

## **Tipicidade, especificidade e qualidade dos produtos agro-alimentares tradicionais: O caso dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes<sup>1</sup>**

**Luis Tibério (Professor Auxiliar) e Artur Cristovão (Professor Catedrático)**

**UTAD, Departamento de Economia, Sociologia e Gestão**

### **RESUMO**

Consciente da importância dos produtos agro-alimentares típicos e tradicionais para o desenvolvimento das regiões rurais europeias mais desfavorecidas, a União Europeia publicou em 1992 legislação comunitária relativa à protecção do nome de produtos que, pela sua origem geográfica e/ou modos particulares de produção, possuem características particulares. Estes produtos são vulgarmente designados de Produtos de Qualidade Específica ou Superior (PQS). Na União Europeia, em particular nos países do Sul (França, Itália, Portugal, Grécia e Espanha), existem, actualmente cerca de 650 produtos com nome protegido, podendo usar comercialmente as qualificações Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Neste artigo avalia-se a especificidade dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes e analisa-se a construção da qualidade, através do estudo das percepções e atitudes dos diferentes actores que operam nas suas fileiras. A informação é analisada na perspectiva institucional, da produção, distribuição e do consumo e evidenciados os diferentes factores, dimensões e mecanismos de garantia da qualidade deste tipo de produtos bem como as múltiplas formas de coordenação que regulam as relações entre actores.

Os princípios teóricos da Economia das Convenções (pluralidade das convenções de qualidade e das formas de coordenação) e o Modelo CQFD servem de suporte teórico à análise empírica efectuada.

---

<sup>1</sup> Este artigo reflecte uma síntese de componente de investigação realizada no âmbito de Tese de Doutoramento, do primeiro autor

## INTRODUÇÃO

O modelo produtivista de desenvolvimento agrícola descurou aspectos importantes como a sustentabilidade e a biodiversidade, o ambiente e a qualidade dos produtos, as tecnologias biológicas e as vantagens específicas dos produtos agrícolas locais e tradicionais (Barros, 1998: 6).

Um conjunto amplo de fenómenos emergentes na sociedade, com destaque para a perda de competitividade das empresas, a construção do mercado único, a crise da PAC, a industrialização da cadeia agro-alimentar, a transformação dos comportamentos alimentares, a incerteza e as novas exigências em matéria de qualidade agro-alimentar, trazem para primeiro plano a qualidades dos produtos agrícolas e agro-alimentares em geral e, em particular, o que diversos autores designam de “qualidade específica ou superior”, associada aos produtos agrícolas e agro-alimentares locais. Estes produtos, hoje designados de qualidade superior (PQS) e ignorados até há bem pouco tempo, ocupam agora um lugar central, sendo objecto de atenção constante em diversos documentos comunitários<sup>2</sup> ao longo da última década, principalmente a partir do início das discussões que conduziram à Reforma da PAC de 1992. A promoção da qualidade alimentar a nível comunitário e a protecção dos produtos agrícolas e agro-alimentares identificáveis pela sua proveniência geográfica teve o seu marco histórico com a publicação de legislação comunitária<sup>3</sup> que permite o reconhecimento e a protecção do nome dos produtos.

### 1. OBJECTIVOS E METODOLOGIA

O processo de valorização dos produtos agro-alimentares tradicionais no âmbito dos regulamentos comunitários 2081/92 e 2082/92 implica importantes mudanças ao nível da organização das fileiras dos produtos em causa (tipo de instituições enquadradoras), das relações entre os actores envolvidos (formas de gestão adoptadas), da definição do produto e da própria concepção de qualidade por parte de todos os agentes, incluindo o consumidor. Será a qualidade dos produtos tradicionais beneficiários de protecção comunitária definida através da simples descrição das suas características e da elaboração de um caderno de especificações? Bastará a instituição

---

<sup>2</sup> “O Futuro do Mundo Rural (1988); “Produtos Agrícolas e Alimentares de Qualidade” (1991); Declaração de Cork, “Um Meio Rural Vivo” (1996); e, mais recentemente, a Agenda 2000.

<sup>3</sup> Regulamento (CEE) n° 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. Regulamento (CEE) n° 2082/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo aos certificados de especificidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios.

administrativa de protecções jurídicas para conferir qualidade a um produto com base na sua suposta especificidade? Que tipo de elementos conferem especificidade aos produtos com nome protegido?

Tendo presente que i) o funcionamento e o bom desenvolvimento e das DOP/IGP reclama a existência de instituições colectivas que estabeleçam regras de qualidade, assegurem o respeito por essas regras e coordenem as relações no interior da rede de actores e que ii) a qualidade é um conceito complexo e de múltiplas dimensões, com significado distinto e por vezes contraditório para os diferentes operadores das fileiras dos produtos, o paradigma proposto pela teoria economia tradicional, que privilegia a acção individual e os mecanismos do mercado concorrencial, a qualquer forma de intervenção colectiva ou à existência de regulamentos públicos que garantam a qualidade dos bens, é insuficiente para explicar o funcionamento do mercado e a definição da qualidade de produtos enquadrados pelos regulamentos comunitários relativos à protecção do nome dos produtos.

