

LEGALIDADE VERSUS INFORMALIDADE NA COMERCIALIZAÇÃO DE QUEIJOS COLONIAIS NO SUL DO BRASIL: O CONSUMIDOR NO CENTRO DO DEBATE

LEGALITY VERSUS INFORMALITY IN THE COMMERCIALIZATION OF COLONIAL CHEESES IN SOUTHERN BRAZIL: THE CONSUMER AT THE CENTER OF THE DEBATE

Valéria Pinheiro Braccini¹

Janaína Balk Brandão²

Raquel Breitenbach³

Jorge Ruiz-Menjivar⁴

Resumo: Este estudo teve como objetivo explorar o nível de importância atribuída aos aspectos socioculturais, crenças e preferências, segurança alimentar e regulamentação estatal na compra de Queijo Colonial (QC). Foi empregado o arcabouço teórico da Nova Economia Institucional para examinar os fatores supracitados, numa amostra de conveniência de 121 consumidores de QC em Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Os resultados mostraram distinção de comportamento por sexo, idade, renda e composição familiar, auxiliando na compreensão do comportamento dos consumidores de produtos tradicionais da região. Os consumidores homens atribuíram maior importância ao local de produção e ao processo de maturação do QC e as mulheres aos processos de higienização adequados. Consumidores de maior renda atribuíram maior importância à região de origem e consideraram o QC mais nutritivo. Destacam-se como fatores mais importantes para escolha do QC a confiança no produtor e as características organolépticas do produto, embora 78% dos consumidores consideraram importante ou muito importante a 'inspeção alimentar'. Apesar dos esforços do governo para regular a produção e comercialização de queijos, a informalidade no mercado persiste porque os produtores de QC encontram apoio na inclinação dos consumidores pela tradição, preservação do patrimônio cultural e, principalmente na confiança no agricultor.

Palavras-chave: Regulamentação; consumidores; cultura.

Abstract: This study aimed to explore the level of importance attributed to sociocultural aspects, beliefs and preferences, food safety, and state regulation in the purchase of Colonial Cheese (QC). The New Institutional Economics theoretical framework was used to examine the aforementioned factors in a convenience sample of 121 QC consumers in Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brazil. The results showed a distinction of behavior by gender, age, income, and family composition, helping to understand the behavior of consumers of traditional products in the region. Male consumers attributed greater importance to the place of production and the QC maturation process, and women to adequate hygiene processes. Consumers with higher incomes attributed greater importance to the region of origin and considered the QC more nutritious. Trust in the producer and the organoleptic characteristics of the product stand out as the most important

¹ Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, ORCID: 0000-0002-6891-0196. E-mail: valurug@gmail.com.

² Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil, ORCID: 0000-0002-3044-3473. E-mail: janainabalkbrandao@hotmail.com.

³ Gestão Rural, Instituto Federal do Rio Grande do Sul, Campus Sertão, Brasil, ORCID: 0000-0002-9431-3766. E-mail: raquel.breitenbach@sertao.ifrs.edu.br.

⁴ Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida, Estados Unidos da América. ORCID: 0000-0003-1167-4839. E-mail: jhruiz@ufl.edu.

factors for choosing the QC, although 78% of consumers consider the 'food inspection' to be important or very important. Despite the government's efforts to regulate the production and commercialization of cheese, informality in the market persists because QC producers find support in consumers' inclination for tradition, preservation of cultural heritage, and trust in the farmer.

Keywords: Regulation; consumers; culture.

JEL Classification: B520 Current Heterodox Approaches: Historical; Institutional; Evolutionary (New Institutional Economics)

1 Introdução

A (re)valorização das cadeias alimentares tradicionais, um movimento impulsionado por cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas (SONINO & MARDSEN, 2017), enfrenta duas forças concorrentes: a) De um lado, os órgãos governamentais aumentaram a fiscalização, pressionando a produção tradicional para legalizar e cumprir as normas sanitárias, restringindo o acesso de alimentos não legalizados ao mercado consumidor (CRUZ & SCHNEIDER, 2010; NAGARAJ 2021); b) Por outro lado, os processadores tradicionais de alimentos, tipicamente agricultores familiares e empresas rurais de pequeno porte, permanecem ambivalentes sobre as consequências diretas e não intencionais que as mudanças regulatórias podem representar do ponto de vista de aceitação e nos meios de subsistência dos produtores (CABRAL, 2018, MARCHESI & TWEED, 2021).

Diferente do que se experiencia no Brasil, nos países europeus os métodos tradicionais de produção são valorizados e possuem padrões legais que viabilizam a produção e comercialização de queijos tradicionais ou em menor escala (CABRAL, 2018). Na França, por exemplo, conhecida pelos tipos de queijo Comté e Roquefort, há uma diversidade de queijos feitos de leite cru, priorizando métodos e saberes tradicionais (CNAOL, 2018). Na Itália e na Espanha, sistemas de produção de queijos de leite cru, como Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Manchego e Cabrales, capitalizam métodos tradicionais e processos de maturação controlados para agregar valor e diferenciação do produto no mercado (FURTADO, 2011). Dogan & Adanacioglu (2021) falam, inclusive, sobre a disposição dos consumidores em pagar por produtos tradicionais com indicação geográfica, a exemplo do queijo na Turquia.

No Brasil também existem exemplos de queijos tradicionais em diferentes regiões (SOARES et al., 2017). Por exemplo, os queijos de leite cru denominado 'Canastra' e o 'Minas Artesanal' em Minas Gerais são reconhecidos internacionalmente e representam a combinação de tradição, cultura e *know-how*⁵. Outros estados brasileiros também produzem queijos de leite cru, como Pernambuco e Ceará (queijo coalho artesanal), Paraíba (queijo manteiga) e Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (queijos serranos e coloniais).

Em 2022 o governo federal brasileiro publicou o Decreto Nº 11.099, que regulamenta a Lei nº 1.283, de 1950, que instituiu o Selo Arte e a Lei nº 13.860, de 2019, que trata da elaboração e comercialização de queijos artesanais (MAPA, 2022). Além de criar o selo Queijo Artesanal, o objetivo do novo decreto é esclarecer as competências de fiscalização, regulamentar a ampla comercialização nacional dos produtos e garantir a prestação de informações adequadas aos consumidores, em especial sobre saúde e segurança dos produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Isso é relevante neste estudo pois, com a mudança, os queijos artesanais elaborados por métodos tradicionais, com vinculação e valorização

⁵ O "saber fazer" é uma forma de expressão da cultura local capaz de promover bens e serviços com especificidades dentro do território onde são gerados e estabelecer relações entre os atores sociais por meio de conhecimentos herdados e transmitidos por múltiplas gerações (GUIMARÃES; PINHEIRO, 2018, p.47).

territorial, regional ou cultural serão identificados por selo único com a indicação Queijo Artesanal, numa tentativa clara de estimular a formalização de mais produtores no Brasil (MAPA, 2022).

No extremo sul do Brasil, especialmente no Rio Grande do Sul (RS), tem-se os alimentos coloniais⁶ que são produzidos predominantemente de forma artesanal em estabelecimentos de colonos rurais e para consumo principalmente local (DORIGON & RENK, 2011; FROELICH & ZANINI, 2015; MATTIELLO et al., 2018). A produção de QC é um produto típico desde a colonização alemã e italiana no Sul do Brasil, especialmente na região central do RS (GUIMARÃES & PINHEIRO, 2018) e continua sendo um produto de consumo doméstico diário que preserva a culinária e a cultura tradicional do estado (CAMPOS et al., 2019).

