

Dilemas e desafios para circulação de queijos artesanais no Brasil

Dilemmas and challenges for commercialization of artisan cheese in Brazil

Jaqueline Sgarbi Santos^{I,*}

Joel Henrique Cardoso^{II}

Fabiana Thomé da Cruz^{III}

Flávio Sacco dos Anjos^{IV}

RESUMO

A importância dos produtos alimentares tradicionais tornou-se evidente nos debates contemporâneos sobre o rural. São bebidas, farinhas, doces e queijos produzidos localmente por meio de um saber fazer tradicional criado e recriado através do tempo. O universo empírico do estudo corresponde às regiões produtoras do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano no Rio Grande do Sul, no sudeste e no sul do Brasil, respectivamente. A pesquisa inspira-se no método etnográfico para compreender como ocorrem os processos de circulação e comercialização destes sistemas queijeiros e as possibilidades e limitações impostas pela legislação brasileira. Ainda que existam legislações que objetivam trazer os queijos para a formalidade, estas ainda são desconectadas da realidade dos sistemas de elaboração de queijos tradicionais. Desse modo, em decorrência, a informalidade é uma característica preponderante da comercialização dos dois sistemas estudados.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura; Conhecimentos Tradicionais; Comércio; Legislação Sanitária sobre Alimentos; Vigilância Sanitária

ABSTRACT

The importance of traditional food products - such as beverages, flour, fruit jams and pastes, and cheese locally produced and linked to traditional know-how created and recreated through the time - has become evident in contemporary debates related to rural issues. The empiric universe of this study is the Serrano Cheese from Rio Grande do Sul, a state in the south of Brazil, and the Serro Cheese from Minas Gerais, a state in the southeast of the country. Based on an ethnographic method, this research has as purpose to understand how the flow and trade processes of these cheese systems take place as well as the possibilities and limitations imposed by Brazilian health legislation. Although there are laws that aim to bring the cheese to formality, they are still disconnected from the reality of the traditional cheese production systems. Thus, informality is a major characteristic of the trade of these two studied systems.

KEYWORDS: Culture; Traditional Knowledge; Commerce; Food Health Legislation; Sanitary Surveillance

^I Universidade Federal da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira (UNILAB), Redenção, CE, Brasil

^{II} Embrapa Clima Temperado, Pelotas, RS, Brasil

^{III} Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, RS, Brasil

^{IV} Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), Pelotas, RS, Brasil

* E-mail: sgarbijacqueline@yahoo.com.br



INTRODUÇÃO

O trabalho tem como contexto a crescente valorização de produtos alimentares com forte enraizamento nos seus territórios de origem, os quais identificamos como produtos alimentares tradicionais. Existem diferentes denominações para se referir aos produtos alimentares tradicionais, como alimentos tradicionais, produtos típicos, locais, territoriais, dentre outros. Embora associadas a diferenças de abordagens e ênfases, características dos distintos campos do conhecimento, o termo refere-se a produtos que possuem forte conexão em seu espaço de origem, capazes de mobilizar sentimentos de pertencimento, tradição, localidade e uma ancestralidade comum. Os produtos alimentares tradicionais ou alimentos tradicionais - denominações que serão utilizadas no decorrer deste artigo - são aqueles cujas práticas de produção e preparação, em muitos contextos rurais, seguem modos de fazer rituais, conduzidos por produtores que detêm conhecimento e reputação necessários para manter a produção¹. Trata-se de modos de produção que envolvem não apenas o produto final, mas todo o processo, que vai desde a origem das matérias-primas, modos de produzir, armazenar e consumir, nutrindo, no presente, os laços que ligam o passado ao futuro.

O universo empírico para a realização da pesquisa foi a Região de Serro, em Minas Gerais (localizada na região sudeste brasileira), e a Região dos Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul (estado mais meridional do país), onde são elaborados, respectivamente, o Queijo do Serro e o Queijo Serrano². São grandes as similitudes entre esses dois sistemas tradicionais de produção, correspondendo a queijos artesanais elaborados a partir de leite cru, há pelo menos dois séculos, destacando-se profundo enraizamento nos modos de vida e nas culturas regionais, aspectos estes que nos levaram à escolha das duas regiões de pesquisa. Para a obtenção de dados e informações, valemo-nos do método etnográfico. Nessa aproximação nos vimos diante do imperativo de estudar as tensões, conflitos, possibilidades e contradições decorrentes da implantação das legislações que normatizam a produção de queijos artesanais, assim como o impacto sobre a circulação e comercialização dos produtos. Os dois sistemas queijeiros estudados podem ser considerados ameaçados, principalmente por sua vulnerabilidade frente a aspectos legais. Apesar das adversidades encontradas em sua circulação e comercialização, o Queijo do Serro e o Queijo Serrano, assim como outros produtos alimentares tradicionais, têm se mantido através dos anos, desafiando normas e mostrando que a cultura e a tradição, nestes casos, suplantam os ordenamentos legais. Sendo assim, a informalidade passa a ser uma característica marcante que permite que tais produtos

cheguem à mesa dos consumidores a partir de uma dinâmica que não se enquadra nos circuitos convencionais.

MÉTODO

O trabalho é resultado da pesquisa vinculada à tese de doutorado defendida por Sgarbi Santos², uma das autoras deste artigo^b. As etapas de pesquisa a campo na região de Serro, em Minas Gerais, e nos Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul, foram realizadas nos meses de abril e julho de 2013, respectivamente. O interesse em desenvolver a pesquisa com o tema dos queijos artesanais nos levou à região dos Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul, e à Região de Serro, em Minas Gerais. Todavia, é importante pontuar que “o lócus de estudo não é o objeto de estudo”, pois “os antropólogos não estudam as aldeias (tribos, cidades, vizinhanças), eles estudam nas aldeias”³. Essa reflexão é pertinente não só para estudos com viés antropológico, mas, em geral, para as pesquisas que se inserem em um determinado espaço físico em que o local não é em si objeto de investigação, mas cenário em que se estabelecem as relações que interessam à pesquisa. Assim, as Regiões de Serro e dos Campos de Cima da Serra não constituem, em si, objeto de estudo desta pesquisa, mas reúnem as condições essenciais para investigação do problema de pesquisa.