Como se define, então, a qualidade específica dos produtos tradicionais? Que formas de coordenação ou convenção (além da mercantil) são activadas para regular as trocas entre os operadores do mercado destes produtos? Que factores, dimensões e formas de garantir a qualidade estão em jogo? Que modelos de transacção estão presentes no momento da avaliar da qualidade deste tipo de produtos? Qual o papel das qualificações DOP/IGP na definição da qualidade dos produtos tradicionais? A solução para estas e outras questões pode encontrar-se nos elementos teóricos fornecidos pela Economia das Convenções.

Assim, o objectivo deste artigo consiste em testar a aplicação do Modelo CQFD na avaliação da especificidade dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes e a pluralidade das convenções proposta pela corrente convencionalista da teoria económica na definição e construção do perfil de qualidades associadas àqueles produtos. A investigação compreendeu, na perspectiva institucional, da produção, da distribuição e do consumo, i) a identificação dos elementos de especificidade e tipicidade dos produtos; e ii) o estudo de aspectos relacionados com os factores ou a origem da qualidade, as suas dimensões, os mecanismos de garantia da qualidade e as formas de coordenação ou convenções de qualidade que intervêm na coordenação do mercado.

Em termos metodológicos, a perspectiva institucional e da produção foi avaliada a partir de informação primária obtida pelo método de inquirição por questionário e da análise do discurso dos actores institucionais (responsáveis pelas entidades gestoras e certificadoras) e agentes envolvidos na produção/transformação dos produtos, reflectido em documentos diversos inerentes ao processo

de protecção (cadernos de especificações e planos de controlo e certificação) e de promoção e divulgação dos produtos (documentos de natureza diversa).

A abordagem à distribuição foi feita recorrendo à metodologia de inquirição através de um questionário estruturado<sup>4</sup>, administrado por entrevista pessoal junto de 400 agentes económicos distribuidores de produtos regionais a nível nacional (200 unidades retalhistas e 200 operadores de restauração). O trabalho de campo foi realizado por uma empresa especializada em trabalhos deste tipo. A informação foi analisada recorrendo a *software* específico de análise de dados (*Statistical Package for Social Sciences – SPSS*)<sup>5</sup>. Relativamente às dimensões, factores, e formas de garantia da qualidade, o questionário incidia sobre produtos alimentares específicos como a carne de bovino, queijo e azeite<sup>6</sup>. Complementarmente foi efectuado um estudo exploratório tendo como universo as unidades de distribuição de produtos alimentares na área urbana de Vila Real<sup>7</sup>.

A avaliação da perspectiva do consumidor foi feita recorrendo a resultados de dois estudos de natureza exploratória. O primeiro compreendeu a realização de 185 entrevistas por questionário a visitantes da Feira de Fumeiro de Vinhais, cujos resultados foram apresentados em evento científico<sup>8</sup>. O segundo estudo exploratório, complementar do referido a propósito da distribuição, compreendeu a realização de 300 entrevistas por questionário a consumidores da área urbana de Vila Real, efectuadas nas imediações de seis médias superfícies comerciais, localizadas no perímetro da cidade.

Os diferentes tipos de questionários utilizados na pesquisa integravam os quatro elementos que constituem o modelo CQFD (Sylvander e Melet, 1992: 27): 1) características (C) intrínsecas,

---

<sup>4</sup> Os questionários administrados eram constituídos por questões fechadas de tipos diversos (dicotómicas, escolha múltipla, escala de Likert, de concordância e de importância).

<sup>5</sup> A recolha e análise da informação foram efectuadas no âmbito do Projecto PAMAF – Estudos Estratégicos “Estratégias para a Valorização dos Recursos Endógenos Agro-Alimentares da Região de Trás-os-Montes e Alto Douro – O Caso do Sector dos Produtos Tradicionais Beneficiários de Uma Protecção Comunitária. A equipa técnica do Projecto integrou, além de nós próprios, o Prof. Artur Cristóvão (Responsável), Prof. Catedrático da UTAD/DESG e o Dr. Mário Sérgio Teixeira, Assistente da UTAD/DESG.

<sup>6</sup> Estes são sectores de grande importância sócio-económica na região, em que as fileiras dos produtos com nome protegido se encontram mais desenvolvidos.

<sup>7</sup> Com recurso também a questionário estruturado foram realizadas 96 entrevistas, distribuídas por três tipos de agentes de distribuição de produtos alimentares regionais: pequenas mercearias e lojas tradicionais, restauração e talhos e charcutarias. As questões colocadas aos responsáveis pelas pequenas mercearias e lojas tradicionais incidiram sobre o fumeiro, queijo e azeite. Na restauração, os questionários centraram-se no fumeiro, carnes frescas de bovino, ovino e caprino, azeite e queijos. Ao nível dos talhos e charcutarias, as questões de natureza mais específica foram dirigidas para as carnes frescas de bovino, ovino e caprino, fumeiro e queijos.