Porém, os agricultores produtores de QC desta região têm dificuldades em sair de um sistema produtivo informal, ficando limitados à comercialização em pequenos mercados locais de proximidade e de acesso restrito, gerando desafios de inserção no mercado e, conseqüentemente, diminuição da produção (VENDRÚSCULO et al. 2019; VIANA et al., 2019). Tal situação é resultado de uma trajetória histórica em que o arcabouço legal brasileiro descontextualizado tem exigências que elevam os custos de adequação, podendo inviabilizar o negócio dependendo da escala produtiva (SANTOS; CRUZ; MENASCHE, 2012). A informalidade constitui, portanto, uma saída para a preservação do QC e suas especificidades de produção (AMBROSINI, et al., 2020).

A comercialização do QC, mesmo na informalidade, permite que os agricultores familiares agreguem valor aos seus sistemas de produção de leite, reduzam o desperdício, gerem renda e contribuam para a preservação cultural da culinária tradicional (DORIGON & RENK, 2011). No entanto, o preparo desse alimento, utilizando matéria-prima sem fiscalização regulatória formal, muitas vezes não atende aos padrões de qualidade propostos pela legislação sanitária (REZENDE et al., 2010, BRASIL, 1952; 2017). Portanto, os produtores de QC enfrentam o *trade off* de fazer a transição para uma produção em sintonia com os domínios institucionais e regulatórios da governança alimentar focada no varejo de alimentos (LANG & CONROY, 2022) ou atender um mercado informal com consumidores sensíveis à transformação de produtos industrializados (DORIGON & RENK, 2011).

De tal modo, o predomínio da informalidade na comercialização de QC no Brasil e o grande consumo e a crescente expansão mercadista no Sul do Brasil (AMBROSINI et al., 2020) levou ao objetivo desta pesquisa que foi examinar o nível de importância atribuído aos aspectos socioculturais, crenças e preferências, segurança alimentar e regulamentação estatal na compra de Queijo Colonial. Para tanto, foi utilizada a perspectiva da Nova Economia Institucional (NEI) como referencial teórico norteador. A partir desta teoria, se considera como campo de análise o ambiente institucional do mercado de QC, definido pelas regras informais (por exemplo, sanções, tabus, costumes, tradições e códigos de conduta) ou formais (constituições, leis, direitos de propriedade) que permeiam as interações políticas, econômicas e sociais (NORTH, 1990; WILLIANSOON, 1995; RENTING, MARSDEN & BANKS, 2017) no mercado de QC brasileiro.

A hipótese foi formulada com base nos estudos de Brandão et al. (2015) e Breitenbach et al. (2018), a partir dos quais, argumenta-se que a informalidade persiste neste tipo de cadeia alimentar tradicional devido à demanda dos consumidores, os quais valorizam prioritariamente os atributos de qualidade que não necessariamente se alinham com as preocupações de segurança alimentar sanitária e esforços regulatórios das agências governamentais.

⁶ A designação de “produto colonial” no mercado brasileiro é obtida a partir da região de produção da matéria-prima utilizada e do processo artesanal que envolve a transferência intergeracional de saberes e receitas (GUIMARÃES & PINHEIRO, 2018).

2 Nova Economia Institucional

A Nova Economia Institucional (NEI), é decorrente das transformações do modo de pensar a atividade econômica. Surgiu pelas contribuições Ronald Coase (1937), com seus estudos sobre a natureza da firma e direitos de propriedade e por Douglass North (1981;1993), com seus estudos sobre as instituições e desenvolvimento econômico.

A Nova Economia Institucional é uma abordagem teórica que estuda as interações entre instituições e transações econômicas. Desenvolvida por Oliver E. Williamson, que recebeu o Prêmio Nobel de Economia em 2009 por seu trabalho nesta área, essa teoria busca entender como as instituições afetam o comportamento econômico e como as transações são estruturadas para minimizar custos. A teoria de Williamson enfatiza a importância das instituições na coordenação das transações econômicas, argumentando que as regras e estruturas institucionais moldam as interações entre os agentes econômicos. Ele destaca a existência de custos de transação, que surgem devido à incerteza, assimetria de informações, comportamento oportunista e complexidade das transações.

As instituições, como contratos, leis e normas sociais, são projetadas para mitigar esses custos e permitir a cooperação econômica. A NEI tem sido aplicada em várias áreas, como economia do desenvolvimento, economia política, teoria da firma e economia do direito. Ela oferece uma perspectiva interessante sobre como as instituições moldam os incentivos e as interações econômicas (WILLIAMSON, 2000).

Segundo a NEI, a mudança institucional para ocorrer depende do tempo e de vários fatores, incluindo a disponibilidade de novas ideias e tecnologias, a pressão exercida pelos atores políticos e econômicos, a capacidade de coordenação entre os diferentes grupos de interesse e a existência de instituições capazes de promover e sustentar a mudança. Além disso, as mudanças institucionais são frequentemente influenciadas por eventos críticos, como crises econômicas ou políticas, que podem criar oportunidades para a reforma institucional.

Destarte, a mudança institucional pode ocorrer ao longo de um período de tempo relativamente curto, como em casos de reformas políticas rápidas, ou pode ser um processo gradual que leva décadas (WILLIAMSON, 2000; NORTH, 1990; REZENDE, 2012). Os principais fatores que influenciam a mudança institucional incluem: a) Pressões externas; b) Ativismo político; c) Ação coletiva; d) Aprendizado e difusão de ideias; e) Liderança política; f) Conflito de interesses (NORTH, 1990; REZENDE, 2012).

Através de seu arcabouço teórico, a NEI pode ser utilizada também para compreender questões que permeiam os sistemas agroindustriais e o ambiente institucional macroanalítico e microanalítico. Do ponto de vista do ambiente macroanalítico, são abordadas questões como o direito de propriedade da terra, políticas de preços mínimos, reforma agrária, políticas de segurança alimentar (*food security*) e garantia de qualidade mínima (*food safety*), em que são estabelecidas as bases para as interações entre os seres humanos. Do ponto de vista microanalítico, a NEI aborda a importância das regras que regem as relações entre os indivíduos, associações, cooperativas ou empresas, uma vez que é através da criação de regras que os comportamentos são disciplinados. Os conceitos da NEI são instrumentos usados neste artigo para analisar as regras formais e informais presentes no ambiente institucional encontrado nas feiras coloniais.

2.1 O ambiente institucional

Para North (2006) as instituições constituem um guia (regras formais e normas informais) para as interações humanas. Ou seja, regras que estruturam as interações políticas e sociais. Para o autor, enquanto as normas formais incluem as constituições, regras políticas, econômicas e contratos, as normas informais são adaptações e interpretações das normas formais (sanções, tabus, costumes, e códigos de conduta)

provenientes de informações transmitidas socialmente e integram as heranças culturais.

Nesse contexto, as instituições são as regras do jogo de uma sociedade e têm como função limitar, moldar ou estruturar política, social ou economicamente as interações humanas (NORTH, 2006). Para a compreensão dos problemas econômicos que as sociedades apresentam é necessário incorporar ao sistema, as crenças dos atores envolvidos, a aprendizagem humana, o tempo histórico e seus hábitos (NORTH, 2006).

Para a NEI, as instituições fundamentam o desempenho coletivo e individual das sociedades e atuam como mediadoras de conflitos, impondo restrições formais (leis e direitos) e limitações informais (tradições e costumes) (NORTH, 2006). As instituições representam uma forma de organização social que através de tradições, costumes ou restrições legais, criam padrões comportamentais duradouros para regular as interações entre indivíduos e seus grupos, produzindo padrões relativamente estáveis e determinados na operação do sistema econômico (PONDE, 2005; RUTHERFORD, 1994).

No Brasil, os mercados convencionais estão ajustados com as normas, regras e valores provenientes de um contexto histórico industrial que reforçam a padronização em nome da qualidade (NIEDERLE et al., 2014). Entretanto, este alinhamento ao desenvolvimento industrial, aqui representado pelas estruturas que atendem aos padrões estabelecidos pela legislação sanitária, conseqüentemente marginaliza os agricultores familiares que não conseguem cumprir as exigências sanitárias (DORIGON, 2015). As disputas em torno das normas de qualidade, principalmente sanitárias, são amplamente discutidas quanto às questões de valores da produção artesanal e indicadores de ameaça à saúde pública (CINTRÃO, 2014; NIEDERLE et al., 2014).