Para a obtenção de dados, buscou-se inspiração no método etnográfico, com a realização de observação participante, entrevistas em profundidade e o uso de diário de campo. As entrevistas foram realizadas através do uso de roteiro semiestruturado, sendo gravadas mediante prévio consentimento e transcritas na íntegra, para melhor identificação dos elementos para análise. Em Minas Gerais, foram realizadas, no total, 22 entrevistas com produtores de queijos, sendo que um deles, além de produtor, era também comerciante de queijos. No Rio Grande do Sul, foram feitas 18 entrevistas com produtores de Queijo Serrano e duas entrevistas com comerciantes. Entre as duas regiões pesquisadas, foram feitas 12 entrevistas com pessoas das instituições que atuam junto aos sistemas queijeiros. Também foi realizado registro audiovisual do processo de elaboração dos queijos. Em ambas as regiões pesquisadas, a partir da inserção a campo, com os primeiros contatos junto a interlocutores locais, foram obtidas novas indicações, para que fosse composto uma rede social⁴. Tal rede foi tecida pelos próprios interlocutores, o que facilitou a inserção no ambiente de relações a que os produtores se encontram vinculados. Estando a campo, o trabalho foi conduzido buscando privilegiar aqueles produtores que não tinham sido contatados recentemente por outras iniciativas de pesquisa e para quem a produção de queijos tivesse destaque na unidade familiar.

^a A produção de Queijo Serrano estende-se também para a região serrana de Santa Catarina, que apresenta características semelhantes às dos Campos de Cima da Serra. Deixamos claro, portanto, que, apesar de o Queijo Serrano não ser produzido apenas na região do Rio Grande do Sul, esse recorte foi opção da pesquisa, que se ocupou de trabalho de campo menos abrangente geograficamente, privilegiando, assim, pesquisa mais densa nos municípios pesquisados.

^b Trata-se da tese de doutorado intitulada Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil: um estudo a partir do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul, defendida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, Universidade Federal de Pelotas (UFPel/SPAF).



QUEM MANDA É A LEI? ASPECTOS LEGAIS NA PRODUÇÃO DE QUEIJOS TRADICIONAIS EM MINAS GERAIS E NO RIO GRANDE DO SUL

Os queijos artesanais mineiros^c, dentre eles o Queijo do Serro, sempre foram produzidos e comercializados livremente no estado de Minas Gerais. À margem dos processos legais, sempre circularam na mesa dos mineiros, constituindo-se, no imaginário popular, como “símbolo” da *mineiridade*. No contexto brasileiro, não há como pensar em Minas Gerais sem se referir a seus queijos.

O número total de produtores de queijo em Minas Gerais é bastante impreciso, sobretudo porque essa atividade pode envolver diferentes escalas de produção, ou seja, tanto uma elaboração tipicamente comercial quanto exclusivamente voltada para o autoconsumo. Nesse universo estão incluídos produtores que elaboram um único queijo por dia, enquanto outros que podem chegar a quantidades iguais ou superiores a 150 queijos diários. De todo modo, a produção de queijo em Minas Gerais é bastante expressiva e, para fins deste trabalho, será considerado um documento da Emater^d que quantifica em 30 mil o número de produtores desta unidade federativa^e. Independentemente desse aspecto, a importância da produção queijeira para Minas Gerais e para o Brasil é evidente.

Entretanto, para além da dimensão quantitativa dessa produção, os produtores de Queijo Minas Artesanal e suas famílias representam significativa diversidade de saberes, práticas e visões de mundo que caracterizam não só a produção de queijo em Minas Gerais, mas também a elaboração de produtos alimentares tradicionais em geral, além de serem expressão de um patrimônio cultural imaterial que deve ser preservado. Longe de constituir homogeneidade, a atividade desempenhada por esses produtores expressa as inúmeras formas de produzir, viver e de se relacionar com a natureza e com o espaço onde vivem.

Contudo, ainda que pese sua importância para a economia e cultura mineira, em 2000, um promotor de justiça definiu que os queijos artesanais de leite cru somente poderiam ser comercializados no estado se possuíssem o selo de fiscalização do Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA)^e. Mas, como não havia qualquer lei estadual que amparasse a produção de queijos artesanais, eles teriam que

ter o selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF), fornecido pelo Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA).

A partir dessa ação impeditiva à produção e à comercialização, instaurou-se uma rede institucional que passou a atuar sobre o sistema de produção dos queijos mineiros. Em 2000, a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais criou o Programa Queijo Minas Artesanal (PQMA), tentando administrar toda a polêmica criada a partir da ação do Estado na produção de queijos de leite cru. No mesmo contexto, houve a criação da Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção do queijo Minas artesanal^f. Posteriormente, seria sancionada a Lei nº 19.492, de 13 de janeiro de 2011, que altera os dispositivos da Lei nº 14.185^g.

A legislação que normatiza a produção de queijos em Minas Gerais preconiza uma série de práticas que contribuem, antes de tudo, para aperfeiçoar o processo de higiene nos estabelecimentos produtores. O aumento da escala de produção e a intensa circulação dos queijos dentro e fora de Minas Gerais suscitaram a atuação do poder público em prol das fazendas mineiras. Assim, por meio de leis, decretos e normas, os produtores dispostos a adequarem-se às normas passam a gozar do direito de comercializar, formalmente, seus produtos, contando, para isso, com o aval do Estado.

Apesar do esforço estatal para regulamentar a produção de queijos e trazer os estabelecimentos para a formalidade, segundo os números^f divulgados pelo IMA, há em Minas Gerais apenas 262^g produtores cadastrados. Para cadastrarem-se, os produtores devem cumprir uma série de exigências^h, que incluem cuidados com o gado, frequência em espaços de formação e alteração nas estruturas físicas dos quartos de queijo, agora chamados de queijarias. Uma vez cadastrado, o produtor pode comercializar livremente sua produção dentro do estado de Minas Gerais. Assim, levando em consideração a aludida estimativa de 30 mil produtores, a situação atual indica que em torno de 1% dos produtores de queijos de Minas Gerais se encontra em consonância com a legislação criada há 12 anos. Fica claro, dessa maneira, que a informalidade caracteriza a produção e circulação dos queijos mineiros, dentre os quais, acha-se

^c Mineiros refere-se a pessoas ou artigos procedentes ou oriundos do estado de Minas Gerais. Por outro lado, a palavra gaúcho, citada mais adiante, refere-se ao topônimo de quem nasce ou procede do estado do Rio Grande do Sul. Em Minas Gerais, além da microrregião de Serro, existem outras produtoras de queijo tradicional como Campo das Vertentes, Canastra, Araxá e Cerrado (Alto Paranaíba).

^d Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural.

^e Instituição estadual responsável pela fiscalização de produtos de origem animal no estado de Minas Gerais.

^f Lista divulgada pelo IMA, atualizada em 10 de junho de 2016.

^g Cabe ressaltar que na lista publicada em 13 de junho de 2014 haviam 305 produtores cadastrados, sendo que passados dois anos, esse número baixou para 262.