<sup>8</sup> “Produtos tradicionais e construção da qualidade: o caso dos nomes protegidos Salpicão de Vinhais (IGP) e Linguiça de Vinhais (IGP)”. IV Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais, Santiago de Compostela, Junho de 2001.

físicas e tecnológicas dos produtos; 2) percepção da qualidade (Q) no contexto das diferentes dimensões que a integram: organolética, higiénica e sanitária, nutricional, comercial e simbólica; 3) factores (F) ou origem da qualidade: origem do produto, aspectos tecnológicos ligados ao processo de laboração, tradição, história, cultura, património; e 4) formas e mecanismos de garantia de qualidade: preço, aparência do produto, confiança, marca, “certificação”, entre outras.

## **2. DEFINIÇÃO DA QUALIDADE: ENQUADRAMENTO TEÓRICO E CONCEPTUAL<sup>9</sup>**

### **2.1. Os limites da teoria económica**

Para a teoria neoclássica a coordenação da actividade económica faz-se através do funcionamento do mercado, sendo o preço o elemento principal de regulação. A qualidade dos bens é um elemento intrínseco ao produto, estando perfeitamente definida e os agentes económicos podem classificá-la em função das suas preferências, optimizando a sua utilidade (Sylvander, 1994: 32). A concorrência entre os operadores de mercado será, assim, a forma de coordenação que assegura a melhor qualidade dos bens, sendo aqueles os únicos juízes da qualidade (Eymard-Duvernoy, 1993: 13).

A evolução contemporânea do sector agro-alimentar tem originado, de acordo com Sylvander e Lassaut (1994: 31), uma incerteza radical sobre as qualidades dos produtos para todos os operadores das fileiras, sobretudo para o consumidor final. O incremento contínuo da industrialização do sector e da diversidade e diferenciação dos produtos, o consequente acréscimo da incerteza sobre as suas qualidades e os problemas de assimetria da informação<sup>10</sup>, entre outros, têm colocado dificuldades aos economistas clássicos defensores do modelo de mercado na análise do problema da definição da qualidade. A crescente incerteza sobre as condições de produção e de elaboração dos produtos agro-alimentares obrigam os actores económicos a desenvolver estratégias que visem reduzir essa incerteza nas suas relações. A elaboração de normas e de regras de funcionamento das fileiras dos produtos agro-alimentares, do tipo das relativas à solicitação da protecção do nome dos produtos agro-alimentares tradicionais no âmbito dos regulamentos europeus anteriormente referidos, é um exemplo que se enquadra nesse tipo de estratégias.

Nos últimos anos têm, assim, surgido uma série de críticas à teoria neoclássica (Hodgson, 1994: xvi-xvii). Alguns princípios básicos que a suportam<sup>11</sup> têm sido postos em causa. A generalidade

---

<sup>9</sup> Para mais desenvolvimentos sobre o quadro conceptual, consultar Tibério (2004).

<sup>10</sup> Os operadores do mercado dispõem de diferente capacidade de acesso à informação sobre as condições de mercado e de avaliação da qualidade.

<sup>11</sup> Homogeneidade dos produtos, atomicidade da oferta, simetria da informação e transparência dos mercados.

dos mercados, em particular os mercados de produtos agro-alimentares tradicionais, não verifica as condições básicas de concorrência. A não homogeneidade é introduzida pelo subterfúgio da diferenciação, inovação e da qualidade dos produtos e a não atomicidade da oferta pela existência de monopólios e oligopólios (Chevassus-Lozza e Galezot, 1995: 254), resultado da organização das empresas, a que se juntam a falta de transparência e a assimetria da informação sobre as qualidades (Valceshini, 1995: 53).

Autores como Sylvander (1991a: 38, 1992a: 16 e 1992b: 17), Eymard-Duvernay (1993: 14), Gomez (1994: 60), Orléan (1994), Valceshini (1995: 53), entre outros, evidenciam a fragilidade, ambiguidade e paradoxos<sup>12</sup> da economia néo-clássica e do mercado concorrencial quando está em causa a avaliação e definição da qualidade de determinado tipo de produtos.

É hoje reconhecida a importância das instituições na redução da incerteza sobre as qualidades dos bens, através de normas, garantias, marcas, símbolos etc. emergindo a opinião de que a coordenação económica nunca pode ser uma mera questão de sinalização pelos preços nos mercados (Hodgson, 1994). Em relação às fragilidades de que enferma a teoria económica dominante, Eymard-Duvernay (1993), Sylvander (1995a: 77), Caldentey e Gomez (1997a: 2) contrapõem a economia das convenções e assinalam que a difusão de um produto no mercado passa por uma série de negociações entre os actores, as quais não se reportam unicamente ao preço de troca e a qualidade de um produto não se define exclusivamente pelas suas características físicas, sendo antes o resultado de convenções em que participam produtores e consumidores. Estamos perante um afastamento da filosofia de mercado puro, em que se enfatizam funções relacionadas com a informação e a pluralidade de formas de convenção na vida económica. Estes princípios aplicam-se ao estudo de fileiras fortemente regulamentadas, como é o caso dos produtos DOP/IGP, cujos mercados não possuem as características de um mercado de concorrência perfeita, pois as associações profissionais fixam as normas de qualidade e definem as condições de acesso à profissão e aos mercados.

