

**“A origem como factor de qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares”: o caso dos produtos beneficiários da Protecção Comunitária “Denominação de Origem Protegida” em Trás-os-Montes.**

Manuel Luís Tibério \*/*Artur Cristóvão* \*\*  
DES/UTAD  
Assistente  
\*\* *Professor Catedrático*

Comunicação apresentada às **Jornadas Interprofissionais Agro-Alimentares “Produtos com História”**. Mirandela, 26 a 29 de Março de 1998

**RESUMO:**

Muitos produtos agrícolas e agro-alimentares de Trás-os-Montes são reconhecidos como produtos de qualidade, ou mesmo de qualidade excepcional, devendo por isso ser preservados e protegidos.

A qualidade é um elemento de múltiplas dimensões. Um produto não tem uma qualidade, mas um perfil de qualidades. Serão, de facto, de qualidade os produtos agrícolas e agro-alimentares de Trás-os-Montes? Que tipo de qualidades estarão associados aos produtos de Trás-os-Montes que beneficiam das diversas Protecções Comunitárias?

Este é o quadro que serve de referência à reflexão/comunicação que pretendemos fazer no âmbito das jornadas interprofissionais “Produtos com História”.

Iniciamos pela abordagem breve acerca do conceito de qualidade e das suas múltiplas dimensões. Em simultâneo, analisamos, fazendo referência a alguns exemplos concretos, de que forma os produtos de Trás-os-Montes, potencialmente beneficiários de Protecções Comunitárias, se relacionam, em termos de qualidade, com as diferentes dimensões desta. Terminamos tecendo algumas considerações sobre o papel da **origem** e do seu **reconhecimento** na **construção** e na **garantia** do **perfil de qualidades** associado aos produtos DOP de Trás-os-Montes.

## **Introdução**

### **Na economia contemporânea, “qualidade” e “produtos tradicionais de qualidade” adquiriram importância socio-económica crescente**

As questões da qualidade têm ganho, nos últimos anos, um interesse crescente. Ao nível dos sectores de actividade em geral, a importância da qualidade deriva de fenómenos como a globalização da economia, da liberalização e saturação dos mercados, da intensificação da concorrência e da perda de competitividade das empresas. Como salienta Valceschini (1993:123), *“a perda de competitividade das empresas europeias e a realização do mercado único”*, juntamente com *“a saturação dos mercados”* (Sylvander, 1991:37), *“fazem com que a qualidade se torne, ao nível empresarial, numa variável de decisão estratégica, adquirindo fundamental importância como factor de diferenciação em relação à concorrência e como elemento determinante na conquista de mercados”* (Sylvander, 1991:37 e Valceschini 1993:123).

Se àqueles factores, de carácter geral, acrescentarmos as transformações operadas ao nível do sector agrícola e agro-alimentar, encontramos a explicação para a importância da qualidade nestes sectores. Sylvander (1991:37) e Valceschini (1993:123), referem que *“a invasão química por parte da agricultura e da indústria de transformação alimentar e o alongamento de circuitos de distribuição, conduzem à suspeição, à incerteza e à desconfiança por parte dos consumidores, relativamente às técnicas, aos produtos e circuitos de distribuição e, em consequência, relativamente à qualidade dos alimentos propostos pela indústria”*.

Se aos factores que afectam os sectores de actividade em geral e o sector agro-alimentar em particular acrescentarmos a situação excedentária dos mercados agrícolas, a crise da política agrícola comum, a incapacidade de certas áreas rurais em competir pela produção de produtos agrícolas indiferenciados e a limitação quantitativa (quotas de produção) na produção de produtos locais, está explicado o recente interesse pela redescoberta dos produtos tradicionais e pela sua qualidade como factor de diferenciação: *“...com a saturação dos mercados internacionais e a crise da PAC, os meios profissionais agrícolas interrogam-se sobre a possibilidade de responder à queda dos rendimentos dos agricultores pelo desenvolvimento da produção de produtos de “qualidade”...”* *“...a qualidade pode contribuir para a solução do problema dos excedentes de produção...”* *“...após décadas de produtivismo, a qualidade torna-se numa aventura”*... (Nicolas e Valceschini, 1993:8).

Neste âmbito, foram propostos pela Comunidade Europeia, em 1992, no âmbito da reforma da PAC, mecanismos de protecção de produtos originários de regiões conhecidas pelas suas produções tradicionais, permitindo o seu reconhecimento e a concessão de marcas de qualidade. Um desses mecanismos, o Regulamento (CEE) n.º 2081/92, relativo à protecção das Indicações Geográficas e das Denominações de Origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios, refere a origem como um elemento central na definição da qualidade dos produtos tradicionais<sup>1</sup>.

Mas o que é “Qualidade”? Serão de “Qualidade” os produtos tradicionais, potencialmente beneficiários de protecção comunitária? A que se deve a “Qualidade” destes produtos? Só agora é que foi descoberta a “Qualidade” associada aos produtos locais? Anteriormente estes produtos não tinham “Qualidade”? Fez-se, recentemente, alguma coisa para que estes produtos, de um momento para o outro, ganhassem o estatuto de “produtos de qualidade”? São os produtos obtidos de forma não tradicional que têm vindo a perder qualidade? Os seus produtores têm consciência dessa “Qualidade”? Que dimensões da “Qualidade” associada aos produtos tradicionais serão mais valorizadas pelos intervenientes nas fileiras dos produtos? Tem a origem dos produtos alguma influência na definição da “Qualidade”? São estas algumas questões, entre outras, que podem ser levantadas, sendo impossível abordar todas elas no âmbito desta curta comunicação.

## **1 - Breve abordagem ao conceito de qualidade**

Não é fácil apresentar uma definição do conceito de Qualidade. Todos nós fazemos, num momento ou outro, referências à qualidade, relativamente aos mais diversos sectores. Seja acerca da qualidade do ensino, da investigação, da saúde, do ambiente, da habitação, do local de trabalho, dos serviços prestados pela administração e pelas empresas, da alimentação, ao nível das matérias primas, da produção/elaboração, da transformação, da distribuição, do consumo, etc.

