

A diversidade como elemento de diferenciação e de valorização de produtos artesanais: o caso do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra (RS)¹

Evander Eloí Krone²
Renata Menasche³

RESUMO

Diante do movimento de resgate de alimentos provindos de sistemas de produção localizados, vemos surgir, nas últimas décadas, mecanismos como as certificações, selos de qualidade ou processos como os de indicação geográfica, como políticas que visam proteger e promover produtos de sistemas de produção local. No entanto, as regulamentações, as ferramentas e as estratégias utilizadas para proteger este tipo de produto visam, sobretudo, padronizar produtos e processos. Tomando como exemplo o caso do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra (RS), veremos que o *saber-fazer* tradicional, baseado em características históricas e culturais, choca-se com a idéia de processos de produção padronizados. A diferenciação do Queijo Serrano dá-se pela variante da diversidade, em que os aspectos físicos, químicos e sensoriais do queijo diferenciam produtores. O trabalho busca evidenciar que é essa diversidade de saberes e de sabores, apreciada pelos consumidores, um dos principais elementos de diferenciação e de valorização de produtos artesanais como o Queijo Serrano.

Palavras-chave: Queijo Serrano; diversidade; estantartização; indicação geográfica.

ABSTRACT

With the movement of recovering local food production systems it has been noticed the rising of some mechanisms such as certificate, quality control or processes as geographical indication and policies that are intended to protect and promote these systems over last decades. However, regulations, tools and strategies to protect this type of product aim, mainly, at standardizing products and processes. Taking as an example the artisanal Serrano cheese from “Campos de Cima da Serra” (RS), we can see that the traditional know-how, based on cultural historical characteristics, confronts the idea of standard production procedures. The distinctiveness of Serrano Cheese is due to the

¹ Artigo submetido à discussão no II Encontro Acadêmico de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, realizado no Rio de Janeiro, de 01 a 03 de setembro de 2009.

² O autor é Bacharel em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial e Mestre em Desenvolvimento Rural. É estudante do curso de Especialização em Agricultura Familiar e Educação do Campo da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), onde atua também prestando assessoria técnica aos projetos de agroindústria do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCR), no Estado do Rio Grande do Sul. E-mail: evanderkrone@gmail.com

³ A autora é Doutora em Antropologia Social. Professora do Bacharelado em Antropologia e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS). E-mail: renata.menasche@pq.cnpq.br

diversity in which the physical, chemical and sensorial aspects of it can distinguish producers. This paper emphasizes this diversity of knowledge and tastes, which consumers appreciate, is one of the main elements of differentiation and valorization of artisanal products such as Serrano Cheese.

Keywords: Serrano Cheese; diversity; standardizing; geographical indication.

1. INTRODUÇÃO

No século XX, os progressos obtidos nos níveis de produção, conservação, acondicionamento e transporte de alimentos conduziram a um movimento de aprofundamento da mercantilização e internacionalização de produtos alimentares. Alimentos como carnes, queijos, vinhos, peixes, conservas, enlatados ou bebidas atravessam fronteiras continentais e são distribuídos por grandes empresas agroalimentares em todo o mundo. Dessa forma, vimos surgir, no último século, uma grande cadeia produtiva em que circulam os alimentos, desde sua produção, transformação e elaboração até a comercialização em grandes redes de supermercados. Podemos afirmar que, na história da humanidade, jamais os alimentos estiveram tão deslocados “de seu enraizamento geográfico e das dificuldades climáticas que lhe eram tradicionalmente associadas” (POULAIN, 2004, p. 29).

Entretanto, se o progresso científico e tecnológico aumentou a disponibilidade e a variedade de alimentos em todo mundo, também provocou uma insegurança relacionada à perda de controle sobre os processos de produção de alimentos. Se, no passado, os alimentos eram, em boa medida, produzidos e elaborados em pequenas unidades de produção agrícola, na atualidade, grande parte dessa responsabilidade e desse conhecimento passou a estar a cargo da indústria, que transformou o consumidor moderno em um ser alienado desses processos.

Para Poulain (2004, p. 52), a industrialização da alimentação desliga “o alimento de seu universo de produção, coloca-o num estado de mercadoria e destrói parcialmente seu enraizamento natural e suas funções sociais”. É nesse contexto que percebemos uma queda de confiança dos consumidores nos processos de produção de alimentos padronizados pela indústria agroalimentar. Ao mesmo tempo, podemos notar um crescimento da demanda por alimentos cuja procedência e/ou processo de produção são conhecidos do consumidor, alimentos produzidos localmente, a partir de procedimentos avaliados como ambiental, social e economicamente sustentáveis, enraizados em um território e em uma cultura, alimentos que temos denominado *produtos da terra*⁴.