---

<sup>12</sup> Os mecanismos da concorrência assentam na independência e no não comprometimento entre os agentes económicos ao longo das fileiras. A ausência de compromissos pode, em determinadas situações, revelar-se pouco eficaz ao funcionamento das organizações. A livre concorrência pode ser fonte de baixa qualidade, a qual, por sua vez, pode “vencer” a boa qualidade. Uma baixa de preço de venda, em vez de relançar a procura, poderá, pelo contrário desencorajá-la, se for interpretada pelos consumidores como sinónimo de baixa qualidade, de tal modo que um sobre-preço (indicador de superior qualidade) pode ser necessário para assegurar a difusão de um bem no mercado. Estas constatações colocam em causa o paradigma de mercado, na medida em que revelam que o mercado concorrencial pode ser um dispositivo de coordenação pouco eficiente quando está em causa a avaliação da qualidade. As negociações numa rede de actores não respeitam unicamente ao preço, pois a qualidade é também objecto de negociação.

## 2.2. Os contributos da Economia das convenções

A economia das convenções, escola ou ainda teoria das convenções é um programa de investigação que emerge na segunda metade dos anos 80 em França e, em menor grau, nos Estados Unidos, posicionando-se na fronteira entre a micro-economia e a sociologia (Gomez, 1994: 77). A abordagem americana relaciona-se mais com a micro-economia, particularmente com a Teoria de Jogos. A abordagem francesa situa-se mais na confluência da economia com a sociologia, tendo como principal objecto de estudo a utilização das convenções, no momento da tomada de decisão. A principal diferença entre a economia clássica e a economia das convenções é que esta, contrariamente àquela, postula que o mercado não é o único espaço de coordenação possível, recorrendo a outros mecanismos de coordenação para explicar a difusão de um bem no mercado.

São vários os autores que fazem referência ao conceito de convenção. Por nos parecer a mais completa reproduzimos a definição apresentada por Orléan (1994: 23) e Gomez (1994: 95), que definem convenção como uma regularidade (**R**) no comportamento dos membros de uma população (**P**), quando colocados perante uma situação recorrente (**S**), que resulta da verificação simultânea das condições de Lewis<sup>13</sup>.

Aos problemas de coordenação que afectam o funcionamento dos mercados, a teoria das convenções contribui com os seus elementos de solução, ao descrever os diferentes “tipos” ou “formas de coordenação” que definem os bens e regulam as relações entre actores (Bouquery, 1994: 111). Os teóricos da economia das convenções sublinham que a troca mercantil não pode funcionar, nem mesmo existir, sem a existência de regras que a organizem. Estas regras podem ter origens ou assumir naturezas muito diferentes, como a regulamentação pública, o contrato bilateral, os acordos inter-profissionais, os códigos de uso, sendo suportadas também por instrumentos reguladores variados, como o caderno de encargos técnicos, a marca, a norma ou outras forma de reconhecimento do produto, tal como a reputação do produtor, a origem geográfica do produto, a variedade de uma semente, a raça de um animal, um tipo de equipamento, ou um modo particular de produção.

A abordagem convencionalista coloca em causa a coordenação da economia pelo mercado (Sylvander, 1991a: 38) e integra no programa de investigação da teoria económica a problemática em torno da incerteza sobre a qualidade e a análise dos dispositivos institucionais pelos quais os actores se coordenam, admitindo que a qualidade é definida de forma endógena, resultado de um

---

<sup>13</sup> 1) Cada indivíduo age de acordo com R; 2) Cada indivíduo acredita que os outros agem de acordo com R; 3) O acreditar que todos os outros agem de acordo com R, dá a cada um uma boa e decisiva razão para ele mesmo agir de acordo com R; 4) Cada um prefere uma conformidade geral com R a uma conformidade ligeiramente menor que geral; 5) R não é a única regularidade possível. Existe pelo menos uma outra forma de agir alternativa a R; 6) As cinco condições precedentes (1 a 5), são conhecidas de todos.

processo de construção social (Sylvander 1995b: 469). A teoria das convenções baseia a sua filosofia no pressuposto básico de que para se coordenarem eficazmente, os actores têm necessidade de estabelecer regras comuns, definidas com base num processo cognitivo colectivo. Desta forma, a coordenação das actividades económicas não se faz exclusivamente segundo os preços, mas em função de diversos critérios que contribuem para definir o produto (Sylvander e Lassaut, 1994: 38), admitindo a existência de diversas convenções de qualidade que intervêm na coordenação como exógenas às leis do mercado (Sylvander, 1991a: 38; Sylvander, 1992b: 7; Sylvander 1994: 34; e Sylvander 1995a: 77). No âmbito da teoria económica convencionalista, têm-se vindo a desenvolver investigações que propõem a endogeneização da qualidade, estudando processos económicos de elaboração de acordos ou convenções de qualidade. Boltanski e Thévenot, citados por Sylvander, (1995b: 469) e Fragata (1999: 9), consideram que, para se coordenar, os actores são chamados a justificar as suas acções em referência a diversas “ordens de grandeza”, tantas quantas as diferentes formas de coordenação, as quais têm uma relação directa com a qualificação dos bens (Sylvander, 1992b: 8-9 e Sylvander, 1994: 33).