Se, por um lado, todos pensamos saber o que é a qualidade de um produto ou serviço, por outro, temos sempre muita dificuldade em a definir em concreto, pois a palavra não tem, em todas as situações, o mesmo significado e o conceito integra, de acordo com Multon e Davenas (1994:5), parâmetros diversos, sendo entendido de forma

---

<sup>1</sup> São vários os autores que se referem à Qualidade dos produtos tradicionais como: “Qualidade Superior”, “Qualidade Específica”, “Qualidade Particular”.

diferente conforme a idade, as culturas, as categorias socio-profissionais, a época e o lugar geográfico. Reproduzindo a opinião de Eymard-Duvernay (1995: 46), citando Boisard e Letablier (1992), “*no nosso mundo agro-alimentar há poucas equipas comerciais, que sabem descrever o que é a qualidade. Sabem falar dela, mas quando se trata de colocar preto no branco é sempre muito mais difícil*”. Por seu lado, Rosa (1994) refere que a “*qualidade é um conceito vazio, pese embora dela falemos constantemente*”.

De acordo com o Dicionário de língua portuguesa: qualidade é a “*propriedade ou condição natural de uma pessoa ou coisa que a distingue das outras; modo de ser; atributo; predicado; natureza; particularidade; índole; espécie; classe; casta; calibre; título; nobreza; profissão; disposição de ânimo*”. Podendo distinguir-se as **Qualidades Primárias**, ou seja, as que são essenciais aos objectos materiais e estão neles como as percebemos (são objectivas) e as **Qualidades Secundárias**, isto é, as que não são essenciais aos objectos materiais e não estão neles como as percebemos, dependendo de quem as percebe (são subjectivas).

Na linguagem corrente, o termo qualidade, tratando-se de um conceito relativo, subjectivo e dinâmico é, frequentemente, utilizado para significar a excelência de um objecto (Nicolas e Valceschini, 1993:9) e para designar uma propriedade caracterizadora de um produto, que o permite identificar e distinguir de um outro (Caldentey e Gomez , 1996:5).

Numa linguagem mais de carácter económico ou de gestão, o termo qualidade tem associado um adjectivo que permite especificar um produto ou serviço do ponto de vista da sua função e utilidade. Esta nuance é visível na definição fornecida pela Organização Internacional de Normalização (ISO): “*a qualidade é o conjunto de propriedades e características de um produto ou serviço que lhe conferem a aptidão para satisfazer as necessidades expressas ou implícitas dos utilizadores*” (Sylvander e Lassaut (1994:49). No mesmo sentido aponta, também, a definição proposta pela Associação Francesa de Normalização (AFNOR), em que a “*qualidade é a aptidão de um bem ou de um serviço para satisfazer as necessidades expressas ou potenciais dos utilizadores*” (Nicolas e Valceschini, 1993:9 e Sylvander e Lassaut, 1994:49).

Estas definições têm interesse na medida em que exprimem a ideia de que não há definição de qualidade em abstracto, ou seja, independente dos actores económicos que fornecem o produto e dos que o compram ou utilizam (Nicolas e Valceschini,

1993:9), o que contribui, também, para dificultar a própria definição de qualidade pois, como salientam Multon e Davenas (1994:5), cada produto pode ter diversos utilizadores em simultâneo ou sucessivos, com expectativas e exigências diversas relativamente à qualidade. Como salienta Lagrange (1989:49, citando Sornay), a qualidade é um conceito complexo com significado diferente e por vezes contraditório, segundo os agentes da fileira. Por exemplo, castanhas de grande calibre podem ser sinónimo de qualidade para o produtor e distribuidor, que vendem e compram a peso, deixando de o ser para os assadores, que compram a peso e vendem à unidade, adquirindo-a de novo no consumidor final, que compra à unidade.

A dificuldade em definir a qualidade de um produto deve-se, concerteza, à natureza divergente e multifacetada do conceito de qualidade, a que vários autores se referem. Como escreve Valceschini (1993:123), satisfazer e proteger os consumidores implica ter em consideração exigências qualitativas múltiplas. Por sua vez, Multon e Davenas (1994:4) referem que a qualidade dos produtos agro-alimentares integra parâmetros muito diversos. Alguns são facilmente visíveis e quantificáveis, e os seus valores são geralmente indicados pelo produtor e ou vendedor (o peso e o preço do produto contido na embalagem, o valor energético, proteico e vitamínico do alimento, a sua validade, etc.). Existem outros que, sendo visíveis, são mais subjectivos e por isso mais difíceis de quantificar. Trata-se, frequentemente, de variáveis hedónicas, como a cor, o gosto, o odor e o sabor de determinado alimento. Há ainda outros elementos que, embora quantificáveis, são invisíveis aos olhos do consumidor: resíduos de pesticidas, aditivos, microorganismos, etc. A definição da qualidade recorre, de facto, a parâmetros muito diversos.

## **2 - O conceito de qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares é multidimensional**

A qualidade alimentar em sentido estrito é, citando Multon e Davenas (1994:6), a aptidão do alimento para bem nutrir, para bem alimentar, ou seja, a sua aptidão para fornecer ao consumidor, em condições de segurança completa, os nutrientes e a energia necessárias ao seu metabolismo vital. Todavia, a qualidade alimentar é uma propriedade complexa, devendo distinguir-se diversas componentes.

Um dos primeiros autores a descrever as múltiplas componentes da qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares foi François (1971), citado por Sylvander

(1992:79). Outros autores, como Valceschini (1993), Multon (1994), Multon e Davenas (1994), Sylvander e Lassaut (1994), Poumeyrol, Beaufort e Rosset (1994), Hossenlopp (1994), Rosa (1994), Caldentey e Gomez (1996), entre outros, fazem também referência às múltiplas dimensões do conceito de qualidade. Ignorando pequenas diferenças entre os diferentes autores, na abordagem e nas designações das diversas componentes da qualidade, podemos sintetizá-las como mostra a figura 1.

**Qualidade Higiénica/Sanitária:** é a não toxicidade do alimento. Reflete uma exigência de segurança, tanto no aspecto químico (resíduos de tratamentos e fertilizações, aditivos, etc.), como bacteriológico (ausência de toxinas, microorganismos, pragas, doenças). Sobre este aspecto, são conhecidos os problemas ligados à utilização excessiva de produtos fitossanitários e fertilizantes, de hormonas e antibióticos na alimentação animal, de aditivos nos diferentes processos de transformação, etc. A causa da toxicidade de um alimento pode ser de natureza química (metais pesados, nitratos), ou bacteriológica (toxinas, bactérias). Relativamente aos produtos tradicionais de Trás-os-Montes, se as primeiras não constituem grande problema, as segundas, embora não sendo nada de grave, assumem alguma importância. Todos sabemos que é necessário ter em consideração alguns aspectos relativos às condições de higiene em que são obtidas algumas matérias primas e elaborados alguns produtos tradicionais (por exemplo as condições de ordenha de ovinos e de produção caseira de queijos e enchidos).