^h A lista completa de documentos a serem apresentados: 01. Requerimento em formulário próprio fornecido pelo IMA; 02. Cópia do CPF e da inscrição de produtor rural; 03. Exame microbiológico e físico-químico da água de abastecimento; 04. Exame microbiológico e físico-químico do queijo; 05. Carteira de saúde ou atestado de saúde dos manipuladores com exame negativo para tuberculose; 06. Certificado de conclusão do curso de boas práticas de ordenha e fabricação pelos manipuladores; 07. Exames negativos de brucelose e tuberculose de todos os animais; 08. Nota fiscal de vacinação do rebanho contra raiva; 09. Memorial descritivo da construção e econômico-sanitário conforme roteiro específico fornecido pelo IMA; 10. Croqui ou planta baixa da localização do curral, sala de ordenha e queijaria com máquinas, equipamentos, pontos de água, e de esgotos na escala 1:100 (um para cem); 11. Termo de compromisso fornecido pelo IMA, devidamente preenchido; 12. Modelo da rotulagem a ser adotada. Documentos de responsabilidade do IMA: a) laudo técnico-sanitário da queijaria; b) fotos (com legendas) das diversas dependências da queijaria, em diferentes ângulos, abrangendo todos os equipamentos existentes, bem como os aspectos externos; c) declaração fornecida pelo escritório do IMA, sob cuja jurisdição encontra-se a queijaria, atestando que o cartão de controle sanitário do rebanho está em dia e que a propriedade está em conformidade com o programa nacional de erradicação de brucelose e tuberculose.



incluído o Queijo do Serro. Em 18 de dezembro de 2012, a Assembleia Legislativa de Minas Gerais promulgou a Lei nº 20.549, a qual se diferencia das leis precedentes pelo fato de não delimitar as áreas produtoras, aceitar a produção de queijo meia-cura¹ e reconhecer a rala² como cultura láctica a ser utilizada pelos produtores³. Todo esse arcabouço legal impactou não só na produção de queijos em Minas Gerais, mas também no perfil dos produtores de queijo minas.

Vale esclarecer que a partir da implantação da legislação no estado de Minas Gerais constituíram-se duas categorias de produtores: os produtores cadastrados e os produtores não cadastrados.

Os produtores cadastrados são aqueles que realizaram todas as alterações preconizadas pelo IMA para receber o documento que os habilita a comercializar legalmente seu queijo em todo o território mineiro. Trata-se de alterações de estrutura física, utensílios, práticas, manejo e sanidade do rebanho orientado pela legislação que normatiza a produção de alimentos de origem animal nesse estado brasileiro.

Por sua vez, os produtores não cadastrados representam a grande maioria dos produtores de queijos artesanais da região de Serro e de Minas Gerais, sendo aqueles que produzem e comercializam queijos segundo sua própria lógica e *modus operandi*. Trabalham norteados por práticas, técnicas e saberes tradicionais que lhes parecem adequados para a elaboração do produto. De maneira geral pode-se dizer que o seu sistema de produção possui alguma característica ou elementos não reconhecidos pelo arcabouço legal vigente, ou seja, não possuem condições de obtenção de selo ou qualquer documento oficial que lhes dê autorização para comercializar seu produto, sendo identificados também como ilegais, clandestinos e informais. Nesse estudo, evitando termos pejorativos, adotamos a expressão produtor (ou queijo) não cadastrado ou informal para designar tal situação.

No estado do Rio Grande do Sul, do mesmo modo que no caso de Minas Gerais, a circulação e a comercialização do Queijo Serrano foram sempre realizadas na mais absoluta informalidade - entendida como a ausência de regulação estatal. Assim, as regras e estratégias que permeiam o processo foram construídas de forma autônoma pelos atores locais. Contudo, de acordo com Cruz⁴, isso não significa que os produtores de Queijo Serrano não tenham critérios definidos e compartilhados para a produção de queijos. A autora chama atenção para “as práticas adotadas para a ordenha - entre elas o apoio⁵ e a filtragem do leite -, o uso dos utensílios, de panos, de água quente, bem como as práticas de limpeza”. Todavia, o estigma da clandestinidade, naquela realidade como em outras, se mostrou mais presente a partir de ações do Estado brasileiro, embasadas nas

legislações que deram sustentação à produção de produtos de origem animal. Wilkinson e Mior¹⁰, em estudo sobre o setor de lácteos, lembram que tradicionalmente não existia regulamentação específica para a atividade, seja no que tange à sanidade do rebanho e das práticas de coleta, seja no que toca à qualidade do leite. Assim, não se podia falar de um setor informal. É somente a partir de 1950, com a publicação da Lei nº 1.283, que se inicia propriamente o sistema de fiscalização federal de produtos de origem animal, momento em que o leite passa a ser objeto de inspeção¹. A partir do início dos anos 1980, surgiu uma distinção, e em seguida tensões e conflitos, entre um setor tecnificado/especializado e um setor tradicional/não especializado de produtos lácteos.

Atualmente, no mesmo contexto contemporâneo de valorização de produtos artesanais e provavelmente inspirados em movimentos que ocorreram pioneiramente em Minas Gerais, surge, no Rio Grande do Sul, a Portaria SEAPPA nº 214, de dezembro de 2010, que dispõe sobre o processo de produção do Queijo Serrano¹³. Trata-se de um avanço em termos de legislação estadual, pois, no referente ao reconhecimento institucional do produto, as leis estaduais (mineira e gaúcha) têm o principal mérito de trazer para o centro da discussão as práticas tradicionais e a importância dos queijos para as regiões e estados. É uma ação estruturante que, sendo implantada, tiraria da “clandestinidade” um número significativo de produtores rurais, beneficiando a reprodução das famílias envolvidas com o processamento do leite. Em 2014, a Portaria SEAPPA nº 214, de 2010 foi revogada e substituída pela Portaria nº 55, de 28 de março de 2014¹⁴, que retificou a Portaria SEAPPA nº 44, de 21 de março de 2014¹⁵ e cria nova regulamentação para todas as microqueijarias no Rio Grande do Sul - não apenas para o Queijo Serrano. Vale mencionar que o regulamento técnico específico para definição das normas de produção do Queijo Serrano ainda se encontra em discussão. Na época da pesquisa, dos seis municípios onde a produção de Queijo Serrano é mais significativa, nem todos possuíam Serviço de Inspeção Municipal (SIM) em funcionamento, tendo eles habilitado um total de sete produtores de queijo em toda região estudada. Contudo, em que pese todo o ordenamento legal, os queijos artesanais de leite cru continuam circulando e chegando à mesa dos consumidores por meio de canais de comercialização diversificados, que contrastam com os esquemas da chamada “grande distribuição”.