4 O termo *produtos da terra* tem sido empregado a partir da Agenda de Pesquisa “Do consumo à produção: qualidade e confiança nos *produtos da terra*”, do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura, constituído no âmbito do PGDR/UFRGS, do qual os autores deste artigo

Em estudo realizado sobre as representações sociais dos alimentos transgênicos entre moradores de Porto Alegre, Menasche (2003, p. 192) teve como resultado, a partir das entrevistas coletadas, que, muitas vezes, “os alimentos industrializados seriam percebidos como excessivamente manuseados, e, ainda, provenientes de lugares distantes – em alguns depoimentos seria manifestada a preferência por produtos locais, gaúchos –, de origem conhecida”. Assim, tendo em vista a ansiedade urbana contemporânea diante da alimentação, o *natural* e o *rural* passam a ser valorizados como atributos positivos dos alimentos, em oposição ao *moderno* e *industrializado*. Desse modo, temos que a valorização dos produtos considerados tradicionais “opõe-se às angústias ligadas ao desenvolvimento da industrialização alimentar e os riscos de diluição das identidades locais e nacionais na mundialização” (POULAIN, 2004, p. 40).

Millán (2002) já afirmara haver uma maior confiança por parte dos consumidores em alimentos mais próximos do universo natural e menos manipulados por processos industriais. Menasche (2003, p. 196), em referência ao trabalho de Eizner (1995), aponta que “talvez possamos identificar, nessa valorização do *natural* e do *rural*, mitos do *natural* e do *artesanal*, algo como a busca do consumo de 'imagens dos sabores perdidos'”.

Assim, se vivemos em um panorama de mundialização dos sistemas agroalimentares, podemos observar um crescente interesse por parte de pesquisadores, técnicos, universidades e instituições de pesquisa voltado ao estudo dos sistemas de produção locais. Esse processo tem como pano de fundo a presença, entre os consumidores, de percepções de risco associadas à alimentação moderna, acompanhada por um resgate de produtos, sabores e valores atribuídos a alimentos *artesanais*, *locais*, *naturais*, *orgânicos*.

Os produtos agrícolas classificados como tradicionais e provenientes de sistemas de produção locais vêm ganhando destaque no centro das disputas por políticas de desenvolvimento rural, impulsionadas a partir de sua valorização. Essas políticas têm se tornado uma importante ferramenta na implementação de projetos de desenvolvimento rural em zonas rurais que se encontram empobrecidas e à margem dos modelos de desenvolvimento vigentes na atualidade.

Alguns autores (ver, por exemplo, FLORES, 2006 e PECQUER, 2000) atentam para a importância dos produtos agrícolas locais na conformação de uma nova dinâmica de desenvolvimento territorial, impulsionada pela valorização de características que atribuem especificidade a um produto e que está associada a uma imagem territorial.

Segundo Tregear *et al* (2007), a literatura que trata do tema enfatiza serem os produtos regionais entendidos como uma forma de capital cultural capaz de angariar benefícios econômicos e sociais em áreas rurais a partir de sistemas de proteção como os de certificação, de selos de qualidade ou de Indicação Geográfica.

É nesse contexto de valorização de produtos regionais que o presente estudo se insere, trazendo para o debate a experiência do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra (RS). Este trabalho faz parte de um conjunto de iniciativas de pesquisa realizadas com o intuito de identificar e reconstituir a história das características econômicas, ambientais, sociais e culturais dos processos de produção e consumo do Queijo Artesanal Serrano, de modo a fornecer elementos para sua classificação como produto de especificidade local, referente a um território: os Campos de Cima da Serra, na região sul do Brasil.

Tal proposta, que se apresenta como nutriz da estratégia que aponta para a valorização de produtos locais – seja a partir de Indicações Geográficas ou de Denominações de Origem –, toma por entendimento a perspectiva anunciada por Flores (2006), a qual indica que “a dinâmica econômica do desenvolvimento territorial está fincada na afirmação de recursos territoriais inéditos sobre os quais se promove uma inovação e que estabelecem novas formas de relação com consumidores”.

É assim que, por exemplo, a partir da valorização – associada a uma imagem territorial – do Queijo Serrano, produzido por pecuaristas familiares dos Campos de Cima da Serra, surge a possibilidade de instaurar uma nova dinâmica de desenvolvimento territorial, da qual se beneficiariam os atores sociais envolvidos na produção e comercialização do produto.

No entanto, ainda que haja um movimento de valorização dos *produtos da terra*, como é o caso do Queijo Serrano, as regulamentações, ferramentas e estratégias utilizadas para proteger este tipo de produto visam, sobretudo, padronizar produtos e processos, não dando conta da especificidade de produtos artesanais. Tomando como exemplo o caso do Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra (RS), veremos, neste estudo, que o *saber-fazer* tradicional, baseado em características históricas e culturais, choca-se com a idéia de processos de produção padronizados. A diferenciação do Queijo Serrano dá-se pela variante da diversidade, em que os aspectos físicos, químicos e sensoriais do queijo são plurais, dependendo de cada produtor. O trabalho busca evidenciar que é esta diversidade de saberes e de sabores, apreciada pelos consumidores, um dos principais elementos de diferenciação e de valorização de produtos artesanais como o Queijo Serrano.

2. INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Segundo Caldas (2004), as indicações geográficas já são regulamentadas em vários países, sendo que existe um importante arcabouço teórico-conceitual formado. Nesse âmbito, destacam-se alguns importantes acordos e leis, como, por exemplo, o Acordo de Madrid, do qual o Brasil é um dos doze signatários (desde 1891), que trata da regularização de falsas indicações de procedência; e o Acordo de Lisboa, de 1958, que instaura um sistema de proteção específico para a identificação geográfica. Já em nível nacional, temos a Resolução nº 75 do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual, e a LPI (Lei da Propriedade Intelectual) nº 9.279, de 14/05/1996, que, nos artigos 176 a 183, regulamenta as indicações geográficas no Brasil. O artigo número 176 define duas espécies distintas de indicações geográficas: a Identificação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem Protegida (DO).

A diferença entre os sistemas de indicação geográfica é que o sistema de indicação de procedência dá direito a utilizar um nome geográfico a partir do renome e da reputação que uma determinada região tenha adquirido como local de produção de determinado produto. Já o sistema de denominação de origem protegida incorpora não apenas a questão da delimitação de um território a partir da reputação e fama de um produto, mas exige, para tanto, outros condicionantes que os diferenciem, como fatores naturais, ou seja, solo, clima, meio ambiente e fatores humanos, tais como o *saber-fazer* local, a tradição, os costumes, a história e a cultura de um grupo social, que perpassam todo o processo de produção.

Embora na América Latina – e particularmente no Brasil – seja recente, especialmente no que se refere às políticas públicas, a atenção conferida ao tema, principalmente no continente europeu, o debate a respeito da caracterização de produtos alimentares a partir de especificidades locais já apresenta um longo percurso. Na Europa, existem cerca de cinco mil Indicações Geográficas registradas, sendo a grande maioria referente ao universo dos queijos e dos vinhos (LIMA *et al.*, 2007). Ainda fazendo referência ao continente europeu, podemos mencionar como exemplos emblemáticos de processos de certificação os queijos Parmesão e Roquefort, bem como o vinho do Porto. Vale ainda mencionar que é a França o país com maior tradição e experiência em implementar sistemas de proteção. Inspirada na noção de *terroir*, a França detém o selo mais antigo para indicar proteção geográfica na Europa, a *Appellation d'Origine Contrôlée* – AOC.

A noção de *terroir* está relacionada a um território comumente pequeno, em que o solo e o microclima conferem qualidades distintas aos produtos (BARHAM, 2003). Nesse sentido, Barham (2003) afirma que os produtos de *terroir* resultam de longa ocupação

de uma área específica e representam a interação entre a criatividade humana e a curiosidade em relação aos aspectos naturais do local. Já para Bérard (2005), o termo é aplicado a produtos com história, enraizados em um conhecimento compartilhado e em um *saber-fazer* local, aí inclusos todos os elementos que são próprios de uma área geográfica específica, mas sem abranger, necessariamente, fatores naturais.

O debate sobre o tema – tal como realizado na Europa – indica que, ainda que as características ecológico-ambientais de um dado lugar corroborem a especificidade de um produto, a dimensão cultural é determinante da qualidade particular. Sua diferenciação dar-se-ia, então, por ser resultante de um *saber-fazer* compartilhado, transmitido de geração a geração. Sua qualidade específica seria conferida por sua inscrição em uma cultura local, ou seja, em um modo de vida (MENASCHE; KRONE, 2007).

Segundo Dullius, Froehlich e Vendruscolo (2008), as experiências, articulações, investimentos, reivindicações e, por conseguinte, os registros de indicações geográficas ainda são incipientes no Brasil⁵. Conforme esses autores, as Indicações Geográficas também têm sido utilizadas para agregar valor e proteger “produtos desenvolvidos por populações consideradas tradicionais, indígenas e quilombolas, a partir da ênfase em suas identidades calcadas em territorialidades, saberes e modos de vida e produção específicos” (id., p. 8).

No entanto, os sistemas de indicação geográfica como vêm sendo desenvolvidos no Brasil parecem valorizar, sobretudo, o produto final em detrimento do *saber-fazer* tradicional. As indicações geográficas, muitas vezes, restringem a produção tradicional a padrões supostamente uniformes, não abrindo espaço para a diversidade potencial entre vários produtores dispersos em um território.