A qualidade sanitária e higiénica é normalizável e pode, facilmente, ser suportada por indicadores mensuráveis e quantificáveis cientificamente: a regulamentação fixa, em geral, os limiares limites que não devem ser ultrapassados relativamente a substâncias potencialmente tóxicas. Relativamente a este aspecto, os produtos tradicionais estão em desvantagem. Não basta dizer que se tem qualidade higiénica e sanitária, é importante garanti-la e demonstrá-la ao consumidor. A informação ao consumidor é também um factor de qualidade.

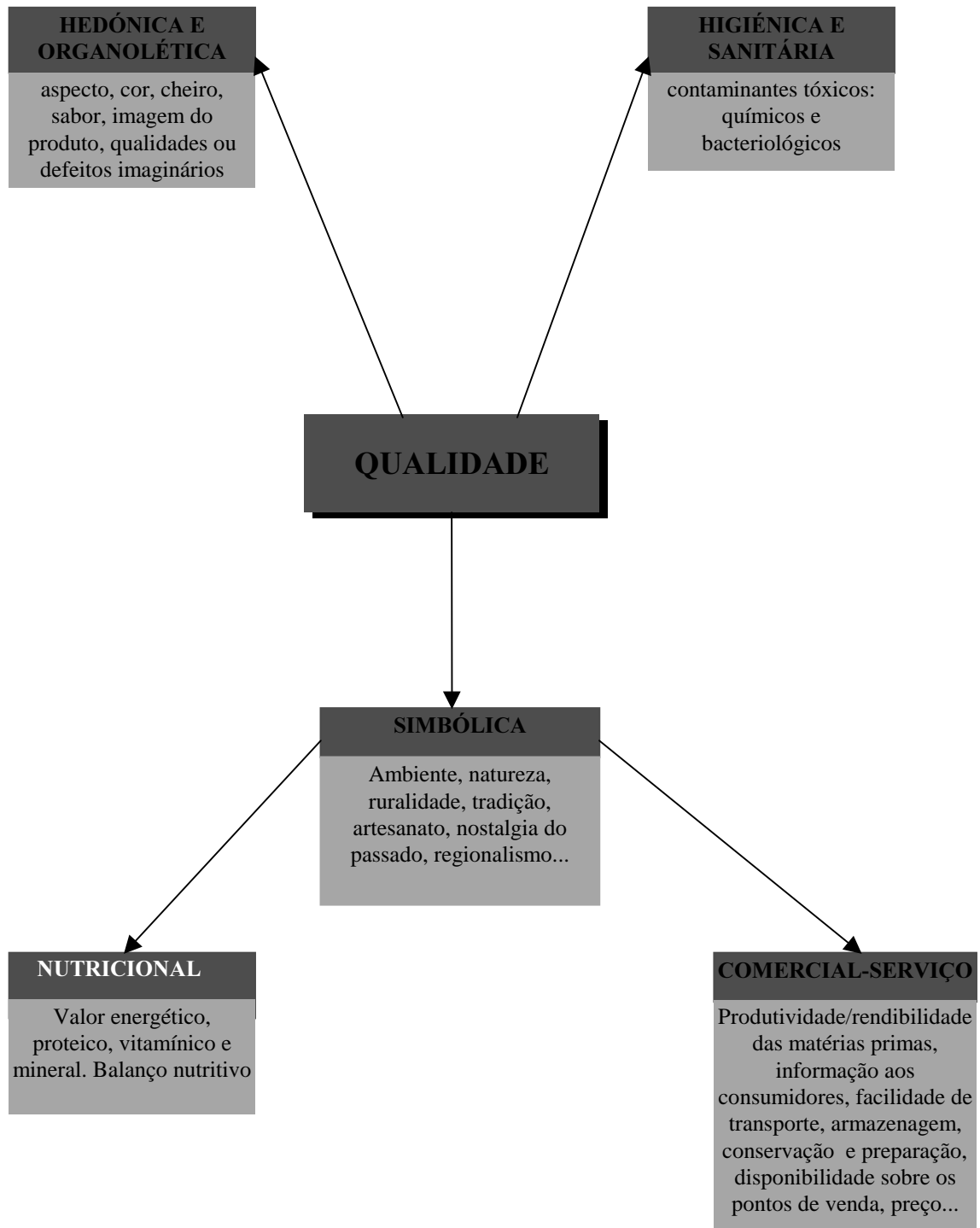


Figura n.º 1 - As dimensões da Qualidade

**A qualidade Nutricional:** É o valor alimentar do produto (valor calórico/energético, proteico, vitamínico). Podemos distinguir dois aspectos:

- **Um aspecto quantitativo:** relativo à energia armazenada sob a forma química. O consumidor pode procurar um alimento muito energético ou, pelo contrário pouco calórico (produtos de regime). Relativamente a este aspecto os produtos tradicionais devem ser iguais aos outros. Este não é, seguramente, um elemento diferenciador.
- **Um aspecto qualitativo:** relativo à composição e ao equilíbrio nutricional do alimento (vitaminas, proteínas, minerais).

O nível de qualidade nutricional é quantificável, e pode, com rigor, ser fixado por via regulamentar. Em termos de informação, também nesta componente da qualidade, os produtos tradicionais estão em desvantagem relativamente aos produtos oriundos da indústria.

**A Qualidade Hedónica ou Organolética/Sensorial/Gostativa:** A componente organolética da qualidade é muito importante. Embora suportada em factores mensuráveis (estado de maturação, teores em açúcares, grau de acidez, etc.) e de quantificação possível, é subjectiva e variável no tempo, no espaço e segundo os indivíduos. Ao nível puramente sensorial, cada consumidor espera sensações gustativas, olfactivas, tácteis e visuais bem determinadas (pão estaladiço, bem cozido, queijo duro, de sabor acentuado e estaladiço ao corte). Mas, o que é a qualidade gustativa de um produto? É o sabor acentuado, a ausência de sabor, o estado de maturação ou de cura? No caso dos produtos DOP e IGP os padrões de qualidade hedónica são definidos fixando estreitamente as matérias primas, o lugar geográfico de produção, o processo de elaboração ou o modo de produção.