Boltanski e Thévenot (1987) e outros autores pertencentes à corrente da economia das convenções, com destaque para Eymard-Duvernay, propõem seis formas de convenção ou de coordenação exógenas às leis do mercado, em que cada uma delas evidencia diferentes formas de apreciar e definir a qualidade de um produto numa rede de actores: 1) convenção doméstica; 2) convenção mercantil; 3) convenção industrial; 4) convenção cívica; 5) convenção de opinião ou de reputação; e 6) convenção de inspiração (Quadro 1).

**Quadro 1 – Formas de coordenação ou convenção**

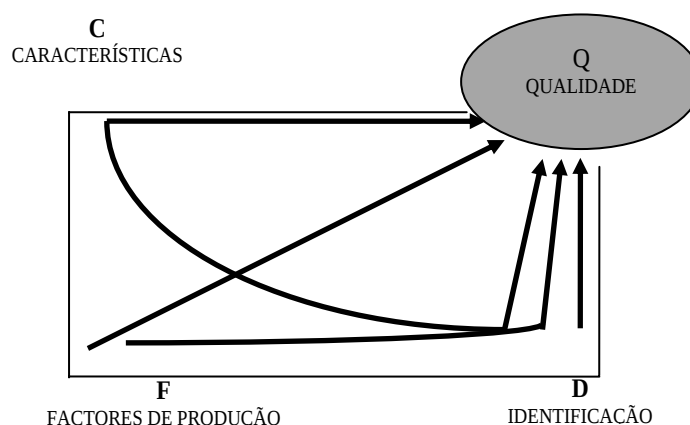
| Forma de Coordenação ou Convenção         | Referencia                                                                           | Descrição                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Doméstica<br>“ordem da confiança”         | Resultado de ligações duráveis entre actores económicos                              | A construção da qualidade assenta no estabelecimento de ligações duráveis entre actores económicos. Trata-se de relações baseadas na tradição e na confiança em torno de pessoas ou marcas, que se estabelecem como referência a transacções feitas no passado.                                                                                                                                                                                                                       |
| Mercantil<br>“ordem da concorrência”      | Resultado do funcionamento normal do mercado                                         | Estamos em presença do modelo de troca mercantil puro. Os actores avaliam directamente a qualidade dos bens durante as transacções. A qualidade é definida através do funcionamento do mercado e o preço é o indicador privilegiado.                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Industrial<br>“ordem da eficiência”       | Referência a normas clássica/padrão                                                  | Os bens são definidos por regras e normas objectivas que contribuem para regular as trocas e as relações entre agentes económicos. Estes julgam a qualidade relativamente a essas normas técnicas definidas e implementadas. Existem normas exteriores e procedimentos de controlo e certificação por terceiros, pelas quais os actores verificam a capacidade de uns e outros se coordenarem, o que contribui para regular as relações entre si, tendo como referência essas normas. |
| Cívica<br>“ordem do colectivo”            | Adesão de um conjunto de actores a um corpo de princípios sociais e valores públicos | A defesa de uma região, do ambiente, de um sector, é valores da sociedade que, na actualidade, mobilizam os actores no sentido de um objectivo comum e que contribuem para definir a qualidade dos produtos que transaccionam e para estruturar as suas relações económicas. Esta forma de coordenação assenta na solidariedade colectiva e as relações são feitas de debate.                                                                                                         |
| Opinião ou Reputação<br>“ordem do renome” | Baseada na notoriedade, na confiança ou na marca                                     | Na definição da qualidade os agentes económicos têm em consideração sobretudo a notoriedade e reputação do produto, da marca ou da empresa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Inspiração<br>“ordem da inovação”         | Baseada na adesão à emergência de ideias originais, inovadoras e vanguardistas       | Os agentes económicos julgam os bens pelo seu grau de inovação e carácter vanguardista.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

Fonte: Tibério (2004: 36), adaptado de Sylvander (1991a: 38; 1992a: 13; 1992b: 8; 1994: 33; 1995b: 469):

### 2.3. O modelo CQFD e as convenções de qualidade

Os trabalhos realizados por autores como Heintz (1994), Sylvander (1991, 1992, 1993, 1994, 1995), Valceshini (1993), Casabianca, Casalta, Prost, Vallerand e Sainte-Marie (1994) Sylvander e Melet (1994), Fragata (1996, 1999) têm permitido confrontar e afinar o papel das convenções de qualidade, acima apresentadas, nas transacções entre actores económicos, bem como o seu contributo na redução da incerteza sobre as qualidades dos produtos.