Assim, costuma-se tomar o *saber-fazer* segundo parâmetros de uma não-continuidade histórica, adotando e definindo padrões rígidos de produção e não abrindo espaço para qualquer variabilidade. Entretanto, como analisado em trabalho anterior (ver KRONE, 2006 e 2009), práticas, saberes, e modos de vida fazem parte de um complexo sistemático de relações que não é estático, mas mutável, conforme novas condições que surgem. Adotar padrões rígidos de produção significa tomar o *saber-fazer* conforme parâmetros de não-continuidade histórica, pois inibe-se qualquer tipo de inovação e, por conseguinte, engessa-se o *saber-fazer* em torno de parâmetros uniformes.

⁵ Os primeiros exemplos de certificações brasileiras na modalidade de indicação geográfica concedidas pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Intelectual) são: o vinho do Vale dos Vinhedos (2002), o café do Cerrado Mineiro (2005), a carne do Pampa Gaúcho (2006) e a cachaça de Paraty (2007). No entanto, todas essas experiências estão inseridas no âmbito das indicações de procedências. Não há ainda no Brasil nenhum registro de denominação de origem protegida.

No caso de produtos artesanais como o Queijo Serrano, em que a própria variabilidade dos processos de produção é uma característica do produto, sistemas de produção muito rígidos podem promover a inserção de uma minoria de produtores no mercado formal, mas podem também excluir uma grande massa de produtores desse mercado por não se adequarem a padrões tão rígidos de produção.

3. UM QUEIJO COM HISTÓRIA

Situada no Nordeste do Rio Grande do Sul, área contígua à região serrana de Santa Catarina, com altitudes superiores a 1.000 metros acima do nível do mar, a região conhecida como Campos de Cima da Serra é caracterizada por invernos rigorosos, tendo na pecuária em sistema de campo nativo sua principal atividade econômica. Nasce também, da atividade pecuarista de corte, a produção artesanal de um queijo característico desse território, conhecido regionalmente pelo nome de Queijo Serrano. Com uma tradição secular que remonta ao período do tropeirismo no Brasil e com uma receita tradicional passada de geração a geração há quase duzentos anos, o Queijo Serrano mantém-se como uma das principais fontes de renda para as famílias de pecuaristas que se dedicam à sua produção. As técnicas artesanais empreendidas na fabricação do queijo, com a utilização de leite cru de vacas de corte, alimentadas pelas pastagens naturais dos campos nativos, bem como o micro-clima próprio da região, conferem ao produto características físicas e organolépticas únicas, que lhe dão especificidades diferentes daquelas de outros queijos produzidos na região.

A tradição produtiva do Queijo Serrano remonta a meados do século XVIII, quando mantinha forte vínculo com a atividade tropeira, sendo que, dos Campos de Cima da Serra, partiam tropas de mulas carregadas com o produto. No auge do tropeirismo, durante os séculos XVIII e XIX, o Queijo Serrano, então transportado no lombo de mulas, era o principal produto a garantir o abastecimento familiar.

No início do século XX, com o incremento do comércio entre as cidades e as regiões, bem como a abertura de estradas, ferrovias e rodovias e a chegada do transporte motorizado, findou a atividade tropeira e o comércio de queijo carregado sobre o lombo das mulas. Na atualidade, o queijo é vendido a consumidores locais, pequenos estabelecimentos comerciais e a atravessadores – para comercialização em Caxias do Sul ou em Santa Catarina –, configurando-se, muitas vezes, como a principal renda das famílias que se dedicam à sua produção.

Apesar de toda sua importância econômica, social, cultural e histórica, a comercialização de Queijo Serrano, hoje, é realizada em grande medida à margem das vias formais de comercialização. Tendo sido seus processos de produção considerados inadequados pela legislação sanitária vigente, os produtores vivem sob constante

ameaça de apreensão e multas. Dessa forma, diante da pressão exercida para a legalização ou para o fim da produção, famílias rurais, técnicos e acadêmicos vêm enfrentado o desafio de encontrar formas de validar o produto, assim como o *saber-fazer* associado à produção do Queijo Artesanal Serrano.

4. PADRONIZAÇÃO OU DIVERSIDADE?

Ainda que haja um movimento de valorização dos *produtos da terra*, como é o caso do Queijo Serrano, as regulamentações, ferramentas e estratégias parecem não dar conta da especificidade de produtos artesanais.

Inicialmente, voltemos nossa análise ao campo das regulamentações sanitárias. Parece-nos evidente que a qualidade sanitária de um produto é um direito de todos, mas, como nos revela Black (2005), as regulações sanitárias muitas vezes não respeitam a diversidade, a história e o caráter cultural vinculados a métodos de produção tradicionais. Os padrões sanitários de qualidade estabelecidos atualmente caminham para uma total estandarização de processos e produtos e chocam-se com a diversidade do *saber-fazer* tradicional.