Ao nível da componente organolética da qualidade, os produtos tradicionais de Trás-os-Montes são concerteza diferentes dos seus concorrentes industriais. Todos nós conhecemos a excelente qualidade organolética da carne de vitela mirandesa, barrosã e maronesa, do cabrito e do borrego desta região. Quem conhece o gosto, o sabor dos produtos agrícolas (melão, melancia, tomate, laranja, morango, pêsego, etc.), produzidos nas pequenas explorações da nossa região, sabe perfeitamente que não tem nada a ver com o gosto e o sabor dos produtos, de origem desconhecida, vendidos nas grandes superfícies (a pele dura do tomate, os morangos, os diospiros, a melancia, etc. com óptimo aspecto, mas sem sabor). Por outro lado, alguns produtos tradicionais, concretamente de Trás-os-Montes, são caracterizados pelos seus sabores diversificados



e acentuados (méis, azeites, queijos e enchidos), o que poderá originar, em determinadas situações, algumas dificuldades em termos comerciais. No entanto, é necessário ter presente que se a normalização é característica dos produtos massificados e industrializados, a diversidade é característica dos produtos tradicionais. Se o que se pretende é conservar a tradicionalidade dos produtos, estamos de acordo com Caldentey e Gomez (1996 :80) quando referem que as características dos produtos não devem ser alteradas pelas veleidades do mercado e portanto a filosofia de mercado deve ser “vender o que se produz” e não “produzir o que se vende”. Por exemplo, e sem pretender fazer qualquer juízo de valor, mas apenas constatar um facto, o queijo Terrincho é, tradicionalmente, em nossa opinião, um queijo curado, duro, velho, de sabor muito acentuado. O queijo Terrincho - Denominação de Origem Protegida, que hoje mais se encontra no mercado, não tem estas características e pouco se diferencia da concorrência.

**As qualidades Tecnológicas, Comerciais ou de Serviço:** são as componentes da qualidade que assentam na perfeição aos produtos standardizados. É a aptidão do produto ao uso que cada utilizador lhe quer dar. Envolve um conjunto complexo de aspectos, que vão desde a produção à distribuição do produto final. Por exemplo:

- a produtividade de determinada variedade ou raça;
- a rendibilidade da matéria prima num dado processo de transformação: leite, azeitona, trigo, etc.;
- a duração após a compra, as condições de conservação requeridas (congelador, ausência de humidade, etc.);
- a duração após a abertura da embalagem ou após descongelar,
- a facilidade de utilização do produto: facilidade de armazenamento e conservação, facilidade de manutenção e abertura da embalagem, etc.;
- o preço de venda, a regularidade no fornecimento, a apresentação e embalagem, a possibilidade de troca ou restituição, a rotação no ponto de venda, a disponibilidade para acções de parceria na área da comunicação e promoção, a etiquetagem informativa, a data limite de venda ou de consumo, o peso ou volume, o preço por quilograma, etc.

Esta dimensão contém elementos (informação e regularidade no fornecimento de mercados, por exemplo) que tornam os produtos tradicionais menos competitivos se se pretender concorrer nos mesmos mercados com os produtos massificados.

**A qualidade Simbólica:** é a aptidão do produto em satisfazer as expectativas simbólicas, isto é o imaginário do consumidor. É tudo aquilo que o produto evoca. Integra aspectos tão diversificados como ambiente, ecologia, natureza, paisagem, ruralidade, tradição, artesanato, apego à terra, antepassados, vivências do passado, saúde, prazer, prestígio, etc. O homem é um omnívoro que se alimenta de carne, de vegetais e de imaginário: os símbolos, a origem, a marca, os mitos, os fantasmas também alimentam (Multon e Davenas 1994:9, citando Fischer, 1979 ). É, talvez, a componente mais importante quando falamos da qualidade dos produtos tradicionais.

Esta dimensão da qualidade tem vindo a ganhar importância em virtude das incertezas, por parte do consumidor, relativamente a outras componentes, principalmente a componente higiénica e sanitária, de tal forma que autores como Sylvander e Lassaut (1994:51) propõem a sua integração no esquema dos “Quatro S”. Este esquema, proposto por Pierre Mainguy (1989) sintetiza a hierarquia das exigências de qualidade, por parte do consumidor (figura 2).

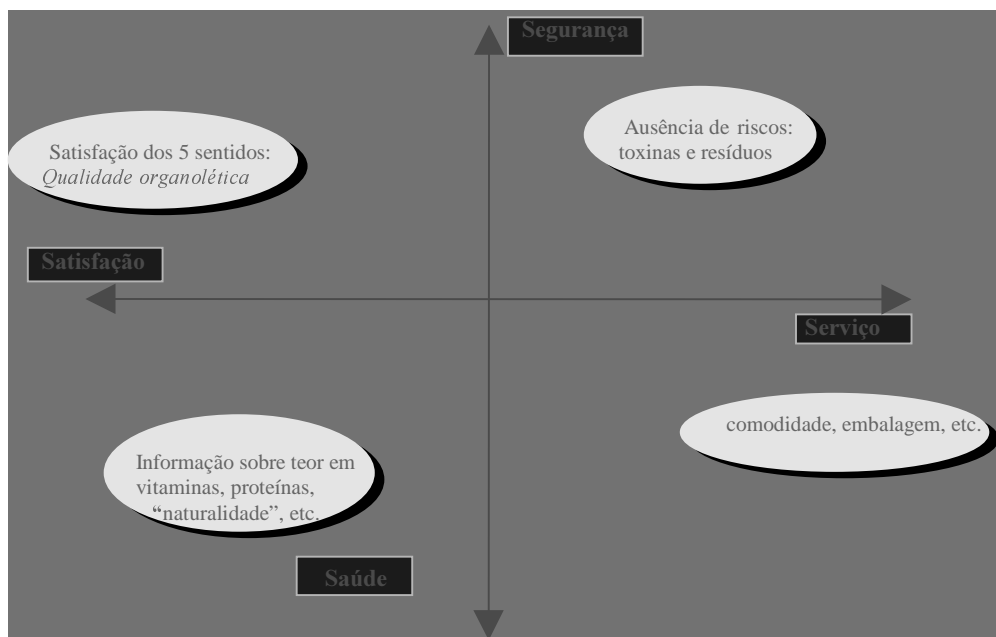


Figura n.º 2 - Exigências de qualidade: O Esquema dos 4 “S”

Fonte: Adaptado de Valceschini (1993:133)

### **3 - Os produtos agrícolas e agroalimentares tradicionais de Trás-os-Montes não têm uma qualidade, mas um perfil de qualidades**

Não está em causa, nem se questiona a superior qualidade dos produtos tradicionais de Trás-os-Montes, que, em nossa opinião, sempre a tiveram, pois nada foi feito para que a tivessem adquirido recentemente. Lamenta-se, isso sim, que tenham sido abandonados pelo modelo de desenvolvimento agrícola dominante, tendo sido, para muitos, e até há bem pouco tempo, sinónimo de atraso e de ausência de modernização agrícola, das regiões de onde são originários.