O Estado, ao exercer seu poder regulatório, o faz motivado por pressões sociais, interesses próprios ou interesses internacionais (DORIGON, 2010). É competência exclusiva do Estado atuar na preservação dos interesses sanitários da coletividade, proteção da saúde da população, consumidores e ambiente (COSTA, 2009; SETA et al., 2010). Entretanto, a produção formal está envolvida em episódios de perda de confiança na produção de alimentos industrializados ou produzidos de forma padronizada (ESTEVAM et al., 2018).

As investigações derivadas da fraude no setor lácteo brasileiro revelam escândalos de adulteração e contaminação (BREITENBACH et al., 2018) e orientam as escolhas dos consumidores para os produtos informais (BRANDÃO et al., 2015). Tais questionamentos resultaram na mudança no comportamento alimentar e na preocupação em consumir alimentos naturais e de valor nutricional diferenciado, orientando as escolhas dos consumidores (BRANDÃO et al., 2015). Neste contexto, as feiras, locais de venda direta de alimentos frescos, passaram a ser uma estratégia de desenvolvimento local e regional (CHUQUILLANQUE et al., 2018). Com isso, forma-se uma discussão em torno da qualidade dos alimentos: de um lado, o mercado formal institucionalizado pelos padrões de qualidade, certificado por meio de normas que regulam a concorrência e, de outro, as regras informais que estabelecem a dimensão da qualidade baseada em valores culturais legitimadas pelas relações de confiança que unem comerciantes e consumidores por fios de tradições e costumes (ESTEVAM et al., 2018).

2.2 Regras informais

Por limitações informais entende-se as rotinas, costumes, tradições e convenções que surgem da persistência das informações transmitidas socialmente e que compõem a herança cultural de uma sociedade (NORTH, 2006). O autor entende por herança cultural o conhecimento e valores que são transmitidos ou imitados e que influenciam na conduta das próximas gerações.

No contexto estudado, as feiras coloniais representam os canais de comercialização dos produtos provenientes da agricultura familiar, tornando-se uma forma organizada de inserção no mercado para a distribuição de produtos artesanais e de qualidade (SILVA et al., 2017). Segundo os autores supracitados, é do contato entre agricultura familiar com a dinâmica local do desenvolvimento que surge o conceito de cadeias agroalimentares curtas, remetendo a modos de comercialização que priorizem a interação e a proximidade entre produtores e consumidores, proporcionando novas possibilidades aos agricultores familiares. As cadeias curtas podem ser entendidas como uma estratégia de adaptação às mudanças de hábitos alimentares, uma expressão de resistência ao que é padronizado e que é justificado pela segurança alimentar e a qualidade dos alimentos (SCHNEIDER; FERRARI, 2015).

As cadeias curtas são opções espaciais, sociais e econômicas que possibilitam ao agricultor familiar ter o controle sobre as vendas, diminuem as distâncias percorridas pelos alimentos desde a produção até o consumo e facilitam o contato e as relações de confiança entre produtores e consumidores (MATTE et al., 2016; SCHNEIDER; FERRARI, 2015). Esses mercados de proximidade são caracterizados pela especificidade, aproximação entre produção e consumo sem a intermediação ou controle do Estado durante o processo de comercialização (SCHNEIDER; FERRARI, 2015) e, para fins dessa pesquisa, foram considerados fatores essenciais na composição do ambiente informal do mercado analisado.

Nesses espaços em que predominam as relações de proximidade entre produtor e consumidor, se estabelecem regras informais que extrapolam a formalidade do ambiente institucional formal. Nestes casos, as relações de confiança estabelecidas no decorrer do tempo e na recorrência das transações são mais importantes que as regras formais (CASSOL; SCHNEIDER, 2015).

2.3 Regras formais

As regras formais compreendem o marco regulatório do setor estudado e abarca as normas e regulamentos estabelecidos por lei ou referendados pela opinião pública e têm a finalidade de mediar as interações, reforçando ou desencorajando comportamentos (ROCHA; ÁVILA, 2015). Neste contexto, o Estado exerce a sua capacidade regulatória, possibilitando a participação no mercado internacional, da mesma forma que favorece o mercado interno qualificado e garante a oferta de produtos seguros (SETA *et al.* 2010).

No Brasil, a estrutura institucional é organizada sobre as esferas Federal, Estadual e Municipal. Segundo Costa (2009) essas esferas, ao trabalhar em prol dos interesses da saúde, transferem para as Secretarias Municipais competência para realização da inspeção e fiscalização sanitárias dos produtos de origem animal. O Serviço de Inspeção Municipal (SIM) é ligado à Secretaria ou Departamento de Agricultura de cada município responsável por sua execução.

A produção e a comercialização de queijos sem fiscalização sanitária são consideradas ilegais no Brasil desde o ano de 1952 (BRASIL, 1952). No entanto, esforços vêm sendo feitos para que ocorram adequações considerando a proteção da saúde dos consumidores e garantindo as práticas equitativas regionais e internacionais. O Quadro 1 sumariza as normas sanitárias relacionadas à produção e comercialização de produtos de origem animal, dentre eles os queijos, desde o ano de 1952.

Quadro 2: Legislação sanitária para queijos no Brasil

Regulamentação	Objetivo
Decreto Nº 30.691 de 1952 - Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal. (RIISPOA)	Regulamenta a fiscalização industrial e sanitária de produtos de origem animal no Brasil.
<i>Codex Alimentarius</i> (1963)	Define normas internacionais para alimentos processados, semiprocessados e crus).
Lei Federal Nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor	Regulamenta as relações de consumo, proteção de alimentos e defesa dos direitos do consumidor
Lei Federal Nº 9.782/99 - Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)	Controle e fiscalização sanitária da produção e comercialização de bens e serviços.
RDC Nº 275/2002 - Resolução de Diretoria Colegiada	Atualiza a legislação geral; introduz o Manual de Boas Práticas de Fabricação e Procedimentos Operacionais Padronizados
Lei Municipal nº 4502/2001 (Santa Maria/RS) - Serviço de Inspeção Municipal (SIM)	Realiza a inspeção e fiscalização da produção industrial e sanitária dos produtos de origem animal, no município.
Resolução RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004	Aprova o Regulamento Técnico e estabelece procedimentos de boas práticas para serviços de alimentação, garantindo condições higiênicas e sanitárias.
Decreto Estadual nº 49340/2012 - Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte (SUSAF)	Permite que estabelecimentos registrados no SIM e neste Sistema, comercialização de produtos de origem animal em todo o território do Rio Grande do Sul.
Instrução Normativa Nº 30/2013	Regulamenta o prazo para maturação de queijos artesanais a partir de leite cru, entre outras definições.
Lei Nº13.680/2018 - Selo ARTE	Modifica o RIISPOA (1952). Permite comercialização interestadual de alimentos produzidos artesanalmente, desde que: preserva características e métodos tradicionais/ regionais, emprega boas práticas agropecuárias e de fabricação, submetidos à fiscalização dos estados.
Decreto nº 9.918, de 18 de julho de 2019	Definição dos órgãos responsáveis pela concessão, inspeção, fiscalização do selo ARTE.
Instrução Normativa Nº 67, de 10 de dezembro de 2019	Dispõe sobre as competências, documentos e informações necessárias para a obtenção do Selo Arte
Instrução Normativa Nº 73, de 23 de dezembro de 2019	Critérios referentes à saúde animal, higiene e ordenha, qualidade do leite, alimentos e água de dessedentação dos animais, treinamento dos colaboradores e ambiência.