No que se refere ao contexto legal em âmbito federal, é válido mencionar que, no final do ano 2011, o MAPA editou a Instrução Normativa nº 57¹⁶ e, mais recentemente, em 2013, a Instrução Normativa nº 30¹⁷, que revogou a Instrução Normativa nº 57. Ainda que com algumas diferenças, essas regulamentações abriram precedentes para a comercialização de queijos artesanais

¹ Queijo meia-cura, expressão tradicional de Minas Gerais, diz respeito ao queijo nem fresco nem curado, muito apreciado entre os consumidores mineiros. Possui um sabor suave, textura compacta, untuosa, boa plasticidade e cor amarelada. Sua maturação não tem um tempo bem definido (de uma a cinco semanas).

² A rala ou isca se refere ao “o produto originado da grosagem (ralação) do queijo para terminar o produto e dar-lhe características estéticas que favoreçam a sua comercialização”⁸.

³ Presença do terneiro (bezerro) junto com a mãe na hora da ordenha para facilitar a liberação de leite.

⁴ A Lei nº 1.283, publicada em dezembro de 1950¹¹, diz respeito à primeira regulamentação brasileira relacionada à inspeção de alimentos de origem animal. Essa Lei entrou em vigor em 1952, por meio do Decreto nº 30.691¹², que aprovou o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA).



tradicionalmente elaborados a partir de leite cru com menos de 60 dias de maturação mas, apesar disso, na prática, essas Instruções Normativas não representaram avanços no sentido de sua operacionalização. Assim, ainda que representem alguns avanços, esses regulamentos, sejam municipais, estaduais ou federais, refletem as exigências do regulamento mais abrangente no que se refere à produção de alimentos de origem animal no Brasil, ou seja, o RIISPOA. Desse modo, no caso de queijos artesanais, ainda que haja regulamentos federais voltados para a produção artesanal de queijos e regulamentos estaduais específicos para cada queijo, é preciso, em boa medida, adequar-se aos critérios estabelecidos para a produção industrial de alimentos. Isso implica elevados investimentos em infraestrutura e utensílios, especialmente se for considerada a escala de produção da maioria dos queijos artesanais produzidos no Brasil. Esse contexto evidencia que o caso da regulamentação de queijos artesanais trata-se de um processo bastante conflitivo, pois, se por um lado, existe a intenção de valorizar os produtos e trazê-los para a formalidade; por outro, tais iniciativas se depararam com a formação acadêmica dos profissionais, sobretudo da instituição de regulação a que estão vinculados, a qual, invariavelmente, permanece “enraizada a perspectiva sanitária, segundo a qual a qualidade dos produtos é aferida a partir de características higiênicas-sanitárias dos locais de produção, matérias-primas e produtos finais”¹⁸.

No que se refere a distintas abordagens em relação à qualidade, cabe lembrar que, em relação à valorização dos produtos agroalimentares, prevalecem, grosso modo, duas visões de qualidade. Uma “anglo-saxônica”, que compreende os países do Norte da União Europeia e Estados Unidos, e outra visão “mediterrânea”, representada por França, Itália, Espanha, Grécia e Portugal. A primeira relaciona a qualidade fundamentalmente às características sanitárias e higiênicas dos produtos. Orientadas por essa visão, as políticas devem intervir nos processos, com fins de garantir que esses parâmetros sejam assegurados, cabendo ao mercado realizar a diferenciação dos produtos. A segunda visão considera a qualidade sob uma base mais ampla, relacionando-a a aspectos sensoriais, valores éticos, sociais e ambientais, vinculados a técnicas e processos produtivos. Segundo esta visão, as políticas públicas estariam focadas na proteção dos empreendimentos produtores, buscando consolidar um marco referencial de qualidade e buscando proteger os consumidores de falsificações¹⁹.

A informalidade como parceira na circulação dos queijos

Assim, num contexto em que a legislação pouco dialoga com as características dos sistemas queijeiros, a informalidade se sobrepõe aos processos formalizados.

A informalidade parece ser recorrente quando se trata de alimentos elaborados em pequena escala, sejam eles produtos tradicionais ou, de modo mais amplo, aqueles desenvolvidos pela agricultura familiar, com escala e lógicas distintas dos grandes estabelecimentos industriais.

No estado de Santa Catarina, um estudo com 1.116 estabelecimentos de pequeno porte de processamento de alimentos revelou que, na época do estudo, o percentual de estabelecimentos não legalizados do ponto de vista sanitário era de 79%²⁰. Somando-se a esses dados, os resultados de uma pesquisa realizada no Rio Grande do Sul, em uma amostra de 50 agroindústrias familiares, demonstrou que 60,4% tinham alguma pendência junto ao serviço de inspeção sanitária^m. Do mesmo modo, investigação realizada no Território Médio Alto Uruguai, no Rio Grande do Sul, identificou que, numa amostra de 106 empreendimentos familiares, 72% encontravam-se na informalidade, principalmente no que se refere aos aspectos da normatização sanitária²¹.

Estudo baseado no setor de lácteos em Santa Catarina, evidenciou a existência de diferentes noções associadas ao setor informal, podendo circular entre a identificação com a pobreza e/ou a sonegação, até abordagens que associam o setor informal, “como uma reação criativa à burocracia estatal e à inadequação na provisão de serviços tanto públicos como privados”¹⁰. A segunda noção, proposta pelos autores, parece estar mais associada à informalidade de produtos alimentares tradicionais¹⁰.

Considera-se aqui necessário deixar claro que atividades informais não podem ser confundidas com atividades ilícitas, pois, ainda que ambas ocorram sem a regulação do Estado, há entre elas diferenças fundamentais, especialmente no caso de produtos alimentares. Num primeiro momento, o *status* jurídico do produto a ser comercializado (se proibido ou não) pode parecer uma forma de diferenciá-lo, desvinculando-se do produto convencional ou padronizado. Todavia é imprescindível que se reconheça que os bens de consumo não possuem características intrínsecas que os tornam legais ou não, mas são os processos sociais que incluem relações de poder entre grupos que acabam determinando o que interessa e o que não interessa na produção de alimentos. Uma atividade ilícita pode trazer em sua trajetória marcos de corrupção e violência, o que também a diferencia de uma atividade informal. Ambas, porém, beneficiam-se de relações de parentesco, do valor da confiança e, em alguns casos, de identidades étnicas²².