A ideia de Bernat (1996:96) relativamente à generalidade dos produtos tradicionais assenta que nem uma luva aos produtos tradicionais de Trás-os-Montes. Refere aquela autora que, para os consumidores urbanos, os produtos tradicionais simbolizam a ruralidade, são pratos festivos, consomem-se em restaurantes e introduzem a diversidade na sua dieta, enquanto que para os produtores significam as duras condições de vida, consomem-se no campo, durante os trabalhos, representam a monotonia da dieta alimentar e são o dia a dia feito de muito trabalho. Não sei o que os produtos tradicionais de Trás-os-Montes representam para os consumidores urbanos, mas sei, que de facto, estes produtos, tão apregoados na actualidade, ainda representam para os produtores duras condições de vida e baixos rendimentos. Alguns deles são utilizadas nas suas merendas: um pastor leva no seu farnel pão, queijo da sua produção, azeitonas e uma cebola. Em trabalhos pesados no campo, o presunto, a linguiça, (o salpicão é mais nobre), a alheira, fazem parte da merenda do dia a dia. São essencialmente produtos de autoconsumo.

Não estando em causa, como se disse, a qualidade destes produtos, estas questões reforçam ainda mais a questão: Que tipo de qualidade é que está associada a estes produtos, uma vez que não têm o mesmo significado para produtores e consumidores? Atendendo às diferentes componentes da qualidade que foram descritas e às múltiplas exigências por parte dos consumidores, não faz sentido falar “na qualidade”. Os produtos em geral e os produtos agro-alimentares de Trás-os-Montes em particular não têm uma qualidade, mas sim um perfil de qualidades. É o seu perfil de qualidades que permite aos produtos situarem-se em diferentes posições relativamente ao “Esquema dos 4S”.

Na definição do perfil de qualidades dos produtos tradicionais, a componente simbólica da qualidade parece jogar um papel fundamental. A partir do momento em que os diversos elementos (proteína, humidade, açúcares, acidez, cor, etc.), que integram as diferentes componentes da qualidade, são normalizáveis e estandardizáveis,

a dimensão comercial/de serviço e principalmente a dimensão simbólica constituem, para os produtos tradicionais de Trás-os-Montes, os principais factores de diferenciação.

A componente simbólica dos produtos tradicionais integra elementos diversos, como a natureza, a paisagem, a tradição, o saber fazer, a história, a origem, etc, como se pode verificar pelos testemunhos de diversos autores, como Berard y Marchenay (1996), Bernat (1996), Caldentey e Gomez (1996), entre outros e que nós podemos confirmar através do trabalho de campo realizado.

O perfil de qualidades dos produtos tradicionais resulta, assim, da excelência das matérias primas e do produto, do saber fazer do produtor, da especificidade do território, da tradição, da diversidade, da pequena escala e distingue-se de um outro perfil caracterizado pela homogeneidade, normalização, industrialização, vulgaridade e monotonia. De um lado temos a qualidade raridade, do outro a qualidade massal (Carvalho, 1995:14). Não se trata de duas qualidades individualizadas, mas de dois perfis distintos, em que diferentes componentes, por vezes dificilmente conciliáveis, são dominantes num ou noutro caso. Como salienta Creysel, (1994), um produto deve responder às exigências de **Segurança**, de **Saúde**, de **Satisfação** e de **Serviço** de acordo com o “Esquema dos 4 S, mas também de **Simbolismo**, de imaginário. Os produtos tradicionais, principalmente aqueles que beneficiem de uma protecção jurídica, dado o controlo e fiscalização a que os seus processos de produção/elaboração são sujeitos, podem fornecer ao consumidor um perfil de qualidades que dê garantias de segurança em termos higio-sanitários, mas fundamentalmente que satisfaça as exigências em termos de gosto, de imaginário e de autenticidade.

