrados.

Todo o processo da IG tem servido no estabelecimento de elos entre atores situados em diferentes espaços do circuito da cultura, entre eles pesquisadores, produtores, técnicos, consumidores e governo. O que se observa então é a formação de uma rede demarcada por um processo coletivo, interativo e, principalmente, político, pois envolve o engajamento de múltiplos atores na construção de significados qualitativos mais positivos ao alimento produzido artesanalmente.

Portanto, diante desse contexto, encontra-se um produto qualificado por diversas relações de coordenação. Assim, é a construção por parte de seus atores sociais e econômicos que irá determinar seus atributos qualitativos. Por consequência, aponta-se a valorização do território, em razão de enfatizar os atributos locais, promover a integração econômica e social, marcada pela formação de uma rede de atores que formula políticas, ajustando sua identidade coletiva. Salienta-se que poucas atividades produtivas conseguem reunir todos esses atributos, o que manifesta uma inerente característica de produtos de qualidade.

São inúmeros os desafios para se trabalhar com a produção artesanal de queijo de coalho na região, desde a preocupação com as questões higiênico-sanitárias até as dificuldades encontradas por pequenos estabelecimentos em se adequar as exigências do processo de certificação, no que se refere, principalmente, aos investimentos necessários em instalações e equipamentos. Vê-se a necessidade de uma mudança na representação simbólica da produção artesanal de modo que este produto venha a ser entendido como uma ferramenta para um modelo de desenvolvimento sustentável, baseado na vocação das populações locais, e como instrumento facilitador para o desenvolvimento de outras atividades como o turismo rural, por exemplo.

Nos termos em que opera o debate a partir do processo de indicação geográfica na região estudada, torna-se importante fazer emergir uma discussão sobre como esse tipo de inovação carece de maior atenção do setor público. A necessidade do poder público em esclarecer conceitos fundamentais, tais como território, identidade e desenvolvimento territorial surge a partir do momento em que são

termos bastante mencionados pelos atores locais. Logo, torna-se fundamental o desenvolvimento de políticas públicas que permitam um maior acompanhamento dos produtores e demais envolvidos no processo, para que a indicação geográfica seja um benefício para o território como um todo.

É importante que se avalie até que ponto os benefícios gerados por uma IG na região serão maiores do que os prejuízos causados devido à segregação dos produtores que teriam maior dificuldade de adaptação às exigências que a certificação traria consigo. Caberia então a sugestão para futuros estudos a tentativa de quantificar o impacto de tal certificação do produto local e exclusão de produtores de queijo que não conseguiriam se adaptar às exigências de qualidade e padronização do sistema produtivo, o que consolidaria em um meio de garantir uma maior precisão e certeza nas tomadas de decisões a respeito da implantação da IG em outras áreas.

Referências

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, nov. 2004.

ALLAIRE, G. Applying economic sociology to understand the meaning of “quality” in food markets. **Agricultural Economics**, v. 41, p. 167-180, 2010.

BARHAM, E. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. **Journal of rural studies**, v.19, p.127–138, 2003.

BÉRARD, L.;MARCHENAY,P. **Les produits de terroir entre cultures et règlements**. Paris: CNRS, 2004.

BESSY, C.; FAVEREAU, O. Institutions et économie des conventions. **Cahiers D'Économie Politique**, v. 44, n. 1, p. 119-164, 2003.

BIGGART, N. W.; BEAMISH, T. D. The Economic Sociology of Conventions: habit, custom, practice, and routine in market order. **Annual Review of Sociology**, v. 29, p. 443-464, 2003.

BOYER, R. L'économie des conventions 15 ans après: un point de vue à partir de la théorie de la régulation. In: EYMARD-DUVERNAY, F. (Org.). **L'économie des conventions: méthodes et résultats**. Tome I - Débats. Paris: La Découverte,pp.45-66, 2006.

BRASIL. Lei nº 9.279, de maio de 1996: **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Brasília: Presidência da República, 1996.

CERDAN, C.; VITROLLES, D. **Valorisation des produits d'origine: contribution pour penser le développement durable dans la Pampa Gaúcha au Brésil**. Géocarrefour, v.83, n.3, p.191-200, 2008.

FLORES, Murilo. A Construção Social de Territórios e a Globalização. **Em Tese**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 87-108, dez. 2003. ISSN 1806-5023. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/13683>>. Acesso em: 05 nov. 2018.

FLORES, C.A. et al. Vinhos de Pinto Bandeira: características de identidade regional para uma indicação geográfica. **Circular técnica**, n.55, Bento Gonçalves: Embrapa, 2005. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/biblioteca> >. Acesso em 10 out. 2016.