Fonte: Elaborado pelos autores.

METODOLOGIA

Para elaborar a presente pesquisa, o estudo apropriou-se de um caráter descritivo, exploratório e de abordagem quantitativa, pois busca refletir sobre os dados recrutados, buscando delinear a realidade, através de uma exposição fundamentada em obras e autores da área. Os dados para este estudo são provenientes de uma amostra de conveniência de 121 consumidores de Queijo Colonial (QC) em Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil. Os dados foram coletados em dezembro de 2019 em três grandes feiras livres de Santa Maria. Esses grandes mercados de comercialização local por cadeia curta são importantes para a comercialização de alimentos locais:

vendem, em média, cerca de 6.600 kg de produtos alimentícios por ano no município (BRANDÃO E BLUME, 2022). A Tabela 1 mostra o perfil da amostra.

Tabela 1: Perfil da amostra: Consumidores de Queijo Colonial (QC) (N=121)

Indicadores de perfil	Perfil do consumidor	Porcentagem de Consumidores
Sexo	Mulheres	52,30%
	Homens	47,70%
Educação	Ensino Básico Incompleto	6,42%
	Ensino Básico Completo	9,17%
	Ensino Médio Incompleto	5,50%
	Ensino Médio Completo	25,70%
	Ensino Superior Incompleto	9,17%
	Ensino Superior Completo	22,94%
	Pós-graduação	21,10%
Idade	18 a 25 anos	6,42%
	26 a 35 anos	23,85%
	36 a 45 anos	19,27%
	Acima de 45 anos	50,46%
Renda	Até 1 salário mínimo	9,17%
	1 a 2 salários mínimos	16,51%
	2 a 3 salários mínimos	16,51%
	3 a 4 salários mínimos	20,18%
	4 a 5 salários mínimos	8,26%
	5 a 6 salários mínimos	5,50%
	Acima de 6 salários mínimos	23,85%
Número de consumidores de QC na Unidade Familiar	1	19,27%
	2	36,70%
	3	20,18%
	4	13,76%
	5	8,26%
	Acima de 5	1,83%

Fonte: Elaborada pelos autores.

A partir de um questionário em papel com perguntas estruturadas, coletou-se dados sobre fatores socioculturais, crenças e preferências dos consumidores, opiniões sobre segurança alimentar, legislação sobre QC e características demográficas. O questionário foi composto por 23 questões, utilizando uma escala Likert de cinco pontos (sendo 5 muito importante e 0 nada importante).

O instrumento foi elaborado para testar a hipótese e responder às questões de pesquisa com base nas proposições teóricas apresentadas no Quadro 1. Em particular, foi realizada uma revisão da literatura sobre as motivações dos consumidores e a influência das regras formais e informais na aquisição deste produto em particular, qual contribuiu para a estruturação de um questionário com três seções: aspectos socioculturais; crenças e preferências; e segurança alimentar e legislação.

Quadro 1: Referenciais teóricos bases e fatores avaliados para a presente pesquisa.

Objetivos/Base Teórica	Ambiente Institucional	Aspectos Investigados
Motivação para compra e consumo de queijo colonial; Influência das regras formais e informais do ambiente institucional. (Coase, 1960; Williamson, 1995; Zylbersztajn, 1995; North, 1990; 2006).	Ambiente informal (cultura e crenças) (Cruz, Schneider, 2010; Dorigon, Renk, 2011; Froelich, Zanini, 2015; Cassol, Schneider, 2015; Guimarães, Pinheiro, 2018; Mattiello <i>et al.</i> , 2018; Campos <i>et al.</i> , 2019)	<i>Aspectos Socioculturais</i> (Colonial; Memória Afetuosa; Confiança) <i>Crenças e preferências</i> (Nutritivo; Saudável; Saboroso)
	Ambiente formal (legislação): Niederle <i>et al.</i> , 2014; Brandão <i>et al.</i> , 2015; Breitenbach <i>et al.</i> , 2018; Silva <i>et al.</i> , 2017; BRASIL, 2019).	<i>Segurança Alimentar e Legislação</i> (Produto Inspeccionado; Informações do Produto; Higiene Ambiental)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados foram analisados usando o *software* de código aberto *Program for Statistical Analysis of Sampled Data*, a partir do qual foi utilizado o teste Qui-Quadrado para explorar as diferenças de importância para cada fator de interesse por características demográficas (ou seja, sexo, escolaridade, idade, renda e tamanho da família). Em seguida, com os dados obtidos foi realizada análise estatística univariada para examinar o nível de importância atribuído a fatores socioculturais, crenças e preferências, segurança alimentar e legislação.

3 Resultados e Discussão

Amparada na Nova Economia Institucional os fatores avaliados estão relacionados ao ambiente institucional, sendo ambiente informal (ou seja, aspectos culturais e crenças) e formal (regulamentações e legislação). Assim, inicialmente foram avaliados fatores socioculturais, crenças e preferências, bem como, fatores de segurança e regulamentação alimentar, correlacionando com um conjunto de variáveis demográficas (ou seja, sexo, escolaridade, idade, categorias de renda e número de consumidores na unidade familiar) dos consumidores de QC. Os resultados para o teste Qui-Quadrado de Independência são fornecidos no Quadro 2.

Quadro 2: Perfil do consumidor e a relação com o comportamento na compra de QC (teste qui-quadrado)

Fatores com significância na decisão de compra com base no sexo, idade, renda e composição familiar		Valores da análise (teste Qui Quadrado)
Sexo	Os homens dão mais valor para a região de origem do produto (comparativamente com as mulheres);	(p=0,03)
	Os homens dão mais valor para o processo de maturação do queijo colonial (comparativamente com as mulheres);	(p=0,03)
	As mulheres dão mais valor para a higienização dos utensílios utilizados na fabricação do QC (comparativamente com os homens);	(p=0,05)
Idade	Os consumidores na faixa etária superior a 45 anos dão mais valor para o patrimônio cultural (comparativamente às demais faixas etárias);	(p=0,01)
	Os consumidores na faixa etária superior a 45 anos dão mais valor para o saber fazer (comparativamente às demais faixas etárias);	(p=0,02)

(continuação)

Fatores com significância na decisão de compra com base no sexo, idade, renda e composição familiar		Valores da análise (teste Qui Quadrado)
Renda e Composição familiar	Consumidores com renda acima de 6 salários mínimos dão mais valor para a região de origem do produto (comparativamente a população nas demais faixas de renda);	(p=0,02)
	Consumidores com renda acima de 6 salários consideram os QC mais nutritivos que os industrializados (comparativamente com a população nas demais faixas de renda);	(p=0,03)
	Famílias com até 2 membros consideram o QC mais nutritivo que os industrializados (comparado às demais composições familiares).	(p=0,01)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como mostrado no Quadro 2, os homens atribuíram maior importância ao local de produção do QC e ao processo de maturação. Por outro lado, as mulheres pareciam se importar mais com os processos adequados de higienização. Estudos anteriores indicaram que a relevância dos atributos do produto na decisão de compra difere por gênero. Grohmann et al. (2012) concluíram que as consumidoras do sexo feminino eram mais propensas a atribuir maior peso às marcas. No contexto do consumo de leite, as mulheres atribuíram maior importância ao preço, procedência, recomendações de amigos, imagem do produto e promoções de vendas do que os homens (BREITENBACH & BRANDÃO, 2019).

Em termos de idade, foi verificado que os consumidores com mais de 45 anos valorizaram muito o *know-how* dos agricultores e a herança cultural na compra de QC. Além disso, as famílias com renda acima de seis salários mínimos atribuíram maior importância à região de origem e consideraram o QC mais nutritivo. Embora não seja possível fazer generalizações, o presente estudo parece indicar que fatores socioculturais, crenças, preferências e legislação podem variar de acordo com o gênero, idade e renda.