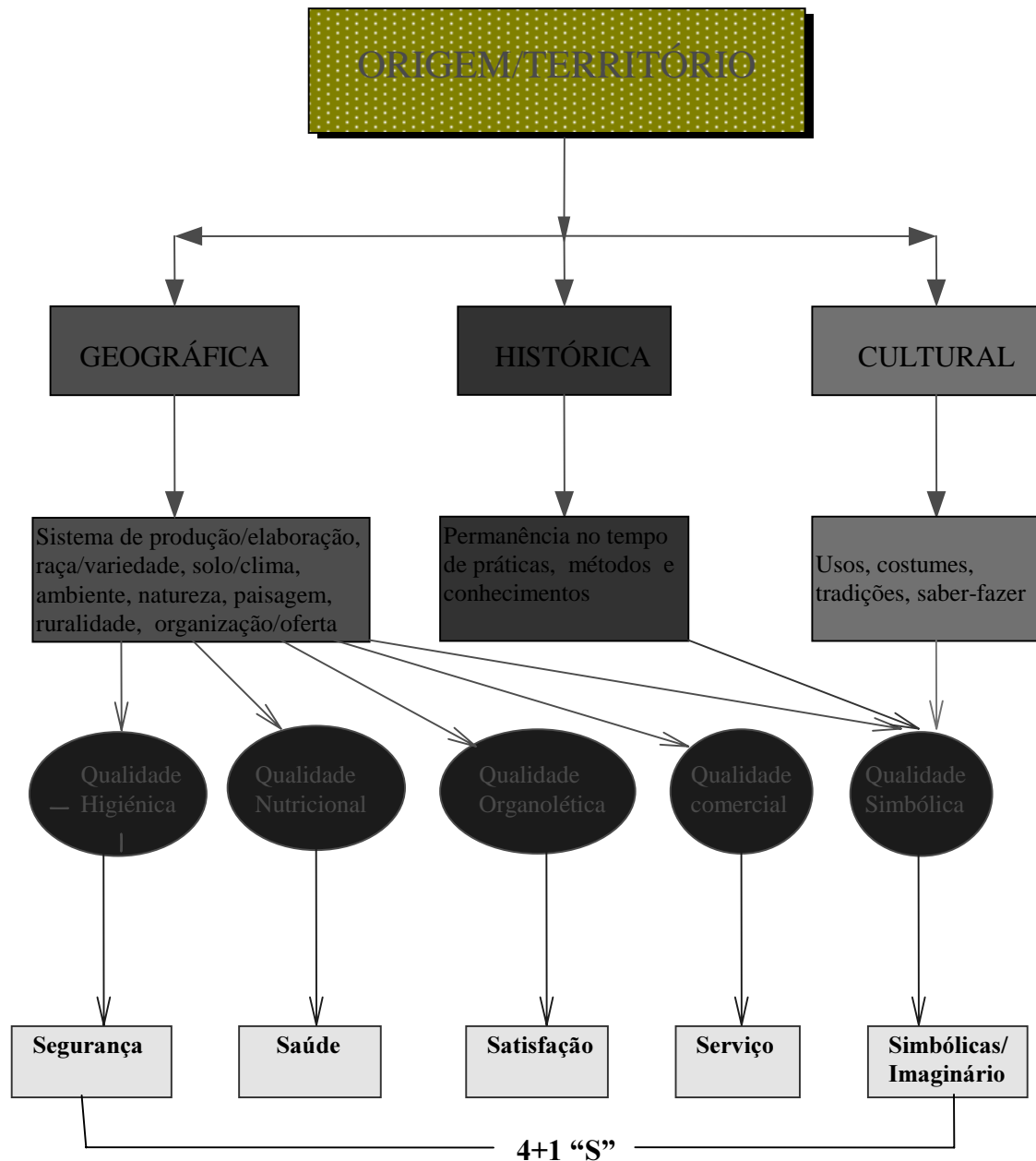
#### **4 - A origem é um elemento fundamental na construção e na garantia do perfil de qualidades associado aos produtos DOP de Trás-os-Montes**

O regulamento Comunitário relativo à Protecção das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas dos produtos agrícolas e géneros alimentícios, refere a origem, incluindo factores naturais e humanos, como factor importante de qualidade desses produtos. Aliás, estranha-se que o regulamento relativo aos certificados de especificidade também não faça referência à origem como factor de reconhecimento e de protecção. A origem não é um mero espaço geográfico, mas também um espaço cultural e histórico.

Terá, então, a origem algum papel na definição do perfil de qualidades dos produtos tradicionais? A resposta pode encontrar-se na seguinte afirmação: “*O alimento tornou-se num artefacto misterioso, num OCNI, ou seja, num Objecto Comestível Não Identificado, sem passado nem origem conhecidos*” (Valceschini, 1995:57, citando Fischler, 1990). Esta afirmação encerra toda uma incerteza e insegurança relativamente aos produtos agro-alimentares, resultado do crescente afastamento entre os locais de produção e de consumo, conferindo, só por si, a referência à origem uma importância fundamental.

Contudo, as opiniões sobre as eventuais influências da origem na qualidade dos produtos são, mesmo assim, divergentes. Ao referir-se aos produtos tradicionais, (Bernat (1996), assinala que este tipo de produtos “*veiculam dois conceitos, um abstracto e outro concreto: a qualidade e a origem*”, chamando, no entanto, a atenção para a natureza redutora deste vínculo, na medida em que supõe que a qualidade é originada pela origem, não sendo na realidade tão linear. Sylvander e Melet (1992), refere que à região (território) não está associada uma objectividade de qualidade, não constituindo a proveniência regional, ela mesma, uma garantia de qualidade, mas apenas um sinal de referência fácil da origem e uma forma de fornecer ao consumidor um produto menos anónimo.

Por outro lado, Berger (1992:2) refere que, num universo de concorrência e de incerteza sobre as qualidades, a identidade de um produto constitui o suporte do conhecimento e do reconhecimento conduzindo à notoriedade. Um produto com DOP, refere ainda, é por natureza um produto com forte identidade, obtida a partir da sua origem, entendida esta na sua tripla dimensão geográfica, histórica e cultural, que, como salientam Caldentey e Gomez (1996:60) parece ser a responsável pela diferenciação qualitativa dos produtos (Figura 3).

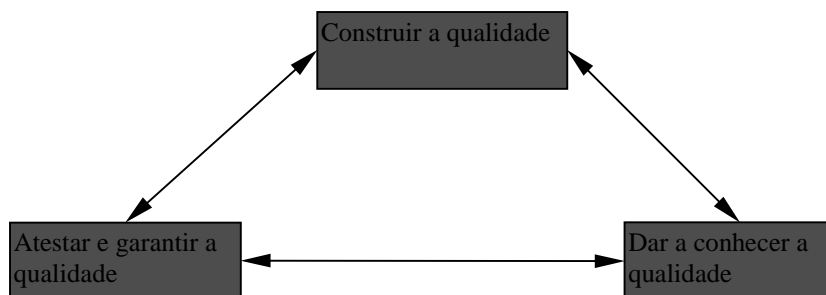


A análise feita a um conjunto de entrevistas de carácter exploratório, por nós realizadas a responsáveis por entidades gestoras de DOP em Trás-os-Montes, permite afirmar que, não sendo a origem geográfica um factor objectivo de qualidade, tem, sem dúvida, ainda que de forma indirecta, influência na definição do perfil de qualidades associado aos produtos DOP. Esta influência deve-se ao facto de não poderem ser dissociados da origem/território, de acordo com os entrevistados, um conjunto de elementos, por eles referidos, que exercem influência directa sobre a qualidade e que vão desde o sistema de produção e processo de elaboração (com todos os aspectos técnicos que envolve), ao solo, ao clima, às raças e variedades e a outros aspectos de

natureza mais simbólica, como os usos e costumes, o saber-fazer, o ambiente, as paisagens, o atraso. O território é, assim, também, uma referência simbólica que interfere no imaginário do consumidor.