O modelo CQFD<sup>14</sup> permite descrever e analisar as convenções postas em prática pelos actores económicos, ao longo das transacções, de forma a diminuir a incerteza sobre as qualidades dos produtos (Sylvander, 1992: 15, Sylvander, 1994: 35 e Sylvander e Lassaut, 1994: 40). Bouquery (1994: 111), refere que o esquema CQFD mostra as ligações directas e indirectas entre a Qualidade (Q) percebida pelo consumidor, as Características (C) mais ou menos observáveis dos produtos, os Factores (F) de produção e a Identificação (D) do produto (Figura 1).



Fonte: Tibério (2004: 41), Adaptado de Sylvander (1992: 15; 1994: 36) e Sylvander e Lassaut (1994: 41)

**Figura 1 – A construção da qualidade: o modelo CQFD<sup>15</sup>**

As relações entre actores durante a troca visam que os produtos e as suas qualidades fornecidas correspondam às procuradas, mas existe sempre um hiato entre as qualidades percebidas pelos actores (Q) e as características técnicas do produto (C), o que dificulta a compreensão e a avaliação de todas as dimensões. Certos actores estão mais equipados que outros para medir as características dos produtos. As pequenas empresas e principalmente os consumidores não dispõem de mais que os seus sentidos (visão, olfacto e tacto) no momento de compra, o que sendo suficiente para avaliar

<sup>14</sup> Proposto por Bertil Sylvander e enunciado pela primeira vez durante o colóquio da Sociedade Francesa de Economia Agro-alimentar em Dezembro de 1991.

<sup>15</sup> A descrição dos diferentes modelos de transacção e sua relação com as formas de convenção podem ser consultados em Tibério (2004: 46 a 51).

alguns elementos da qualidade organolética, é insuficiente para aquilatar acerca de outras dimensões da qualidade. Por outro lado, as características dos produtos nem sempre são percebidas de forma correcta, verificando-se, com frequência, que características positivas são percebidas de forma incorrecta, enquanto que características ditas negativas são percebidas de forma correcta, com as consequentes implicações relativamente ao desenvolvimento do produto. O modelo CQFD ultrapassa estas questões pela objectivação entre a qualidade percebida (Q) e os factores de produção (F) ou os elementos de identificação do produto (D).

### **3. RESULTADOS E CONCLUSÕES**

Os produtos agro-alimentares tradicionais de Trás-os-Montes com nome protegido tendem a desenvolver uma relação particular com o mercado, resultado da i) natureza e características dos produtos, ii) dos volumes de produção e dimensão do mercado; e iii) da organização institucional enquadradora, resultado do próprio processo de protecção jurídica. Se este último aspecto é fundamental na gestão das inter-relações entre actores, a acção concertada dos três elementos referidos contribui para a definição e percepção da especificidade dos produtos e das formas de convenção e de coordenação postas em prática no decorrer das transacções.

#### **3.1. Tipicidade e especificidade: território, sistema/tecnologia de produção e características dos produtos**

Para que os produtos tradicionais possam beneficiar de protecção comunitária é necessário que consigam provar a sua especificidade<sup>16</sup> ou tipicidade<sup>17</sup>, avaliadas pela existência de características mensuráveis, diferentes das dos produtos correntes. Como mostra a figura 2, a análise efectuada aos cadernos de especificações e outros documentos de apoio à candidatura e promoção dos produtos e ao discurso dos produtores e responsáveis institucionais pela gestão das DOP/IGP permite-nos agrupar os elementos de tipicidade e especificidade dos produtos com nome protegido em quatro grandes categorias<sup>18</sup>: características do produto ou da matéria-prima, tecnologia de

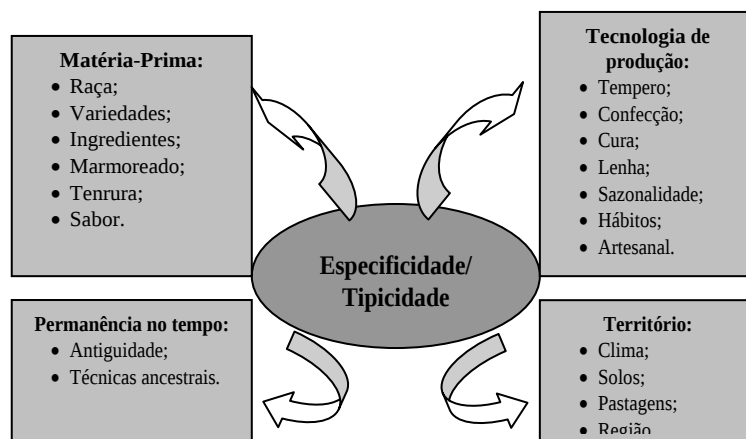
---

<sup>16</sup> Um produto específico deve (Tibério, 2004: 114): i) ter características diferentes do produto substituto ou corrente; ii) ser percebido como diferente pelo consumidor; iii) a tecnologia de produção e a designação usada devem ser diferentes do nome do produto corrente.