Após as correlações com um conjunto de variáveis demográficas supracitadas, a análise dos dados deste estudo centra-se numa abordagem mais genérica, com base em diferentes níveis de importância a partir de uma escala Likert e viabilizada pela estatística univariada, conforme mencionado na metodologia.

Conforme a Tabela 2, obteve-se que a maioria dos consumidores de QC considera a confiança no produtor (63,3%) muito importante quando se trata de QC. Além disso, 67,39% deles consideram importante a opinião dos familiares e 50,5% consideram como importante o *know-how* utilizado pelo agricultor ao fabricar o QC. Em ambientes informais e em mercados de proximidade como as feiras, “encontrar o produtor” legitima a qualidade e a confiança entre consumidores e produtores (KRONE & MENASCHE, 2019). Em cadeias curtas de abastecimento alimentar, a confiança geralmente é atribuída a alguém, não a algo (KJAERNES, 2013), o que reitera os resultados da presente pesquisa.

Tabela 2: Importância dos fatores culturais e sociais, crenças, preferências, segurança alimentar e regulamentos na decisão de compra do QC.

Fatores condicionantes		Não é importante	Um pouco importante	Neutro	Importante	Muito importante
Fatores culturais e sociais	Herança cultural	0,9%	3,7%	3,7%	45,0%	46,8%
	Região de origem	4,6%	1,6%	16,5%	34,9%	41,3%
	Memória do consumidor	2,8%	1,8%	4,6%	44,0%	46,8%
	Tradições de <i>know-how</i>	0,9%	0,0%	3,7%	50,5%	44,0%
	Confiança no produtor	0,9%	1,8%	1,8%	32,1%	63,3%
	Opinião da família	1,6%	5,5%	7,3%	67,4%	16,5%
	Crenças e preferências	Nutritivo	0,9%	7,3%	11,9%	54,1%
Use como ingrediente		5,5%	9,2%	16,5%	47,7%	21,1%
Pasteurização		11,9%	4,6%	19,3%	37,6%	26,6%
Maturação		1,8%	5,5%	17,4%	50,5%	24,8%
Características organolépticas (cor, odor, textura e sabor)		0,0%	0,9%	0,0%	29,4%	69,7%
Segurança Alimentar e Regulamentos	Inspeção	6,4%	6,4%	9,2%	36,7%	41,3%
	Inocuidade	6,4%	4,8%	7,3%	41,3%	40,0%
	Embalagem e rotulagem	10,1%	7,3%	20,2%	43,1%	19,3%
	Informação nutricional	13,8%	10,1%	17,4%	42,2%	16,5%
	Higienização adequada	0,9%	1,8%	3,7%	30,3%	63,3%
	Prevenção de doenças transmitidas pelo ar	1,8%	1,8%	1,8%	30,3%	64,2%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Os consumidores desses produtos, principalmente nos mercados com venda direta, tendem a confiar mais nas relações pessoais do que questionar os atributos do produto, a forma como os produtores cumprem as normas e regulamentações sanitárias ou se o produto foi produzido sob padrões universalmente aceitos (CASSOL & SCHNEIDER, 2017). Assim, os relacionamentos são baseados na reputação, interconhecimento, amizade e experiência, que são valorizados nos mecanismos de reconhecimento e legitimidade atribuídos à alimentação. O *know-how* é também um fator condicionante no processo de decisão de compra de produtos alimentares tradicionais, sobretudo para os consumidores que já tiveram uma ligação pessoal ou partilham apreço pelo meio rural. Essa conexão pode favorecer a preferência do consumidor pela produção artesanal e em pequena escala, métodos tradicionais e agricultura familiar (PICOLOTTO & BREMM, 2016).

Outro fator relevante para os consumidores na compra do QC foi a memória do

consumidor, já que 46,8% dos entrevistados assinalaram esse fator como muito importante na sua escolha por um QC. A memória do consumidor refere-se a processos que permitem registrar, conectar e recuperar experiências e informações relacionadas a produtos ou serviços em um momento posterior (MERCURIO & FOREHAND, 2010).

Esses processos envolvem experiências de socialização e culturais, como fazer refeições com familiares e amigos, modos e costumes à mesa, sabores e cheiros associados a momentos formativos particulares (LIMA et al., 2015). Por meio da memória e da cultura, os alimentos relacionados à ruralidade remetem a tempos e lugares que lembram sabores perdidos (MENASCHE, 2010). Semelhante ao que foi identificado na presente pesquisa, Cintrão (2014) constatou que a produção artesanal de alimentos fortalece os laços culturais, marca gostos e identidades e está relacionada aos hábitos alimentares, preceitos de saúde e às culturas locais.

Foi explorado também, o grau de importância atribuído pelos consumidores às crenças sobre o consumo de QC em Santa Maria. Dos consumidores entrevistados, 69,7% consideraram as características organolépticas⁷ (sabor, odor e textura) dos QCs muito importantes. Menasche (2010) indicou que, na alimentação tradicional e artesanal, o sabor está diretamente ligado aos atributos “naturais”, “saudáveis” e “puros”, em oposição aos produtos alimentícios altamente processados e industrializados. Um estudo de Viana et al. (2019) identificou que os consumidores acham o QC mais saboroso do que o não colonial; tal atribuição pode ser baseada na memória do consumidor relacionada às suas relações familiares e sociais com a agricultura e os agricultores.

Notavelmente, enquanto a maioria dos consumidores atestou a importância da pasteurização do leite para a produção de QC, 35,8% afirmaram que esse fator não é importante ou é irrelevante quando o consumidor opta pelo QC. Explica-se esse resultado pelo fato de a informalidade da produção artesanal de alimentos atender a um nicho de mercado no qual os consumidores atestam a qualidade pela confiança que têm nos produtores. A baixa adesão aos critérios legais por parte dos produtores pode se traduzir em resistência cultural, preferência pela preservação de métodos e patrimônios tradicionais e demanda de consumo estável (CINTRÃO, 2014).

Já com relação aos aspectos formais, em termos de segurança alimentar e regulamentação, os consumidores de QC responderam que a higienização adequada (63,3%) e a prevenção de doenças transmitidas por alimentos (64,22%) são fatores “muito importantes” quando adquirem um QC. Além disso, os consumidores consideraram a segurança alimentar (41,3% dos consumidores marcaram “importante” e 40% “muito importante”) e a inspeção alimentar (36,7% marcaram “importante” e 41,3% “muito importante”) como fatores influentes na compra de QC. Este é um aspecto interessante no que pese o contraditório, já que o produto pesquisado (QC comercializado nas feiras) via de regra, não possui amparo legal que autorize sua comercialização.

Já fatores como embalagens e rotulagem com informações de *marketing* e nutricionais, tiveram menor influência no comportamento de compra dos consumidores de QC e apenas cerca de 19% consideraram o fator muito importante. A divulgação de informações e programas de “boas práticas de produção” por parte das autoridades locais e governamentais, bem como casos recentes de doenças transmitidas por alimentos ligados a produtos alimentares tradicionais em Santa Maria (Município de Santa Maria, 2019), podem ser uma explicação plausível para o aumento do interesse do consumidor na higienização e fiscalização adequadas.

Tomados em conjunto, os resultados desta pesquisa mostram que fatores socioculturais, crenças e preferências são centrais para a permanência do QC em âmbito produtivo e comercial, o que parece contribuir para a informalidade. Entretanto,

⁷ Para fins dessa pesquisa, se considerou o sabor como composição das características organolépticas do queijo, contemplando cor, odor, textura e sabor (OSÓRIO et al., 2017).

o fato de o consumidor atribuir 78% como importante ou muito importante para o atributo 'inspeção alimentar' e ao mesmo tempo, adquirir um produto não inspecionado, nos faz refletir sobre a hipótese de este consumidor não saber que o produto que está adquirindo não possui amparo legal. Estudo feito com consumidores de QC nos três estados do Sul do Brasil afirma que grande parte dos consumidores não possuem conhecimentos sobre os alimentos que compram, correndo o risco de comprar o produto contaminado com alguns microrganismos não desejáveis, podendo afetar a sua saúde (DANNEBROCK, 2022).