GLASS, Rogério Fabrício; CASTRO, Antônio Maria Gomes de. **As indicações geográficas como estratégia mercadológica para vinhos**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2009. Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/110490/1/Texto-35.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2016.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

INPI – Instituto Brasileiro de Propriedade Intelectual. **Guia básico: indicação geográfica**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

LAGO, A.; HEGEDÜS, P. de; MACHADO, J. A. D. ; FAGAN, S. Principais causas do não associativismo entre agricultores familiares do município de Nova Palma (RS, Brasil) e estratégias de extensão. In: XLIV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural, 2006, Fortaleza-CE. **Anais XLIV Congresso da SOBER**, 2006.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LENZ, M. M. **Conflito de identidade dos assentados de reforma agrária do MST?** Ed. São Leopoldo: Unisinos, 2002. p.5-35 (Revista Perspectiva econômica, vol.37, Série Cooperativismo 51).

MARESCOTTI, A. Marketing channels, quality hallmarks and the theory of conventions. In: SYLVANDER, B.; BARJOLLE, D.; ARFINI, F. (Eds). **The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects**. Serie Actes et Communications, n.17, v.2, Paris: INRA, pp.103-122, 2000.

MOLINARI, Gisele Trindade; PADULA, Antônio Domingos. A construção social da qualidade na microrregião do Vale dos Vinhedos. **Rev. Econ. Sociol. Rural**, Brasília, v. 51, n. 1, p. 183-202, Mar. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20032013000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 5 nov. 2018.

NIEDERLE, P.A. **Delimitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar**. Revista Extensão Rural, DEAER/PPGExR, CCR, UFSM, Ano XVI, n. 18, jul./dez. 2009.

NIEDERLE, P.A; AGUIAR, M. Indicações geográficas, tipicidade e produtos localizados: os novos compromissos valorativos na vitivinicultura do Vale dos Vinhedos. Revista de Economia Agrícola, São Paulo, vol. 59, n. 2, p. 21-37, jul./dez. 2012.

NIEDERLE, P.A; GRISA, C. Ideias e valores: a análise da ação pública a partir das interfaces entre a abordagem cognitiva e a economia das convenções. **Política & Sociedade**, vol 12, n.23. Florianópolis-SC. jan./abr. de 2013.

NORTH, D. C. **Institutions, Institutional Change, and Economic Performance**. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

PERNAMBUCO. **Lei nº13.376**: Queijo coalho artesanal. 19 de dezembro de 2007. Disponível em: <<http://legis.alepe.pe.gov.br/arquivoTexto.aspx?>>. Acesso em 16 mar. 2016.

_____. **Portaria nº 104 da Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária-SARA**. Diário Oficial do Estado de Pernambuco, Recife, 19 de dezembro de 2013, p.14, 2013.

PIRES, M.L. A (re) significação da extensão rural a partir da ótica da inclusão: a via cooperativa em debate. In: LIMA, Jorge T. R. de (org.). **Extensão Rural e desenvolvimento sustentável**. Recife: Bagaço, 2003.

REQUIER-DESJARDIM, D. Multifonctionnalité, territoire et secteur agro alimentaire: une approche par lês "systèmes agroalimentaires localisés". In: CAHIERS DU C3ED. Centre d'Economie et d'Ethique pour l'Environnement et

le Développement. Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines. Cahier n°02-01. Jun. 2002.

STEINER, P.; VATIN, F. **Traité de Sociologie Économique**. Paris: PUF, 2009.

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Soc.**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 7-34, nov. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702004000200001&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 05 nov. 2018.

SYLVANDER, B. **Les conventions de qualité dans le secteur agro-alimentaire**: Aspects théoriques et méthodologiques. Toulouse: INRA, Département d'Économie et Sociologies Rurales, 1992.

WILKINSON, J. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: inputs para analisar os micros e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

_____. Network theories and political economy: from attrition to convergence? In: MARSDEN, T.; MURDOCH, J. **Between the local and the global: confronting complexity in the contemporary agri-food sector**. Amsterdam: Elsevier, 2006.

_____. **Mercados, Redes e Valores**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

Endereço para correspondência:

Girleño Costa Pereira – girlenocp@gmail.com
Rua Dom Manuel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos
52171-900 Recife/PE, Brasil

Leonardo Ferraz Xavier – leonardoferraz@gmail.com
Rua Dom Manuel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos
52171-900 Recife/PE, Brasil