As referências que acabamos de reproduzir conferem, efectivamente, à origem dos produtos uma importância fundamental na definição das suas qualidades, não sendo contudo suficiente para garantir essas mesmas qualidades aos consumidores. Logicamente, não basta fazer referência à origem, à proveniência do produto, para que o consumidor lhe reconheça qualidade. A garantia de qualidade implica o reconhecimento da origem através da instituição e desenvolvimento dos mecanismos de protecção e certificação dos produtos em vigor, embora os produtos tradicionais necessitem mais de ser protegidos do que certificados. Os outros, os não tradicionais, é que necessitam de ser certificados.

Contudo, a instituição administrativa de protecções jurídicas (DOP OU IGP) também não confere, automaticamente, qualidade aos produtos. Como salientam Fragata e Condado (1996), a qualidade pode decretar-se mas tem de construir-se. Ou seja, não é suficiente vencer todos os requisitos burocráticos relativos ao registo de uma protecção (constituição do agrupamento, elaboração do caderno de especificações... até à protecção comunitária), dizer que o produto tem qualidade, só porque aos produtos tradicionais se associam, na actualidade, valores e perfis de qualidade que começam a vender, pois o sucesso da protecção estará dependente do posterior envolvimento e dinâmica criada por um conjunto diversificado de actores, a título individual e institucional, no sentido de construir, de garantir e de dar a conhecer a qualidade aos consumidores. Como refere Creysel (1994), existe um triângulo em torno da qualidade que é fundamental: **construir** a qualidade, **atestar e garantir** a qualidade e **dar a conhecer** a qualidade aos consumidores<sup>2</sup>.



<sup>2</sup> A Certificação é, do ponto de vista dos responsáveis pelos Agrupamentos entrevistados, o principal elemento de garantia de qualidade.

A protecção comunitária das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas e o consequente processo de certificação e controlo é fundamental para atestar e garantir o perfil de qualidades dos produtos tradicionais e contribuir para que os consumidores percepcionem a sua origem como elemento preponderante na definição desse perfil.

### **Conclusões**

A modernização da agricultura, a saturação dos mercados agro-alimentares, o aumento da concorrência, a expansão da transformação industrial e do consumo de massa, a liberalização das trocas, são alguns dos factores que, na opinião de autores como Sylvander (1991), Sylvander (1994):37) e Nicolas e Valceschini (1995:16), entre outros, estão na origem das crescentes dúvidas e incertezas, por parte dos consumidores, relativamente à qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares.

A qualidade constrói a sua importância sócio-económica sobre as dúvidas e incertezas que pairam sobre si próprio.

As definições sobre a qualidade dos produtos implicam, basicamente, duas noções necessariamente complementares e, frequentemente, difíceis de conciliar. Por um lado, a satisfação de certas exigências, como a segurança, a higiene ou a saúde dos consumidores (Qualidade Sanitária), por outro, a resposta às exigências de satisfação e de imaginário (Qualidade Excelência).

Os produtos tradicionais com protecção comunitária (DOP, IGP ou ETG)<sup>3</sup>, em que o processo de produção ou de elaboração, assente num caderno de especificações, está sujeito a controlo rigoroso por uma entidade certificadora, idónea e independente, fornecem garantias relativamente às dimensões higiénicas e nutricionais da qualidade, satisfazendo assim as exigências de segurança e de saúde, por parte dos consumidores. Por outro lado, o processo de protecção dos produtos tem também implicações ao nível da organização dos produtores e da informação aos consumidores, melhorando assim a sua dimensão comercial. Estes aspectos, aliados à componente simbólica própria dos produtos tradicionais e à consequente satisfação das exigências em valores e imaginário, confere aos produtos tradicionais um perfil de qualidades na senda da Qualidade Excelência.



Como pudemos verificar, a origem, na sua tripla dimensão (Geográfica, Histórica e Cultural), e o seu reconhecimento, via protecção jurídica, é fundamental na construção e garantia desse perfil de qualidades.

Os mecanismos de protecção comunitária de produtos tradicionais, como instrumentos de política agrícola e de desenvolvimento rural surgem, fundamentalmente, com o objectivo de preservar e proteger determinadas produções agrícolas e agro-alimentares originárias de áreas rurais desfavorecidas e de melhorar os rendimentos dos produtores. A concretização destes objectivos em Trás-os-Montes exige, por um lado, que se avance no processo de desenvolvimento das protecções jurídicas. Isto é, não basta constituir o Agrupamento de Produtores (alguns já existiam com outras finalidades) e solicitar o uso da protecção. É fundamental que este processo tenha reflexos nos diversos agentes das fileiras (produtores, industriais e consumidores) sendo, por isso, necessário o seu envolvimento, efectivo e tangível, em todo o processo de constituição e funcionamento da respectiva protecção. Há diversas situações em que as protecções só existem no papel, não se registando, no terreno, qualquer actividade com elas relacionadas.

Por outro lado, torna-se necessário repensar a filosofia de implementação prática das protecções jurídicas no terreno, respeitando a filosofia que esteve na base da publicação dos regulamentos comunitários. Isto é, privilegiar mais a diversidade, a diferenciação e a tradicionalidade, em detrimento da homogeneização, da industrialização e da normalização, principalmente no que diz respeito aos produtos transformados de pequena escala. O sucesso de feiras tradicionais, como as do fumeiro em Montalegre e Vinhais, exigem-no.

Em termos concretos, e por exemplo relativamente a um sector como o do azeite, dada a sua dimensão e o tipo de mercados para os quais se orienta e pretende explorar, percebe-se a necessidade da concentração dos processos de transformação e distribuição em unidades médias e modernas (o que só beneficia o perfil de qualidades do produto). O mesmo não se entende, em nossa opinião, relativamente a outros produtos transformados mais marginais e pulverizados por pequenas explorações ou unidades de produção artesanais, como são por exemplo o caso da produção de leite de ovelha e cabra e de fumeiro. Pretendemos dizer com isto que, se o que se deseja, como se diz nos discursos, é manter a tradicionalidade e a diversidade dos produtos e defender

---

<sup>3</sup> Denominação de Origem Protegida, Indicação Geográfica Protegida, Especialidade Tradicional Garantida.

o rendimento de certas categorias de agricultores, através da implementação de estratégias de transformação dos produtos nas próprias explorações e da diversificação dos canais de distribuição, então não se entendem as exageradas exigências relativas à necessidade de possuir unidades de transformação com elevado grau de tecnologia e modernização, incompatíveis com a realidade dos produtores da região, para que um produtor individual possa solicitar o uso de uma protecção comunitária. Mais uma vez, é a Qualidade Sanitária e Higiénica, característica dos produtos agro-alimentares oriundos da indústria, a sobrepor-se à Qualidade Excelência e Particular, característica dos produtos tradicionais. Insistir nestas exigências significa retirar, a muitos agricultores e produtores, a possibilidade de beneficiar de uma medida de política expressamente para eles orientada, conduzindo a uma situação de mercado paralelo, em que num dado espaço geográfico e comercial, produtos tradicionais com protecção comunitária concorrem com os mesmos produtos tradicionais sem protecção, podendo estes ser mais tradicionais que aqueles.