Apesar da tentativa do governo local para regular a produção e comercialização de produtos lácteos por meio de apreensões e fiscalizações, a informalidade no mercado parece persistir porque existe preferência dos consumidores por este tipo de produto tradicional, alicerçado na confiança, tradição e preservação do patrimônio cultural. Corroboram com esses achados, pesquisas anteriormente realizadas, as quais destacam que, ao contrário dos mercados formais de queijo, que têm sua qualidade fundamentalmente avaliada pelo seu aspecto sanitário, os mercados informais têm como critério de qualidade a produção artesanal e tradicional, em que o consumidor valoriza atributos como gosto, cultura, natureza e confiança na tradição e conhecimento da produção pelos agricultores. Estes valores atribuídos pelos consumidores são responsáveis pela manutenção e sobrevivência destes mercados frente aos mercados hegemônicos (VIANA, 2019; STEINBACH, 2021).

A legislação vigente estabelece padrões de segurança alimentar que exigem a pasteurização do leite para produção de queijos, um período de maturação inferior a 60 dias e um conjunto de outras instalações e processos de sanitização exigidos nos locais de produção de queijos (BRASIL, 2019). No entanto, as diretrizes regulatórias e as referências culturais são muitas vezes inconciliáveis (CINTRÃO, 2014).

Os recentes mandatos para maior supervisão nas etapas de produção e comercialização de queijos tradicionais no Brasil (por exemplo, monitoramento e avaliação da saúde do gado leiteiro, requisitos de embalagem e rotulagem, temperatura e procedimentos adequados de armazenamento) entram em conflito com os métodos convencionais de conhecimento e referências culturais. Se constatou na presente pesquisa, que a confiança nos produtores se assenta, sobretudo, no contato entre quem consome e quem produz; e, uma vez estabelecida, a confiança endossa a percepção da qualidade dos alimentos e atenua a influência dos mecanismos legais nos processos de tomada de decisão do consumidor, resultado esse já obtido em outro estudo de Krone & Menasche (2019).

Essa incongruência no comportamento do consumidor que diz se importar com as questões sanitárias, mas permanece comprando QC informal, leva a não confirmação da hipótese do trabalho. A melhor compreensão desse aspecto está na NEI, a teoria que alicerçou a presente pesquisa. O modelo da NEI proposto por North tem emprego decisivo para compreender esse cenário, especialmente ao delinear o tempo e fatores que levam a uma mudança institucional. Nesse caso a Nei explica ainda a resistência por mudança comportamental dos produtores de queijo, que não se adequam às normas e legislações de produção, bem como dos consumidores, que permanecem adquirindo o produto no mercado informal (NORTH, 1990).

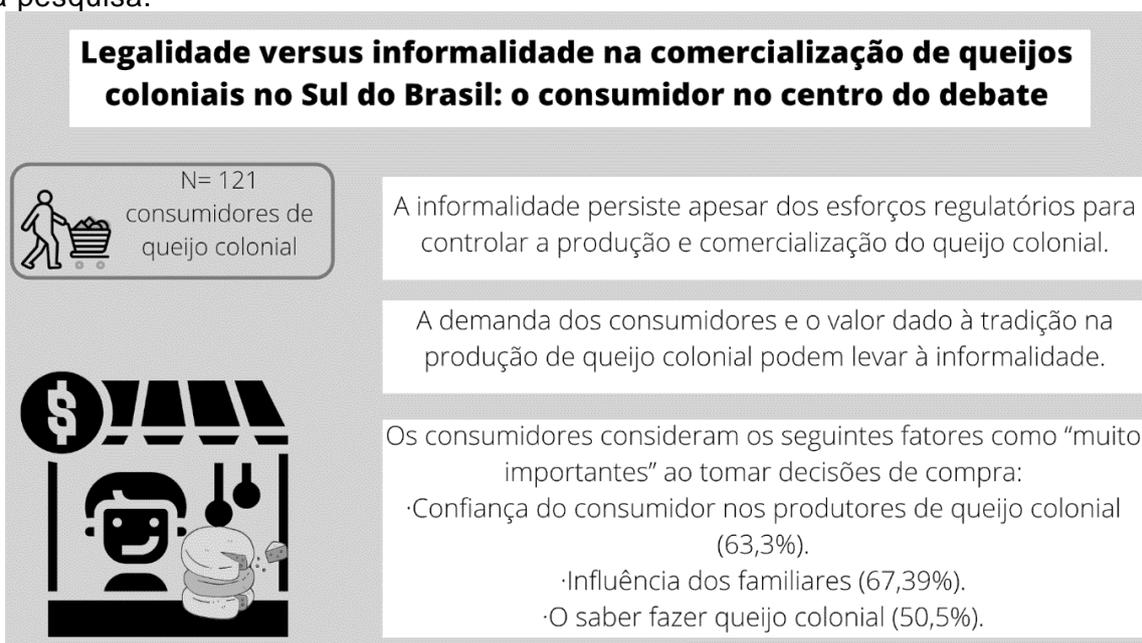
Para que ocorram mudanças institucionais é necessário tempo e alguns fatores específicos (NORTH, 1990). No caso analisado, mesmo com "liderança política" que modificou ao longo do tempo as exigências legais no sentido de flexibilizar a legislação para que o produtor se adequasse, não houveram outros incentivos, à exemplo de "conflito de interesse" e "ação coletiva" para incentivar a mudança comportamental. O mesmo ocorre para os consumidores que não mudaram o padrão de consumo e preferindo o QC informal. A ação de "ativismo político" ou "conflitos de interesse" entre consumidores e produtores poderia impactar fortemente essa mudança.

Portanto, mesmo havendo uma mudança nas normas formais (legislação para a produção de QC) as normas informais não se alteraram significativamente. Isso ocorre,

segundo a NEI, porque as instituições informais mudam em um ritmo diferente, mais lento, que as regras formais. Nesse contexto North lança a ideia da “mudança incremental”, em que reitera que a mudança no ambiente institucional é resultante da interação contínua entre as regras formais e informais, bem como dos mecanismos de execução e monitoramento das regras. Por fim, North explica que a cultura assume papel crucial para compreender as regras informais de valores, normas, rotinas e crenças sociais, porém, seria uma “invariante” e envolve processos mais complexos para sua alteração (NORTH, 1990; REZENDE, 2012).

Para reunir os principais resultados da pesquisa, se apresenta a Figura 1. Neste resumo gráfico também foram destacados os basais achados e conclusões.

Figura 1: Resumo gráfico envolvendo o objetivo, metodologia e principais resultados da pesquisa.



Fonte: Elaboração própria.

CONCLUSÃO

Os resultados indicaram que as regras informais determinam o comportamento do consumidor, ofuscando o não cumprimento das regras formais. Particularmente, fatores e crenças socioculturais são influentes no contexto da demanda do consumidor por QC. A proximidade na relação consumidor-produtor (típica de cadeias curtas de comercialização) pode gerar um nível de confiança nos consumidores que ofusca as regulamentações formais do ambiente de mercado. Embora o consumidor atribua muita importância à inspeção dos alimentos, chama atenção o fato de comprarem produtos (neste caso o QC) não inspecionados. Tal aspecto levanta a hipótese de o consumidor não estar ciente da possível falta de amparo legal deste produto.

Apesar da pressão legal externa para adotar e cumprir as diretrizes de segurança alimentar recomendadas, os produtores permanecem fiéis ao seu saber fazer tradicional. Essa informalidade no mercado de QC pode ser motivada pela resistência cultural dos consumidores, valorização da tradição e valor da preservação do patrimônio cultural. Conclui-se, portanto, que a informalidade no caso analisado persiste essencialmente sustentada por uma demanda permanente que atesta, por seus meios e avaliações pessoais, a qualidade dos produtos.