De forma complementar à perspectiva, de Sousa²², Wilkinson e Mior¹⁰ apontam duas questões básicas que caracterizam a informalidade no setor agroalimentar brasileiro: primeiro é uma atividade que envolve muitos produtores, tanto no setor primário quanto na fase de agroindustrialização. Segundo os atores, em nada se assemelham a oportunistas que buscam vantagens na evasão fiscal ou no descumprimento de leis trabalhistas. Trata-se de uma atividade tradicional que adquiriu a atribuição de informal a partir da regulamentação do setor e que agora busca se adequar às novas exigências do mercado.

No caso dos queijos estudados, o termo “informal” poderia ser substituído pela expressão “clandestino”, como muitas vezes os produtores se autodenominam; contudo, a alusão a não

^m Oliveira JAV, Prezotto LL, Voigt L. Diagnóstico e potencial das agroindústrias familiares do Estado do Rio Grande do Sul. Florianópolis; 2002. (Trabalho não publicado).



formalização dos procedimentos reflete melhor aquilo que se busca evidenciar: a existência de processos autônomos que regem a quase totalidade da comercialização de queijo tradicionais no Brasil.

Assim, as atividades informais não podem ser vistas como marginais e secundárias, mas devem ser compreendidas como suporte para atividades formalizadas, pois a informalidade ocupa os espaços intersticiais deixados pela produção formalmente organizada^{22,23}.

Sousa²² discute a informalidade exemplificando com o caso de imigrantes informais e o impacto de seu trabalho na economia formal, assim como a importância das remessas de dinheiro enviadas por esses imigrantes a seus países de origem, levando em consideração a vida das famílias que o recebem e a economia desses países. A importância da informalidade também é assinalada por Dutra²³, que estudou o tema em relação à comida de rua. Para a autora, apesar das frágeis condições de certificação de qualidade dos produtos, os comerciantes de comida de rua ganham crescente reconhecimento como elemento necessário para o fornecimento de comida da vida cotidiana das cidades. Sendo assim, a cidade em que a autora pesquisou - Juiz de Fora, Minas Gerais - não poderia prescindir, para seu funcionamento, da comida de rua oferecida nos locais de maior demanda, que operam a preços mais atraentes e sem grandes formalizações de condutas e regras alimentares.

Assim, não são poucos os casos em que a informalidade coexiste com os processos formalizados, chegando, muitas vezes, a se sobrepor a eles, o que denota, entre outros aspectos, a incapacidade do Estado regular processos que se reproduzem de forma autônoma e/ou de regular, de forma satisfatória, um setor de inegável relevância.

DOS QUARTOS E CASAS DE QUEIJO PARA AS MESAS DOS CONSUMIDORES

Após a implantação da legislação sanitária nos dois aludidos estados brasileiros, os locais de produção passaram a ser chamados, principalmente pelos técnicos, de queijarias. Contudo, tradicionalmente os produtores de Queijo do Serro e Queijo Serrano identificam os espaços de produção como quartos de queijo e casas de queijo, respectivamente. Assim, os proprietários de quartos e casas de queijo, além de enfrentar todas as adversidades impostas pela legislação e ainda a concorrência com a indústria de laticínios de grande porte, acabam por driblar os instrumentos de fiscalização e controle estatal até chegar à mesa dos consumidores.

Conforme mencionado anteriormente, a comercialização dos queijos está intimamente ligada aos aspectos legais que regem a circulação de alimentos no Brasil. Não obstante, em que pese as questões legais, historicamente as regiões desenvolveram circuitos peculiares, com características que permitiram, ainda que informalmente, a circulação dos queijos em seus estados e até fora deles. Longe de ser uma situação ideal, pois marcada por disparidades, conflitos e adversidades, tal quadro situa-se no

universo do possível, em que os atores desenvolvem estratégias para sobreviver na situação dada.

Deste modo, a comercialização dos queijos estudados ocorre por duas vias distintas: uma delas, informal, preponderante nos dois casos estudados. De outro lado, um circuito formalizado, através do qual circulam os produtos da menor parte dos sistemas em que estão inseridos os queijos pesquisados.

No caso do Queijo do Serro (MG), a via formalizada é representada, preponderantemente, pela Cooperativa do Serro. Não obstante, é através da via informal que circula a maior parte dos queijos produzidos na região.

Estudo recente, realizado em Belo Horizonte junto aos principais canais de comercialização de queijos artesanais, evidencia as características de inserção do conjunto dos queijos artesanais, as quais podem facilmente ser particularizadas para o caso do Queijo do Serro e Serrano. No que se refere a pontos de oferta, das 11 lojas pesquisadas pelo autor do estudo, pertencentes a três grandes redes nacionais, em apenas uma havia uma pequena oferta de queijos artesanais, sendo que nela os preços praticados eram bem superiores ao preço do produto em outros canais de comercialização²⁴.

Para o autor, a inserção nesses estabelecimentos seria especialmente importante, em se tratando de grandes “vitrines” que poderiam apresentar os queijos artesanais como alternativas aos produtos industrializados, consideravelmente mais presentes nas áreas de venda das grandes redes. Destaque é dado para a comercialização nas redes de *sacolões* e lojas populares de laticínios, em que grande quantidade de queijos artesanais chega por via de comerciantes informais (queijeiros). Como canal de comercialização ascendente, o mesmo autor destaca as padarias de luxo e lojas especializadas, locais em que o caminho dos queijos encontra-se “bem pavimentado por suas tradições e qualidades inegáveis como componente agregador de sabores e várias receitas sofisticadas”. Provavelmente este fenômeno de valorização dos queijos tradicionais está impulsionado pelas campanhas que destacam a importância do consumo de produtos artesanais, atrelados à divulgação das formas *gourmet* de se consumir o produto²⁴.

A respeito da interligação entre produtos alimentares tradicionais e formas *gourmet* de consumi-los, Barbosa²⁵ discute as tendências da alimentação contemporânea e identifica a “gastronomização” do alimento como um aspecto ligado ao consumo alimentar que, segundo a autora, se refere “à estetização, à ritualização, à valorização do sabor e do prazer conferidas ao ato de comer e de cozinhar que ocorreu nas últimas décadas”. Essa tendência está centrada na passagem do alimento de um ato cotidiano, automatizado para um ato de prazer, associado ao lazer, à sociabilidade e à comensalidade. Nessa tendência, comer e cozinhar são transformados em lazer e *hobby*, fazendo parte da construção identitária de determinados contextos e círculos. A autora afirma que as distintas tendências atuais relacionadas à alimentação podem se associar. Desta forma, a “gastronomização” do alimento é



reforçada por outra tendência, qual seja, a de valorização da origem do alimento. Assim,

“produtos artesanais, economias de qualidade, denominações de origem, patrimonialização de sistemas e produtos culinários, todos integram uma mesma rede semântica que se interliga tanto a gastronomização do comer, como à valorização como instrumento de consumo político e de saudabilidade. E todos integrados reforçam o elo entre comida e turismo²⁵.”