<sup>17</sup> Um produto típico é um produto tradicional de qualidade diferenciada (Caldentey e Gomez, 1996b: 4).

<sup>18</sup> Os resultados por nós obtidos estão de acordo com resultados obtidos por autores como Asselin et al. (1999: 68-74, 83), Berard et al. (1999: 10), Erguy et al. (1999: 249), Froc et al. (1999: 21), Sheffer (1999: 1) e Sheffer e Roncin (1999: 37), para os quais a especificidade e tipicidade dos produtos se fundamentam em três grandes grupos de factores: território, usos locais e condições de produção. A antiguidade ou permanência no tempo, a ligação espacial a um território e a ligação cultural a costumes ou modos de fazer são também os factores de especificidade ou de tipicidade referidos por Caldentey e Gomez (1996a: 61, 1996b: 4 e 1997b: 69).

produção, território e permanência no tempo. O conjunto de elementos apresentados são utilizados para evidenciar a especificidade e tradicionalidade dos produtos e, assim, poder solicitar o respectivo registo da protecção jurídica comunitária. Estes elementos são também usados para reclamar a natureza específica, típica e diferenciada dos produtos DOP/IGP no mercado e promover a sua valorização junto do consumidor.



Fonte: Tibério (2004: 419).

**Figura 2 – Factores de especificidade dos produtos com nome protegido**

Os elementos constantes da Figura 2 vão ao encontro dos fundamentos teóricos em que assenta a protecção do nome dos produtos e enquadram-se no conceito de produto específico previsto pelos respectivos regulamentos<sup>19</sup>. Estão também em concordância com a percepção de distribuidores e consumidores. A grande maioria dos agentes de distribuição entrevistados considera os produtos alimentares produzidos em regiões específicas do país, genericamente apelidados de produtos regionais, como produtos *típicos* e *tradicionais*. A sua tradicionalidade e tipicidade resultam do facto de serem percebidos como produtos *diferentes*, que reflectem a *riqueza cultural das regiões onde são produzidos*. A sua produção e consumo devem *respeitar as tradições locais*, devendo continuar a ser *produtos essencialmente artesanais*, pelos quais deve ser feito um *esforço no sentido da sua preservação*. Do lado do consumo, as atitudes avaliadoras evidenciam que são percebidos como *produtos diferenciados, saborosos, que devem continuar a ser*

<sup>19</sup> No âmbito dos regulamentos comunitários de protecção, produto específico é um produto cujas características particulares se devem à sua origem geográfica, à natureza das matérias-primas utilizadas na sua produção e à permanência no tempo de determinado processo/tecnologia particular de laboração.

*essencialmente caseiros, respeitando usos e costumes ancestrais associados à sua produção e consumo, cujas características dependem da região onde são produzidos, reflectindo a riqueza cultural dessas regiões, pelo que é justificável que se faça um esforço no sentido da sua preservação.*

As características específicas dos produtos tradicionais em geral, e dos DOP/IGP em particular, podem ainda dividir-se em dois grupos: i) aquelas que o consumidor identifica e avalia na presença do produto (textura, frescura, gordura, tenrura, calibre, cor, sabor...); e ii) as que são afirmadas pelos produtores ou vendedores (e apreciadas pelos consumidores) mas não podem ser verificadas no acto da compra (raça, sistema e tecnologia de produção, origem, tradição, natural, biológico...). Esta constatação obriga a recorrer a outros elementos do modelo CQFD para avaliar a especificidade e qualidade dos produtos DOP/IGP e a activação de diferentes modelos de transação, como se pode observar pela leitura da Caixa I e Quadro A, em Anexo.

A insuficiência de critérios de avaliação das características do produto no momento de compra, por parte do comprador/consumidor, convida-os a estabelecer uma ligação entre a qualidade (Q) do produto e a representação que fazem dos seus factores (F) de produção. Usando meios de divulgação diversos, produtores e vendedores fazem acompanhar comercialmente os seus produtos de referências aos factores, ao sistema ou ao modo particular de produção do seu produto: “alimentado com leite materno proveniente das giestas, urzes, estevas, carquejas e frutos das árvores da floresta”; “criados em pastoreio livre nas pastagens naturais dos baldios”; “crescimento natural dos animais”; “azeite obtido em lagar tradicional”; “mel puro da montanha”; “produto tradicional”; enchidos e fumados artesanais”; “animais em recria doméstica e alimentação natural”; “leite cru de ovelha”.

Se o comprador for um conhecedor (relação próxima com a produção ou região de produção) ou estiver em contacto directo com o seu vendedor (relação directa com o criador ou com o agricultor, por ex.), pode ter meios imediatos de avaliação dos factores técnicos de produção, caso contrário, o recurso a uma identificação (D) presente no produto como uma marca de qualidade (DOP/IGP, por exemplo), uma marca de certificação ou uma etiqueta, jogará um papel importante como forma de garantia de qualidade.