No caso dos queijos de leite cru, a legislação brasileira permite a comercialização somente após sessenta dias de maturação. No caso do Queijo Serrano, o período de maturação raramente excede duas semanas, pois, além de haver uma alta demanda pelo queijo, sua rápida comercialização deve-se ao fato de o dinheiro resultante de sua venda ter como destino a compra de alimentos para as famílias produtoras.

No caso do Queijo Serrano, a produção, que é realizada em pequena escala, não seria suficiente para enfrentar altos custos em investimentos e manutenção de uma estrutura, a fim de atender as normas convencionalmente exigidas do ponto de vista sanitário e legal. Além disso, os métodos tradicionais de produção teriam que ser suprimidos em favor de processos de produção padronizados, o que descaracterizaria o produto artesanal.

Medaets (2006), ao discutir as políticas de qualidade para produtos agrícolas no Brasil, expõe uma questão decisiva para os produtos artesanais, qual seja, o fato de ser a certificação um atestado de conformidade de um produto a um referencial, sendo a padronização um mecanismo de coordenação do sistema agroalimentar que resulta na intensificação do uso de diferentes certificações.

O Queijo Serrano tem como uma de suas principais características seu processo

artesanal de fabricação. Podemos dizer que, devido justamente a isso e por sua produção ser realizada em pequena escala e por vários produtores dispersos em um território, cada peça de queijo pode ser considerada única. Analogamente, poderíamos afirmar que cada produtor de queijo é como um artesão que esculpe uma obra. Essa obra é fruto de um *saber-fazer* passado de geração a geração como uma tradição secular. Dessa forma, a produção artesanal do Queijo Serrano difere significativamente dos processos hegemônicos de produção de alimentos em larga escala, em que o que prevalece não é a diversidade, mas processos que visam a ter como resultado final produtos extremamente padronizados. Distante de qualquer tipo de processo ou produto estandardizado, o processo de produção do Queijo Serrano é resultado de uma diversidade de vários *saberes e fazeres*.

Assim, nos marcos dos sistemas de certificação, pensar em definir um referencial único de padronização para produtos como o Queijo Artesanal Serrano significaria valorizar e legitimar um único *saber-fazer*, em detrimento de vários outros, igualmente desenvolvidos no curso de séculos de história. Além disso, estaríamos colocando, entre os produtores, a disputa pela legitimação desse *saber-fazer*, o que poderia levar à exclusão daqueles produtores que não estão em conformidade com tal referência.

Seguramente, não pretendemos defender a idéia de que todos os tipos de métodos e de queijos fabricados nos Campos de Cima da Serra possam enquadrar-se na categoria Queijo Serrano, pois, apesar de existir uma diversidade de *fazeres e saberes*, bem como de consumidores interessados nos sabores resultantes, existem certos elementos que são comuns aos diversos produtores de Queijo Artesanal Serrano e que tornam-se marcadores identitários. Dessa forma, os próprios produtores reivindicam a condição de fabricantes de Queijo Serrano, diferenciando-se de outros produtores a partir de elementos considerados como específicos da produção de Queijo Serrano, como, por exemplo, o uso do leite cru de vacas de corte alimentadas preponderantemente por pastagens de campo nativo.

A produção de queijo é uma forma de aproveitar o leite do rebanho do gado de corte. Esse é um dos primeiros elementos que diferenciam a produção de Queijo Serrano, já que os animais utilizados não possuem vocação leiteira. Do rebanho de gado de corte, selecionam-se algumas vacas que fornecerão leite tanto para o consumo da família como para a produção de queijo. Os animais são, de modo geral, resultantes de cruzamento de raças bovinas voltadas para a produção de carne. Assim, a produtividade leiteira desses animais é relativamente baixa, em média, cada animal produz quantidade inferior a cinco litros de leite por dia. A rusticidade é uma das principais características desses animais, sendo tal aspecto destacado pelos produtores como um fator importante para que se tornem mais resistentes e adaptados ao clima da região, principalmente nos períodos de frio intenso, em que ocorre o rareamento das pastagens de campo nativo. Esse também é um dos fatores que leva os produtores à rejeição do uso de vacas holandesas, somado ao fato de serem mais exigentes em termos nutricionais e, ainda,

fornecerem um leite com baixo teor de gordura, considerado pelos produtores como um leite *fraco*. Comparativamente, o uso de vacas de corte predomina entre os produtores, fato justificado por estes animais produzirem um leite com um maior teor de gordura, considerado “*forte*”.

A característica da composição dos rebanhos, associada a uma alimentação baseada predominantemente em espécies botânicas que formam as pastagens naturais da região, complementada por pastagens exóticas e, em alguns casos, pelo uso de ração em pequena escala, determinam e influenciam as características físicas, químicas e sensoriais do leite utilizado na fabricação do Queijo Artesanal Serrano.