No caso dos produtos alimentares tradicionais é crescente o interesse de *chefs* em introduzir em seus cardápios alimentos tradicionais, oferecendo formas de consumi-los, diferente das maneiras convencionais.

O estudo de Oliveira²⁴ chama a atenção para as características antagônicas dos principais canais de comercialização em Belo Horizonte. Enquanto os sacolões são mercados populares onde circulam consumidores de menor poder aquisitivo e onde chegam principalmente queijos cuja circulação é informal, no extremo oposto tem-se o crescimento de lojas especializadas, em que os preços praticados são significativamente superiores.

No caso de Serro, a comercialização formal é predominantemente realizada pela Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro Ltda. (Cooperserro). Com uma história longa, de 50 anos, a cooperativa tem estrutura e organização para administrar o negócio do queijo, principalmente pela possibilidade de inserir o produto em mercados maiores, como Belo Horizonte. Contudo, tal instituição só comercializa o queijo de produtores cadastrados. A justificativa para a exclusão dos não cadastrados no processo de comercialização, feito pela cooperativa, está relacionada às imposições legais e à preocupação com a qualidade do queijo, tema tratado pela Cooperserro anteriormente à lei que regulamenta a produção de queijos em Minas Gerais. Cabe lembrar que a Cooperserro é uma cooperativa empresarial, gestora de uma indústria de processamento de leite, em que as questões da tradição e notoriedade do Queijo do Serro estão fortemente imbricadas em sua origem. Contudo, nesse caso, para além de estar relacionado ao modo de vida das famílias rurais da região, o Queijo do Serro tornou-se, para esta cooperativa, um “produto” e como tal, tem que estar dentro das normas vigentes e disputar espaço em um mercado competitivo, no qual a qualidade está estreitamente associada aos parâmetros adotados pela lei, situação que se mantém até os dias atuais.

Em decorrência, a quase totalidade dos demais produtores da região comercializa queijo mediante a participação de atravessadores. Essa situação marca um contrassenso, na medida em que a cooperativa, que foi criada justamente para comercializar o queijo das fazendas, acaba por excluir, deste modo, grande quantidade de produtores. Ou seja, os produtores não cadastrados só poderão acessar a cooperativa quando passarem à condição de cadastrados, ainda que pertençam a famílias envolvidas no processo desde a fundação da entidade.

É nesse contexto que surge a figura do queijeiro, indivíduo que compra e vende queijos para os locais onde existe demanda pelo

produto. São escassos os dados quantitativos sobre as atividades dos queijeiros, principalmente por se tratar de atividade até certo ponto informal. Estima-se que apenas no município de Serro existam em torno de 30 queijeiros, sendo que, em toda a região, seriam algo em torno de 150. Mesmo sendo uma estimativa, o fato é que a figura do queijeiro é bastante presente. Alguns apenas comercializam o produto, outros, além de comercializar o queijo informal adquirido de terceiros, também produzem seu queijo cadastrado.

A maior parte dos queijos de Minas Gerais é comercializada via queijeiros. Essa figura tem suas estratégias e modos de inserção peculiares na vida dos produtores. Na grande maioria dos casos, os queijeiros são clandestinos, pois não dispõem de instrumentos legais (sejam sanitários ou tributários) para desenvolver a atividade e, assim, “traficam” o mais conhecido produto alimentar de Minas Gerais²⁴. Uma parte deles estabelece rotas específicas, coletando e embalando os queijos, sendo que muitos realizam uma toaleta final antes de comercializar o produto em outros municípios e regiões. Em alguns locais, os queijeiros mantêm depósitos informais, onde os produtores que têm possibilidade entregam diretamente seu produto, em dias preestabelecidos. Nesse caso, ocorrem relações mais estáveis entre queijeiro e produtores, com dependência mútua. Os produtores estabelecem uma relação ambígua com o queijeiro. Muitos dos relatos descrevem-no como sendo aquele indivíduo que auferir uma renda aproveitando-se do trabalho de outrem, sendo igualmente acusados de praticar preços baixos e de não se preocupar com a qualidade do produto. Contudo, ainda que, em alguns casos, experimentem a insatisfação de seus fornecedores, os queijeiros fazem parte de um sistema, no qual a mediação estatal não dá conta de disciplinar. Além de cumprirem função que o estado não tem condições de regular, são consequência dos arranjos que as regiões criam para desenvolver seus processos.

Cabe lembrar que nas serras de Minas, em muitos lugares o acesso é precário e, na época das chuvas, as estradas podem se tornar intransitáveis. Nestas condições, muitos produtores de leite não possuem outra condição de auferir outra renda monetária que não seja através da fabricação de queijo. São produtores de pequena escala, cuja produção, em alguns casos, é de até cinco queijos por dia. Tais produtores, alguns deles idosos, não possuem escala de produção para cadastrar-se no IMA, pois os investimentos necessários não seriam suportados por uma produção tão pequena, tornando a comercialização com o queijeiro a única alternativa. Para esses, o queijeiro é “a salvação”, sendo que alguns produtores nutrem por eles relações de amizade e companheirismo. Oliveira²⁴ classifica-os na categoria de colaboradores, sem os quais os produtores de menor escala não poderiam sobreviver. Certos queijeiros vão aonde ninguém vai, chegando aos rincões mais longínquos, em que se convertem na única possibilidade de comercialização de queijo. São eles que correm os riscos da fiscalização, podendo sofrer as sanções legais pela atividade. Assim, por diferentes vias, o Queijo do Serro circula pelo estado e chega à mesa dos mineiros, bem como a um dos pontos de oferta do estado: o mercado Central de Belo Horizonte.



No estado do Rio Grande do Sul, comercializar Queijo Serrano, ainda que informalmente, não parece ser problema para os produtores dos Campos de Cima da Serra, ao menos no período de inverno, pois, nesse caso, a oferta do produto é menor do que a demanda. No verão, a situação se altera, dado que o preço do queijo baixa consideravelmente. Ainda assim, segundo os entrevistados, não sobram queijos, pois o movimento de turistas para a região e para o litoral gaúcho e catarinense é intensificado. Contudo, ainda que consigam comercializar o produto, os canais e estratégias estão marcados pela informalidade e pelo risco de apreensão.

As estratégias e os canais de comercialização acessados pelos produtores são diversos e emergem de acordo com as condições de cada produtor. Vale ressaltar que tais estratégias e canais foram construídos ao longo do tempo, consolidando-se, também, mesmo após sofrerem o estigma da clandestinidade, ou seja, após os anos 1950, quando foi instituída a legislação que rege a circulação e comercialização de produtos de origem animal no Brasil.