A política de protecção de produtos tradicionais pode e deve assumir a dupla dimensão de política agrícola e de desenvolvimento rural, contribuindo para a preservação de determinado tipo de agricultura e a dimensão de política agro-alimentar, como instrumento de conquista de mercados e de luta contra a concorrência (Valceschini, 1993:6). Estas dimensões são complementares e uma não se deve sobrepor à outra. É, assim, desejável que estes instrumentos, estas “inovações”, não beneficiem, mais uma vez, apenas alguns agricultores/produtores ditos “inovadores” ou de “elite”. Caso contrário, algo não está certo. Ou o discurso, ou a prática.

## Referências Bibliográficas

**BÉRARD, Laurence; MARCHENAY, Philippe (1996)**, La construcción social de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad* nº80-81, pp 31-56.

**BERGER, Alain (1992)**, *Approche Economique de la Protection Internationale des Appellations D'Origine*. Congress de l' Association Internationale des Juristes pour le Droit de la Vigne et du Vin (AIDV). St Helena - Napa Valley (Callifornie - USA); 8-11 Abril. 5p.

**BERNAT, Elena (1996)**, Los “nuevos consumidores” o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los “productos de la tierra”. *Agricultura y Sociedad* nº80-81, pp 83-116.

**CALDENTEY, Pedro; GÓMEZ, A. Cristina (1996)**, Productos típicos, território y competitividad. *Agricultura y Sociedad* nº80-81, pp 57-82.

**CALDENTEY, Pedro; GÓMEZ, A. Cristina (1996)**, *La produccion de Materias Primas: Productos Tipicos*. Seminario Ischia: Los Sistemas Alimenticios Mediterraneos (Comparações y Perspectivas), Itália, 13-15 junio. 26p.

**CARVALHO, Brito (1994)**, Defesa e Valorização dos Produtos de Tecnologia Caseira. *A Rede para o Desenvolvimento Local n.º 12*. In Loco, Faro.

**CREYSEL. P. (1994)**, Préface. In LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: politique, incitativos, gestions et contrôle (J.-L. MULTON, Ed.). Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris.

**EYMARD-DUVERNAY, François (1993)**, La Négociation de la Qualité. In François Nicolas et Egizio Valceshini, Eds., AGRO-ALIMENTAIRE: une économie de la qualité. INRA-Economica, Paris. pp.39-48.

**FRAGATA, António; CONDADO, Manuela (1994)**, *A Castanha da Terra Fria como caso de Construção Social de Qualidade*. 2º Congresso Nacional de Economistas Agrícolas. Lisboa.

**HOSSENLOPP, J. (1994)**; *La Qualité du Produit Alimentaire dans sa Conception et sa Formulation*. In LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: politique, incitativos, gestions et contrôle (J.-L. MULTON, Ed.). Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris. pp.133-153.

**LAGRANGE, Louis (1989)**, *La Commercialisation des produits Agricoles et Agro-Alimentaires*. Technique et Documentation - Lavoisier, Paris.

**MULTON, J. L. (1994)**; La Recherche et le développemnt technologique: une activité essentielle pour l'obtention de la qualité alimentaire. In LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: politique, incitativos, gestions et contrôle (J.-L. MULTON, Ed.). Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris. pp.176-194.

**MULTON, J.; DAVENAS, J. (1994)**, *Qu'est-ce que la Qualité d'un Produit Alimentaire et quels en sont les Opérateurs?* In LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: politique, incitativos, gestions et contrôle (J.-L. MULTON, Ed.). Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris. pp.5-28.

**NICOLAS, François; VALCESHINI, Egizio (1993)**, Agro - Alimentaire et Qualité: Questions aux sciences sociales. *Économie Rurale* nº 217, Septembre - Octobre, 1993. p.p.5-11.

**ROSA, Tito (1994)**, Marketing e Qualidade. *Semente*, nº8/9, 1994 pp.7-10.

**SYLVANDER, Bertil (1991)**, Conventions de Qualité et Lien Social sur les Marches Agro-Alimentaires. *POUR*, Alimentation et lien social, nº129, Juin, pp.35-45.

**SYLVANDER, Bertil; MELET, Irène (1992)**, *Marchés des Produits de Qualité Spécifique Et Conventions de Qualité Dans Quatre Pays de la CEE: Enquête de consommation (Rapport France)*. INRA. Toulouse.

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

**SYLVANDER, B.; LASSAUT, B. (1994)**, *L'Enjeu Économique de la Qualité sur les Marchés des Produits Agro-Alimentaires*. In J.-L. MULTON (Ed.). LA QUALITÉ DES PRODUITS ALIMENTAIRES: politique, incitations, gestions et contrôle Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires. Paris. pp.29-59.

**VALCESCHINI, Egizio (1993)**, *La Qualité des Produits Agricoles et Alimentaires dans le Marché Unique Européen: L'épreuve de la Concurrence et de la confiance*. In Déméter 93 pp. 120-162.

**VALCESCHINI, Egizio (1993)**, Conventions économiques et mutation de l'économie contractuelle dans le secteur des légumes transformés. Économie Rurale n° 218, Novembre - Décembre, 1993. pp.19-26.

**VALCESCHINI, Egizio, NICOLAS, François (1995)**, La Dynamique Économique de la Qualité Agro-Alimentaire. In François Nicolas et Egizio Valceshini, Eds., AGRO-ALIMENTAIRE: une économie de la qualité. INRA-*Economica*, Paris. pp.15-37.