É através das categorias *forte/fraco* que os próprios produtores criaram seu sistema de classificação para definir e distinguir os produtores de Queijo Serrano dos demais. As vacas do rebanho de corte são consideradas *fortes*, por serem pouco dependes de alimentação complementar ao campo nativo e por fornecerem um leite de alto teor de gordura e, portanto, resultando na produção de um queijo *forte*. Por outro lado, vemos que vacas holandesas são consideradas como animais *fracos*, por serem mais vulneráveis a doenças, altamente dependentes de alimentação complementar e por fornecerem um leite de baixo teor de gordura, considerado, portanto, como um leite *fraco*. Assim, a partir desse sistema de classificação, todo o Queijo Serrano de vaca de corte é considerado *forte*, em oposição, ao queijo de vaca holandesa que é considerado *fraco*. Vejamos os trechos de depoimentos de dois produtores⁶ do Queijo Serrano:

E essas vacas [holandesas], são vacas de cocheira, não adianta nós se meter. Bota umas vacas assim, que ficam só em redor da casa, resmungando de fome em vez de dar leite. Essas vacas, dá úbere meio grandona. Eu até prefiro aquelas que dão 4, 5, 6, 8 até 10 litros aí, vaca normal, dessas nossas, do que uma grande. Aquilo, tu tira um litro, uma jarra, duas jarras dessas comuns [vacas de corte], mas também tu não te incomoda. E essas vacas [holandesas], tu precisa 15 litros de leite para fazer um quilo de queijo! E tu pega uma dessas nossas crioula, da gente, com 10 litros tu faz um quilo e não precisa tratar nem nada. E é um leite gordo, um leite forte.

Eu não bebo leite de vaca holandesa. É um leite fraco. E tem esse vizinho aí, que faz queijo só com vaca holandesa. Isso já não é mais Queijo Serrano. Queijo de vaca holandesa, eu não quero nem de presente! Pra mim, queijo tem que ser de vaca de corte, gordo, forte, assim como o nosso, gordo. E eu não desnato o queijo. O queijo é tudo na nata, direto com a gordura, mesma gordura, não é desnato.

Como podemos observar, existem elementos que marcam e delimitam o campo do Queijo Serrano. Mas é preciso deixar claro que, na categoria “Queijo Serrano”, encontram-se inúmeras variações nos processos de fabricação do queijo, que resultarão em produtos rústicos e diferentes no que concerne aos aspectos físicos, químicos e sensoriais, sendo adquiridos pelos consumidores a partir de suas preferências de sabor e,

⁶ Para proteger a identidade dos informantes foram utilizados nomes fictícios neste trabalho.

consequentemente, por sua relação direta com o próprio produtor.

Aurier *et al* (2005), estudando os significados dos produtos de *terroir* para os consumidores franceses, mostram que esses produtos são considerados mais autênticos quando a eles se agregam aspectos de rusticidade e menor sofisticação nas embalagens. Esses consumidores vinculam a qualidade do produto à não-padronização, ou seja, à sua singularidade, advinda da tradição.

Ora, se, por um lado, o consumidor busca produtos singulares, personalizados e com características de rusticidade, por outro, no âmbito dos regulamentos técnicos para obtenção de selos de qualidade – como os de indicação geográfica –, está a padronização dos processos de produção, que, de certa forma, acaba por agir em sentido semelhante às regulamentações da indústria alimentar, buscando standardizar produtos e processos e visando atender demandas de uma produção em larga escala, sem levar em consideração especificidades regionais e locais.

Em relação ao Queijo Serrano, observamos que um de seus maiores diferenciais não está nos elementos de uniformidade ou padronização, mas exatamente na sua diversidade. É essa diversidade que faz com que o consumidor de Queijo Serrano identifique, muitas vezes no produtor, a qualidade específica do produto, como vemos no relato do Sr. Camilo, produtor de Queijo Serrano:

E no tempo que eu vendia queijo no armazém em Bom Jesus, tinha uma mulher lá de Lajeado [distrito da cidade de São Francisco de Paula], que chegou ali. Eu estava ali com um conhecido e com o açougueiro, por ali, conversando, e uma hora ela pediu: “eu queria o queijo do seu Camilo”. É esse daqui, está falando com ele. Pensa bem, a mulher de lá, ela sabia que eu fazia queijo. Onde que ela iria imaginar que era eu? Estava lá, comprando queijo. Ela já conhecia o meu queijo. É que o pessoal vai se habituando. Então a gente já sabe, se tu chega lá onde eu vendo o meu queijo, eles te dizem bem certinho, esse aqui é o fulano que faz. Tem uns parecidos, mas igual não tem. Um é mais largo, outro é mais estreito, outro é mais grande... e assim vai.