Cabe ressaltar que o presente estudo apresenta limitações. A principal delas refere-se ao escopo de pesquisa limitado aos consumidores de feiras livres de um município. Com isso, generalizações desses resultados para outras regiões devem

levar em consideração as suas especificidades. Como possibilidade de estudos futuros, reitera-se a importância de abranger outras regiões do Brasil ou até fora dele, permitindo maiores generalizações e comparativos. Também, outras análises estatísticas poderiam ser realizadas, a exemplo de regressão e análise de cluster. Por fim, muitos aspectos identificados nesta pesquisa poderiam ser melhor compreendidos se outros métodos de pesquisa fossem utilizados, a exemplo de entrevista em profundidade com alguns dos consumidores, lançando mão da pesquisa qualitativa.

REFERÊNCIAS

AMBROSINI, L. et al. Sabor, história e economia local: percepções dos consumidores gaúchos sobre o Queijo Colonial. **Pesquisa Agropecuária Gaúcha**, v. 26, n. 1, p. 201-221, 27 ago. 2020.

BRANDÃO, J. B. *et al.* Leite clandestino: a informalidade orientada pela demanda - um diagnóstico da produção e comercialização em Itaqui/ Rio Grande do Sul. **Revista Extensão Rural**, v. 22, p. 113-131, 2015. <https://doi.org/10.5902/2318179616027>

_____.; BLUME, R. Do campo para os mercados. Santa Maria: Ed. UFSM, 2022.

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. Brasília, DF, 1952. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/bem-estar-animal/arquivos/arquivos-legislacao/decreto-30691-de-1952.pdf/view>>.

_____. **Decreto nº 9.013, de 29 de março de 2017.** Regulamenta a Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, e a Lei nº 7.889, de 23 de novembro de 1989, que dispõem sobre a inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. Brasília, DF, 2017. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Decreto/D9013.htm>.

_____. **Decreto nº 9.918, de 18 de julho de 2019.** Regulamenta o art. 10-A da Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, que dispõe sobre o processo de fiscalização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Brasília, DF, 2019. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/D9918.htm>.

BREITENBACH, R.; RODRIGUES, H.; BRANDÃO, J. B. Whose fault is it? Fraud scandal in the milk industry and its impact on product image and consumption - The case of Brazil. **Food Research International**, v. 108, p. 475-481, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.03.065>

_____.; BRANDÃO, J. Comportamento do consumidor: condicionadores na decisão de aquisição de leite fluido. **Ciência Rural**, v. 49, n. 3, 2019. <https://doi.org/10.1590/0103-8478cr20180792>

CABRAL, D. H. Q. **A indicação geográfica no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França:** estudo comparativo das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. 2018. Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação) - Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2018. <http://www.inpi.gov.br/academia/arquivo/teses/cabral-daniele-herve-quaranta.pdf>.

CAMPOS, T. de et al. Microbiological quality of colonial cheese sold in Porto Alegre-RS. **Semina: Ciências Agrárias**. v. 40, n. 2, p. 639-650, 2019. <http://dx.doi.org/10.5433/1679-0359.2019v40n2p639>

CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS. In: Gazolla, M., Schneider, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativos**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

CHUQUILLANQUE, D. A. et al. **Caracterização da produção agrícola e dos feirantes da agricultura familiar no Município de São Lourenço do Sul-RS**. *Geografia*, v. 43, n. 2, p. 319-333, 2018. <https://doi.org/10.5016/geografia.v43i2.13895>.

CINTRÃO, R. P. Comida, vigilância sanitária e patrimônio cultural: conflitos entre políticas públicas. **RURIS-Revista do Centro de Estudos Rurais-UNICAMP**, v. 8, n. 2, 2014. Disponível em: <<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ruris/article/view/1991>>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

CNAOL. Conseil National des Appellations D'Origine Laitières (França). 2018. Disponível em: <https://www.fromages-aop.com/qui-sommes-nous/le-cnaol>. Acesso em 10 Out. 2021.

COASE, R. H. The Nature of the Firm. **Economica (N.S.)** 4: 386-405, November 1937.

_____. Problem of social cost. **The Journal of Law & Economics**, v. 3, p. 1, 1960.

COSTA, E. A., org. **Vigilância Sanitária**: temas para debate [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. 237 p. ISBN 978-85-232-0881-3. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/6bmrk/pdf/costa-9788523208813.pdf>> Acesso em: 04 de Jan. 2023.

CRUZ, F. T.; SCHNEIDER, S. Qualidade dos alimentos, escalas de produção e valorização de produtos tradicionais. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 5, n. 2, p. 22-38, 2010. http://orqprints.org/24508/1/Cruz_Qualidade.pdf.

DANNEBROCK, J. R. Comportamento dos consumidores da Região Sul do Brasil em relação ao queijo colonial artesanal. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. <http://riut.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/29197>

DOGAN, N.; ADANACIOGLU, H. Consumers' willingness to pay for traditional products with geographical indication: a case study on pestil from Gümüşhane, Turkey. **Food Science and Technology**, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cta/a/c6fM5ZR3Wf3fHHZ9QnFJ8Rr/?format=html&lang=en>. Acesso em: 02 Fev. 2022

DORIGON, C. O mercado informal dos produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina. V **ENEC-Encontro Nacional de Estudos do Consumo**, p. 15-17, 2010. Disponível em:<http://estudosdoconsumo.com/wp-content/uploads/2018/05/5.2.3-Dorigon-O_mercado_informal_dos_produtos_coloniais.pdf>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

_____ ; RENK, A. Técnicas e métodos tradicionais de processamento de produtos coloniais: de “miudezas de colonos pobres” aos mercados de qualidade diferenciada. **Rev. de Economia Agrícola**, v. 58, n. 1, p. 101-113, 2011. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000153&pid=S0103-2003201400060000400014&lng=pt.

_____. Le passage du modèle de l’agriculture familiale à un modèle coopératif familial autour des produits coloniaux au sud du Brésil. **Bulletin de l’Association de Géographes Français**, v. 3, p. 253-363, 2015. Disponível em: <<https://translate.google.com/translate?hl=pt-BR&sl=fr&u=https://journals.openedition.org/bagf/713&prev=search>>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

ESTEVAM, D de O. et al. Os desafios da inserção formal de produtos da agricultura familiar no mercado. **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 23, n. 1, p. 262-281, 2018. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6354648>>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

FROELICH, P. R.; ZANINI, M. C. C. Etnicidade na feira: a comida como interlocução. In: MENASCHE, R. (Org.) **Saberes e sabores da colônia: alimentação e cultura como abordagem para o estudo do rural**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2015, 344p.

FURTADO, M. M. Fundamentos originais dos queijos Grana italianos. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 66, n. 378, p. 40–50, 2011.

GROHMANN, M. Z., et al. Relação entre materialismo e estilo de consumo: homens e mulheres com comportamento díspares? **Contaduría y Administración**, v. 57, n. 1, p. 185-214, 2012.

GUIMARÃES, G. M., PINHEIRO, R. O. Patrimônio cultural e produção artesanal de alimentos: o saber-fazer em sistemas de produção na Quarta Colônia - RS. In: DE DAVID, Cesar & VARGAS, Daiane Loreto de.(Orgs.). **Saberes tradicionais e artesanato: expressões culturais do campo brasileiro..** São Leopoldo: Oikos, 2018.

KJAERNES, U. Risk and trust in the food supply. In: Murcott, A.; Belasco, W.; Jackson, P. (Ed.). **The handbook of food research**. Londres: Bloomsbury academic, 2013, 680 p.