Diferentemente de Serro, nos Campos de Cima da Serra não existe uma organização formal como uma cooperativa, que atue na comercialização dos queijos. Assim, a circulação dos queijos é feita de duas formas principais: comercialização realizada pelos próprios produtores de queijos e a venda feita pelos comerciantes de queijos, também conhecidos como atravessadores.

A comercialização feita pelos produtores possui diversas características podendo ocorrer por meio da comercialização direta nas fazendas (ou sítios, como são regionalmente conhecidas), ou diretamente nos mercados dos pequenos municípios ou ainda por famílias produtoras que levam seu produto até as regiões consumidoras, sobretudo até a Serra Gaúchaⁿ. Quando feita diretamente na propriedade, os consumidores dirigem-se aos estabelecimentos produtores ou encomendam o queijo por meio de algum parente ou amigo que esteja de passagem na região. São volumes pequenos, pois são adquiridos para o “gasto”, ou seja, para consumo próprio. A ascensão do turismo na região, principalmente no município de São José dos Ausentes, onde há um maior fluxo de pessoas atraídas pelos encantos da “Serra Gaúcha”, tem facilitado a comercialização deste queijo diretamente nas propriedades rurais.

Diferentemente de quem comercializa com intermediários, na venda na propriedade, o preço é significativamente melhor para o produtor. A comercialização nos próprios municípios produtores ocorre em estabelecimentos comerciais, situação amplamente encontrada no município de Bom Jesus, onde quase todos os estabelecimentos comerciais, classificados localmente como supermercados, possuem queijos para ser comercializados. Quando é feito pelas próprias famílias produtoras, a venda pode ser facilitada por laços de parentesco ou amizade. Assim, os parentes de produtores que residem na região de Caxias do Sul, ao visitarem a região dos Campos de Cima da Serra, costumam levar algumas peças de queijos para presentear ou para vender.

No caso dos Campos de Cima da Serra no Rio Grande do Sul, comparativamente a Minas Gerais, o acesso aos comerciantes de queijos foi consideravelmente mais fácil. Talvez o fato de uma das pesquisadoras ser nativa da região também tenha facilitado esta aproximação. Em termos de números, a participação dos comerciantes de queijo é menor se comparada ao estado mineiro, contudo, é bastante pronunciado o protagonismo destes atores na comercialização dos queijos elaborados no contexto dos Campos de Cima da Serra.

Ainda no que se refere à questão dos comerciantes de queijo, cabe enfatizar que existem diferentes tipos de intermediários. Os mais antigos são mais estruturados, possuindo depósitos de queijos em casa que lhes asseguram operar volumes maiores de comercialização. Em geral, possuem tradição no comércio de queijos e praticam a atividade há mais de 30 anos. A maioria busca os queijos nas propriedades ou, dependendo da condição do produtor, o queijo também pode ser entregue na casa do atravessador.

Conforme já mencionado, os principais intermediários que comercializam queijos há muito desenvolvem a atividade na região, sendo assim, já possuem fregueses fixos e são conhecidos nas regiões em que atuam, construindo, com seus fregueses e outros atores, processos e relações marcados pela confiança e proximidade.

CONCLUSÕES

A reflexão a respeito do processo de comercialização dos dois queijos estudados deixa evidente algumas distinções, mas inúmeras semelhanças no processo de comercialização dos queijos do Serro e Serrano. Antes de tudo é preciso ter presente as distintas escalas de produção dos dois sistemas, pois embora não se tenha dados quantitativos atualizados, é possível identificar que a produção de queijos na região de Serro é muito superior à produção de queijos nos Campos de Cima da Serra, ainda que para ambas as regiões, os queijos, cada um a seu modo, sejam centrais na reprodução dos modos de vida a que cada grupo se encontra associado.

No sistema do Queijo do Serro, identifica-se que a comercialização ocorre preponderantemente por circuitos impessoais, nos quais o contato direto entre produtor e consumidor, proporcionalmente ao volume produzido, raramente ocorre. Em alguns casos, observou-se a comercialização feita pelos produtores que entregam de porta em porta, para fregueses fixos, ou com acordos com varejistas em outras cidades. Contudo, a maioria não tem domínio sobre o processo de comercialização do queijo, seja ela feita pela cooperativa, seja pelos intermediários.

Todavia, tampouco no caso de Serro se pode afirmar que se trate de um processo de fato impessoal, característico de contexto em que tenha ocorrido rompimento entre produção e consumo, como no caso de grandes estabelecimentos industriais, mas uma

ⁿ Região densamente habitada, onde o turismo é um dos principais atrativos.



situação intermediária. Neste aspecto, o processo de comercialização dos dois queijos, quando feito via intermediação, se assemelha, pois em ambos os casos a aproximação entre produtor e consumidor é feita via reputação dos queijos, ainda que vinculada a processos de intermediação.

No que se refere ao Queijo Serrano, as relações de proximidade e confiança entre produtores e consumidores, ou entre comerciantes, varejistas e consumidores, estão presentes e são determinantes para a circulação dos queijos. São elas que pautam a maioria dos processos de inserção mercantil do Queijo Serrano. Ainda que nem todos os consumidores conheçam os produtores e os locais de produção, nos pequenos municípios, como lembra Cruz¹, a fama dos bons queijos tende a ser reconhecida coletivamente. A análise do sistema de produção do Queijo Serrano evidencia um produto com profundos vínculos com a região de origem, podendo ser identificado como um produto “situado” territorialmente, ou seja, um produto que possui relações nítidas com o ambiente biofísico e social no qual se encontra inserido²⁶.

Por fim é importante salientar que, nos casos estudados, não há dúvida quanto à importância social, econômica e cultural dos queijos. Então, como tratar sua informalidade se ela, como visto, se impõe de forma tão determinante? Como ficariam determinadas regiões rurais de Minas Gerais e o setor urbano, que consome a maior parte da produção, caso desaparecessem 99% dos queijos artesanais, que se encontram na informalidade? Seria possível pensar em produtos artesanais sem considerar a convivência com a informalidade? Diante da possibilidade de ver seu produto apreendido, tendo que

comercializá-lo na “calada da noite”, como fugitivos, os produtores de queijos artesanais não estão sendo tratados como produtores de mercadorias ilícitas? Ainda que, com ressalvas, existe uma relação entre “pequenos e médios empreendimentos e a informalidade especialmente no que se refere a atores tradicionais e pouco capitalizados”⁸. Os autores atribuem a informalidade a mais uma faceta excludente da sociedade brasileira, propondo medidas para sua inclusão como parte de uma luta por cidadania e equidade social. Nesta perspectiva, a adequação das leis à produção de alimentos tradicionais, o que se difere do que temos hoje proposto no país, qual seja, adequação dos produtos tradicionais ao marco jurídico, faz parte desse processo.