Como no depoimento de Seu Camilo, o consumidor reconhece certas características que são únicas e referentes a cada produtor. Existe uma personificação do queijo. Assim, por exemplo, podemos encontrar, nos mercados locais, o Queijo Serrano do Seu Márcio, do Seu Adilson, do Seu Camilo e de tantos outros produtores, evidenciando uma forte associação entre o nome do produtor e as peculiaridades do queijo. Assim, podemos sugerir que o Queijo Serrano é a materialização do *saber-fazer* de uma família produtora de queijo, expressando o modo como vivencia a articulação das dimensões relacionadas a trabalho, terra, família, hierarquia e identidade. Como analisado por Woortmann (2007), *comida* é uma categoria cultural nucleante, que se articula com outras categorias. Assim sendo, o queijo fala da própria família, pois ele não se desliga do produtor. Mauss (1988, p. 71) defende que a ele “misturam-se as vidas, e é assim que

as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam”.

Dessa forma, os métodos, técnicas e procedimentos que visam a uma maior uniformidade de processos e produtos conduziram à descaracterização da produção artesanal de Queijo Serrano. Com a standardização da produção do Queijo Serrano, perder-se-iam os elementos que identificam e unem produtor e produto. Estar-se-ia, assim, desperdiçando, em prol da uniformidade ou de um referencial único de produção, características que, muitas vezes, são apreciadas pelos consumidores e constituem a própria identidade do produto e do modo de vida em que se constituiu, ao qual está associado. Teríamos um queijo regulamentado por aspectos normativos, que validariam apenas um *saber-fazer*, em detrimento de todos os outros.

Um exemplo que pode ilustrar essa situação é o caso da cachaça brasileira. Em 2001, um decreto presidencial oficializou a cachaça como indicação geográfica do Brasil. A partir de então, a legislação brasileira definiu cachaça como uma bebida com teor alcoólico entre 38° e 54° e estabeleceu regras gerais para indicar a bebida. Dessa forma, o Estado brasileiro restringiu a cachaça nacional em torno de índices alcoólicos que se supõem uniformes, não abrindo espaço para a diversidade do produto, em sua diversidade de fabricação em todo o território nacional, impondo padrões rígidos (DÓRIA, 2007). Partiu-se de um ponto referencial para definir o que é cachaça, sem que fosse inventariada a diversidade. Assim, um produtor que fabrica uma bebida com teor alcoólico de 35°, ainda que apreciada pelos consumidores, ficaria excluído da especificidade “cachaça do Brasil”.

Transpondo essa discussão para o caso do Queijo Serrano, podemos inferir que regras intransigentes, que determinem, por exemplo, a quantidade de sal ou o período de maturação do queijo, levarão exatamente a um processo desse tipo, ou seja, à exclusão de uma grande massa de produtores que não se enquadram nos parâmetros referenciais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos evidenciar que, frente a uma ansiedade urbana contemporânea diante da alimentação moderna, observamos uma crescente demanda pelos chamados *produtos da terra* – enraizados em uma história, em uma cultura –, cuja procedência e/ou processo de produção são de conhecimento dos consumidores. Com esse movimento de resgate de valores, sabores e alimentos, vemos surgir mecanismos como os sistemas de indicação geográfica, que visam proteger alimentos resultantes de sistemas de produção local.

No caso brasileiro, podemos observar que as políticas atualmente engendradas para

proteger produtos regionais inserem o *saber-fazer* tradicional em cadeias globais de valor, sendo adotados esquemas de padronização de produtos e processos que geram a “substituição do produto que expressa uma criatividade singular por uma caricatura sua” (DÓRIA, 2007, p. 14).

Tomando como exemplo o caso do Queijo Artesanal Serrano dos campos de altitude do sul do Brasil, podemos observar que o *saber-fazer* tradicional, baseado em características históricas e culturais, choca-se com a idéia de uma estandardização. A diferenciação do queijo não se dá pelos processos de padronização, mas, justamente, pela variante da diversidade nos aspectos físicos, químicos e sensoriais do queijo. É esta diversidade de saberes e de sabores, apreciada pelos consumidores, um dos principais elementos de diferenciação e da valorização do produto.

O desafio colocado para o Estado e para a formação de políticas públicas, visando à promoção e à proteção de produtos tradicionais, centra-se no fato de que as características desses produtos variam conforme a região produtora e, também, em relação aos produtores, evidenciando distintos sistemas de produção de um mesmo alimento. É essa diferença que proporciona os diversos sabores, cores e texturas, responsáveis por conferir características marcantes aos produtos tradicionais. Assim, consideramos que cabe ao Estado reformular a legislação, saindo da esfera de uma regulamentação única, aplicável a todo tipo de produção em pequena escala, e assumindo a responsabilidade de criar sistemas de regulamentação que levem em conta a diversidade regional, de modo a não padronizar a produção tradicional (CRUZ et al 2008).