KRONE, E. E.; MENASCHE, R. Confiança e reputação, doces coloniais e queijo serrano: percepções de qualidade de alimentos tradicionais em contextos de proximidade entre agricultores e consumidores. **Amazônica - Revista de Antropologia**. v. 11, n. 2, p. 801 - 825 | 2019. <http://dx.doi.org/10.18542/amazonica.v11i2.6548>

LANG, B.; CONROY, D. M. When food governance matters to consumer food choice: Consumer perception of and preference for food quality certifications. **Appetite**, 168, 105688, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S019566632100595X>. Acesso em: 25 Jan. 2022

LIMA, R de S. et al. Alimentação, comida e cultura: o exercício da comensalidade. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 10, n. 3, p. 507-522, 2015. <http://dx.doi.org/10.12957/demetra.2015.16072>

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Decreto regulamenta o Selo Arte e o Selo Queijo Artesanal.

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/noticias/decreto-regulamenta-selo-arte-e-selo-queijo-artesanal>

MARCHESI, M.; TWEED, C. Social innovation for a circular economy in social housing. **Sustainable Cities and Society**, vol. 71, p. 102925, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670721002110>. Acesso em: 15 Jan. 2022.

MATTE, A. et al. Mercado de cadeias curtas na pecuária familiar: um processo de realocação no território Alto Camaquã no sul do Rio Grande do Sul/Brasil. **REDES: Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 21, n. 3, p. 137-158, 2016. Disponível em: < <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6547675>>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

MATTIELLO, C. A. et al. (2018). Rendimento industrial, eficiência de fabricação e características físico-químicas de queijo colonial produzido de leite com dois níveis de células somáticas. **Arq. Bras. Med. Vet. Zootec.**, v.70, n.6, p.1916-1924, 2018. <https://doi.org/10.1590/1678-4162-9908>

MENASCHE, R. Campo e cidade, comida e imaginário - percepções do rural à mesa. **RURIS - Revista Do Centro De Estudos Rurais - UNICAMP**, v. 3, n. 2, 2010. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ruris/article/view/700>. Acesso em: 15 Jan. 2021.

MERCURIO, K. R.; FOREHAND, M. R. **Consumer Memory Processes**. Wiley International Encyclopedia of Marketing. 2010.

MUNICÍPIO DE SANTA MARIA (Prefeitura Municipal de Santa Maria). **Prefeitura de Santa Maria divulga Boletim Informativo sobre o surto de infecção intestinal**. Santa Maria, 2019. Disponível em: <https://antamaria.rs.gov.br/noticias/20296-prefeitura-de-santa-maria-divulga-boletim-informativo-sobre-o-provavel-surto-de-infeccao-intestinal>. Acesso em: 16 de janeiro de 2021.

NAGARAJ, S. Role of consumer health consciousness, food safety & attitude on organic food purchase in emerging market: A serial mediation model. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 59, 102423, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920314302>. Acesso em: 25 Jan. 2022

NIEDERLE, P. A. et al. Agricultura familiar, desenvolvimento rural e um modelo de mercados múltiplos. **A agricultura familiar em face das transformações na dinâmica recente dos mercados**. Viçosa: Suprema, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Sergio_Schneider/publication/309201996_Agricultura_familiar_desenvolvimento_rural_e_um_modelo_de_mercados_multiplos/links/5804e19d08ae98cb6f2a5c4d/Agricultura-familiar-desenvolvimento-rural-e-um-modelo-de-mercados-multiplos.pdf. Acesso em: 15 Jan. 2021.

NORTH, D. **Structure and Change in Economic History**, Norton, New York, 1981.

_____. **Institutions, institutional change and economic performance**. Cambridge: Cambridge University Press. 1990.

_____. **Custos de transação, instituições e desempenho econômico**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 38, 2006.

PICOLOTTO, E. L.; BREMM, C. Ecologização na agricultura familiar, feiras e produtos artesanais na região Central do Rio Grande do Sul. **Política & Sociedade**, v. 15, p. 104-130, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2016v15nesp1p104>. Acesso em: 15 Jan. 2021.

PONDÉ, J. L. Instituições e mudança institucional: uma abordagem schumpeteriana. **Revista Economia**, v. 6, n. 1, p. 119-160, 2005.

RENTING, H.; MARSDEN, T.; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In: Gazolla, M., Schneider, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

REZENDE, P. H. L. et al. Aspectos sanitários do queijo minas artesanal comercializado em feiras livres. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 65, n. 377, p. 36-42, 2010. <https://doi.org/10.14295/2238-6416.v65i377.148>

REZENDE, F. da C. Convergências e controvérsias sobre a mudança institucional: modelos tradicionais em perspectiva comparada. **Revista de Sociologia e Política**, v. 20, p. 37-51, 2012. <https://doi.org/10.1590/S0104-44782012000100004>

ROCHA, A; ÁVILA, H.A. Teoria institucional e modos de entrada de multinacionais de países emergentes. **Rev. adm. empres**, v. 55, n.3, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-759020150302>> Acesso em: 12 de Nov. 2019.

RUTHERFORD, M. **Institutions in Economics: The Old and the New Institutionalism**. Cambridge University Press, Cambridge, 1994.

SANTOS, J. S.; CRUZ, F. T. da; MENASCHE, R. O mineiro, o queijo e os conflitos (nada poéticos) em torno dos alimentos tradicionais produzidos artesanalmente no Brasil. *Rev. de Economia Agrícola* 59: 7-19, 2012.

SCHNEIDER, S. FERRARI, D. L. Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar: o Processo de Relocalização da Produção Agroalimentar em Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, v. 17, n. 1, p. 56-71, 2015 Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/151097/001010176.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 04 de Jan. 2023.

SETA, M. H. *et al.* A coordenação federativa na construção do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária e no Estado do Rio de Janeiro. In: UGÁ, M.A.D., et al. (orgs.). **A gestão do SUS no âmbito estadual: o caso do Rio de Janeiro** [online]. Rio de Janeiro: Editora

SILVA, M. N. *et al.* A agricultura familiar e os circuitos curtos de comercialização de alimentos: estudo de caso da feira livre do município de Jaguarão, RS, Brasil. **Revista Espacios**, v. 38, n. 47, 2017. Disponível em: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n47/a17v38n47p07.pdf> . Acesso em: 26 de Out. 2021.

SOARES, E. K. B. et al. What are the cultural effects on consumers' perceptions? A case study covering coalho cheese in the Brazilian northeast and southeast area using word association. **Food Research International**, 102, 553–558, 2017. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2017.08.053>

SONINO, R.; MARDSEN, T. Além da linha divisória: repensando relações entre redes alimentares alternativas e convencionais na Europa. In: GAZOLLA, M., SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

STEINBACH, J. et al. Compreendendo consumidor, consumo e produtos regionais: um estudo de caso sobre o queijo tradicional do tipo colonial do Brasil. **Jornal Internacional de Gastronomia e Ciência dos Alimentos**, 26, 2021. doi:10.1016/j.ijgfs.2021.100418

VIANA, C. E. et al. Que qualidades para quais mercados? O caso do queijo colonial da microrregião de Capanema, Paraná. **Revista Nera**, n. 49, p. 189-210, 2019. Disponível em: <http://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/5845>. Acesso em: 15 de Jan. 2021.

WILLIAMSON, O. Transaction cost economics. In: WILLIAMSON, O. **The economic institution of capitalism**. London: The Free Press, p. 15-42, 1985.

_____. The new institutional economics: taking stock, looking ahead. **Journal Of Economic Literature**, S.I, v. , n. , p.595-613, september, 2000.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness**: uma aplicação da nova economia das instituições. Tese (Doutorado em Livre Docência) –Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. Disponível em: http://www.fundacaofia.com.br/pensa/anexos/biblioteca/63200715534_.pdf. Acesso em: 12 de Dez. 2021.