No caso dos Queijos do Serro e Serrano, ainda que a situação de informalidade propicie a manutenção de práticas tradicionais, que em última análise sempre deram sustentação à notoriedade desses queijos, ela é uma faceta perversa, pois os queijos com mais características ligadas à tradição, portanto, queijos que deveriam ser valorizados, são os que mais encontram barreiras para sua comercialização. Além disso, os produtores informais recebem menos pelo produto e estão sujeitos a apreensões. Essa situação também pode ser extrapolada para outros queijos tradicionais do país, como o Queijo de Coalho, na região nordeste, e o Queijo Colonial, bastante presente na região sul do país. Neste contexto, o que ocorre com os produtores tradicionais é que, na prática, em vez de ter o produto valorizado, ele passa a ser desqualificado por não estar em consonância com a lei. Um saber tradicional, nessas condições, encontra-se em permanente ameaça de desaparecer.

REFERÊNCIAS

1. Cruz FT. Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra - RS [tese]. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 2012.
2. Sgarbi Santos J. Dilemas e desafios na valorização de produtos alimentares tradicionais no Brasil: um estudo a partir do Queijo do Serro, em Minas Gerais, e do Queijo Serrano, no Rio Grande do Sul [tese]. Pelotas: Universidade Federal de Pelotas; 2014.
3. Geertz C. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar; 1989.
4. Barnes JA. Redes sociais e processo político. In: Feldman-Bianco B, organizador. Antropologia das sociedades contemporâneas. São Paulo: Global Universitária; 1987. p. 159-93.
5. Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais - Emater-MG. Caracterização da Microrregião de Serro como produtora de queijo minas artesanal. Serro: Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais; 2002.
6. Minas Gerais. Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002. Dispõe sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal e dá outras providências. Diário Oficial Estado. 1 fev 2002.
7. Minas Gerais. Lei nº 19.492, de 13 de janeiro de 2011. Altera dispositivos da Lei nº 14.185, de 31 de janeiro de 2002, que dispõe sobre o processo de produção do Queijo Minas Artesanal e dá outras providências. Diário Oficial Estado. 14 jan 2011.
8. Meneses JNC. Queijo Artesanal de Minas: patrimônio cultural do Brasil. Dossiê interpretativo. v.1. Belo Horizonte: Ministério da Cultura; 2006.
9. Minas Gerais. Lei nº 20.549, de 18 de dezembro de 2012. Dispõe sobre a produção e a comercialização dos queijos artesanais de Minas Gerais. Diário Oficial Estado. 19 dez 2012.
10. Wilkinson J, Mior LC. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. Estud Soc Agric. 1999;(13):29-45.
11. Brasil. Lei nº 1.283, de 18 dezembro de 1950. Dispõe sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal. Diário Oficial União. 19 dez 1950.



12. Brasil. Decreto nº 30.691, de 29 de março de 1952. Aprova o novo Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. Diário Oficial União. 7 jul 1962.
13. Rio Grande do Sul. Secretaria da Agricultura, Pecuária e Agronegócio. Coordenadoria de Inspeção Sanitária de Produtos de Origem Animal. Portaria nº 214, de 14 de dezembro de 2010. [Regulamento técnico para fixação de identidade e qualidade do queijo artesanal serrano]. Diário Oficial Estado. 15 dez 2010.
14. Rio Grande do Sul. Portaria SEAPPA nº 55, de 28 de março de 2014. Retifica a Portaria SEAPPA nº 44 de 2014, que estabelece norma técnica relativa a instalação e equipamentos para Microqueijarias no Estado do Rio Grande do Sul. Diário Oficial Estado. 31 mar 2014.
15. Rio Grande do Sul. Portaria SEAPPA nº 44, de 21 de março de 2014. Estabelece norma técnica relativa a instalação e equipamentos para Microqueijarias no Estado do Rio Grande do Sul. Diário Oficial Estado. 24 mar 2014.
16. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BR). Instrução normativa nº 57, de 15 de dezembro de 2011. Estabelece critérios adicionais para elaboração de queijos artesanais. Diário Oficial União. 16 dez. 2011;Seção 1:23.
17. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BR). Instrução normativa nº 30, de 7 de agosto de 2013. Revoga a Instrução normativa nº 57. Diário Oficial União. 08 ago 2013;Seção 1:19.
18. Santos JS, Cruz FT, Menasche R. O mineiro, o queijo e os conflitos (nada poéticos) em torno dos alimentos tradicionais produzidos artesanalmente no Brasil. *Rev Econom Agric.* 2012;59(2):7-19.
19. Acampora T, Fonte M. Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local. *Ópera.* 2007;(7):191-212.
20. Oliveira JAV, Schmidt VDB, Schmidt W. Avaliação do potencial da agroindústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina. Florianópolis: Cepagro; 1999.
21. Pelegrini G, Gazzola M. A agroindústria familiar no Rio Grande do Sul: limites e potencialidades a sua reprodução social. Frederico Westphalen: URI; 2008.
22. Sousa RS. O problema das segmentações nas redes sociais informais e ilícitas: a heterogeneidade dos padrões de ações sociais justifica a separação conceitual dessas redes? In: Anais da 26a Reunião Brasileira de Antropologia; 1 jun 2008; Porto Seguro, BA.
23. Dutra RCA. Comida de rua: estilo alimentar, temporalidade e sociabilidade nas ruas da cidade. In: Anais do 36o Encontro Anual da Anpocs; 21-25 out 2012; Águas de Lindóia. Águas de Lindóia: Anpocs; 2012.
24. Oliveira F. Cartografia do queijo de leite cru em BH. [S.l.]: SerTãoBras; 2013[acesso 10 jan 2014]. Disponível em: <http://www.sertaobras.org.br/queijo-2/cartografia-do-queijo-de-leite-cru-em-bh>
25. Barbosa L. Tendências da alimentação contemporânea. In: Pinto ML, Pacheco JK. Juventude, consumo & educação 2. Porto Alegre: ESPM; 2009. p. 15-64.
26. Pecqueur B. A guinada territorial da economia global. *Eisforia.* 2006;4(1):81-103.

Conflito de Interesse

Os autores informam não haver qualquer potencial conflito de interesse com pares e instituições, políticos ou financeiros deste estudo.



Esta publicação está sob a licença Creative Commons Atribuição 3.0 não Adaptada.

Para ver uma cópia desta licença, visite http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.pt_BR.