Nesse sentido, o Estado poderia cumprir um papel importante: o de implementar políticas de valorização de produtos de sistemas produtivos locais, a partir de arcabouços legais que contemplem, por um lado, os produtores preocupados em manter as características originais de seus produtos e, por outro, os consumidores, que anseiam pela singularidade dos alimentos. Fazem-se necessárias ferramentas e estratégias que levem em conta que a diversidade é, ao mesmo tempo, constitutiva e marcadora da identidade de produtos como o Queijo Artesanal Serrano, confirmando sua qualidade.

6. REFÊRENCIAS

AURIER, Philippe; FORT, Fatiha; SIRIEIX, Lucie. Exploring terroir product meanings for the consumer. **Anthropology of Food**, n. 4, 2005. Disponível em: <<http://aof.revues.org/document187.html>>. Acesso em: 14 jul 2008.

BARHAM, Elizabeth. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. **Journal of Rural Studies**, n. 19, 2003, p. 127-138.

BÉRARD, Laurence. Local food between nature and culture: from neighbour farm to terroir. **Anthropology of Food**, n. 4, 2005. Disponível em: <<http://aof.revues.org/document109.html>>. Acesso em: 30 set 2008.

BLACK, Rachel Ede. The Porta Palazzo farmers' market: local food, regulations and changing traditions. **Anthropology of Food**, n. 4, 2005. Disponível em: <<http://aof.revues.org/document157.html>>. Acesso em: 14 jul 2008.

CALDAS, Alcides dos Santos. Novos usos do território: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento regional. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, n. 3, 2004, p. 593-602.

CRUZ, Fabiana Thomé da *et al.* Queijo Artesanal Serrano dos Campos de Cima da Serra: o saber-fazer tradicional desafiando a qualidade. In: IV Congresso Internacional de la Red SIAL, 2008, Mar del Plata. **Anais...** Mar del Plata: Alfater, 2008. 1 CD ROM.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A economia política do terroir**: o estado e a “magia” do produto. In: Seminário pensando o consumo: novas abordagens, 2007, São Paulo.

DULLIUS, Paulo Roberto; FROEHLICH, José Marcos; VENDRUSCOLO, Rafaela. Identidade e Desenvolvimento Territorial – estudo das experiências de Indicações Geográficas no estado do RS. IN: XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2008, Rio Branco. **Anais...**Rio Branco: SOBER, 2008. 1 CD ROM.

FISCHLER, Claude. **El (h)omnívoro**: el gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama, 1995.

FLORES, Murilo. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: uma visão do estado da arte. **InterCambios**, n. 64, 2006. Disponível em: <<http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=3736>>. Acesso em: 8 set 2008.

KRONE, Evander Eloí. **Práticas e saberes em movimento**: a história da produção artesanal do Queijo Serrano entre pecuaristas familiares do município de Bom Jesus (RS). 2006. 55 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Desenvolvimento Rural e Gestão Agroindustrial). Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, Encantado, 2006.

_____. **Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS)**: práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 146f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural. Faculdade de Ciências Econômicas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009.

LIMA, Francisca Dantas; GIESBRECHT, Hulda Oliveira; LIMA, Solange Ugalde. Indicação Geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, nº 11, 2007.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 1988.

MEDAETS, Jean Pierre. Políticas de qualidade para produtos agrícola e alimentares: sistema de garantia da qualidade. In: LAGARES, Léa; LAGES, Vinícius; BRAGA, Christiano (org.) **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade**: indicações geográficas e certificações para a competitividade nos negócios. Brasília: Sebrae, 2005.

MENASCHE, Renata. **Os grãos da discórdia e o risco à mesa**: um estudo antropológico das representações sociais sobre cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul. Porto Alegre: Ufrgs, 2003. 287f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MENASCHE, Renata; KRONE, Evander Eloí. Queijo Serrano: identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra. In: VII Reunião de Antropologia do Mercosul, 2007, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS, 2007, 1 CD ROM.

MILLÁN, Amado. Malo para comer, bueno para pensar: crise en la cadena socioalimentar. In: GRACIA ARNAIZ, Mabel (Org.). **Somos lo que comemos**: estudios de alimentación y cultura en España. Barcelona: Ariel, 2002.

PECQUEUR, Bernard. Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens. In: **SYMPOSIUM sur le développement régional**. Montpellier: INRA-DADP, 2000. Disponível em: <<http://www.inra.fr/internet/Departements/ESR/vie/animations/Ecospatiale/pdf/pecqueur.pdf>>. Acesso em: 8 set 2008.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologias da alimentação**: os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: EdUfsc, 2004.

TREGGAR, Angela *et al.* Regional foods and rural development: the role of product qualification. **Journal of Rural Studies**, n. 23, 2007, p. 12-22.

WOORTMANN, Ellen. Padrões tradicionais e modernização: comida e trabalho entre camponeses teuto-brasileiro. In: MENASCHE, Renata (Org.). **Agricultura familiar à mesa**: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari. Porto Alegre: EdUFRGS, 2007.