### **3.2. Protecção, inovação e tipicidade**

A actividade agrícola e agro-alimentar tradicional ou artesanal tende a incorporar, com maior ou menor intensidade, novas tecnologias e processos de modernização. Os produtos agro-alimentares tradicionais baseiam a sua especificidade e tipicidade em determinadas características particulares de cariz técnico ou simbólico. Em casos concretos, o desenvolvimento da fileira dos produtos com

nome protegido é acompanhado de processos de inovação<sup>20</sup> que podem originar perda de tradicionalidade e tipicidade dos produtos.

A inovação é o resultado de compromissos entre efeitos mais ou menos desejados, com efeitos positivos e negativos no perfil de qualidades dos produtos. Quando se modifica e melhora uma característica podem alterar-se outras, com implicações nas qualidades. Na procura de melhoria de determinadas dimensões da qualidade organolética, sanitária e comercial dos produtos tradicionais de Trás-os-Montes pode retroceder-se na dimensão simbólica, com implicações negativas na percepção dos consumidores que avaliam os produtos tradicionais em geral e os DOP/IGP em particular, como produtos *diferenciados, saborosos, que devem continuar a ser essencialmente caseiros, respeitando usos e costumes ancestrais associados à sua produção e consumo e caracterizados por baixos níveis de industrialização*. A sobrevalorização das dimensões sanitária e comercial da qualidade, inerente ao desenvolvimento das fileiras dos produtos DOP/IGP, pode influenciar as características dos produtos, evoluindo no sentido da padronização, normalização e homogeneização, com eventuais repercussões nas dimensões organolética e simbólica.

A inovação tecnológica dos sistemas de produção e dos processos de transformação de algumas DOP (fumeiro, azeite e queijos), pode influenciar a definição do seu perfil de qualidades. A introdução de novas variedades vegetais<sup>21</sup> (olival, amendoal e souto), a evolução das práticas de produção e do maneio alimentar animal<sup>22</sup> (bovinos, ovinos e caprinos), a modernização tecnológica dos processos de transformação (azeite<sup>23</sup>, fumeiro e queijos) e maturação dos produtos (fumeiro e queijos) ou as regras estabelecidas ao nível da embalagem e da apresentação (fumeiro e queijos) podem modificar o carácter e as características particulares e o carácter tradicional destes produtos.

As tentativas de diversificação das formas de apresentação de certos produtos tradicionais – parafinagem do queijo, ou venda de fumeiro em porções e embalado de forma industrial– associadas ao alargamento dos períodos de produção e comercialização (fumeiro) são outros

---

<sup>20</sup> Caldentey e Gomez (1997a: 7), fazem referência a três tipos de inovações: inovações de produto, inovações de processo e inovações organizacionais.

<sup>21</sup> Os produtores de azeite revelam preocupação sobre o potencial impacto da introdução de novas variedades associadas às novas plantações nas características do azeite.

<sup>22</sup> As mudanças nas práticas agrícolas introduzem alterações no maneio alimentar de bovinos, ovinos e caprinos e o pastoreio de percurso é uma prática em decréscimo.

<sup>23</sup> O processo de modernização da extracção de azeite traduz-se no encerramento dos lagares tradicionais, substituindo os processos tradicionais de trituração da azeitona em galgas de pedra por moinhos de martelos em circuito fechado, as formas tradicionais de extracção em prensas de capachos por novas tecnologias de três fases (azeite, bagaço e águas ruças) ou duas fases, também designadas de ecológicas (azeite e mistura pastosa de bagaço e águas ruças), também em circuito fechado.

exemplos de falta de coerência com a imagem de tipicidade que se pretende preservar e transmitir e podem banalizar produtos típicos, sujeitos a uma sazonalidade de produção e consumo que é, por si só, elemento de diferenciação e de especificidade.

### **3.3. Factores e dimensões da qualidade**

Produtores e instituições ligadas à gestão das protecções diligenciam no sentido de melhorar as diferentes dimensões da qualidade dos seus produtos<sup>24</sup> (organolética, simbólica, nutricional, tecnológica, comercial e sanitária) e, usando mecanismos diversos, recorrem, como se disse, a elementos como o território, matéria-prima, sistema de produção, formas particulares de laboração, tradição e saber-fazer, de forma a evidenciar essas dimensões.

Todavia, a realidade comercial objectiva dos produtos é determinada pelo conjunto das características que são correctamente percebidas pelos utilizadores potenciais (agentes e empresas de distribuição e consumidores finais) e, na generalidade dos casos, a qualidade oferecida não corresponde à qualidade percebida, face à subjectividade e dificuldade em apreciar, no momento da compra, grande número de elementos da qualidade. Variando com o tipo de produto, os agentes da distribuição valorizam essencialmente factores da dimensão comercial (preços baixos e regularidade de fornecimento) e higiénica (aspecto geral do produto). Os consumidores valorizam positivamente aspectos da dimensão organolética (sabor) e simbólica (valores cívicos, patrimoniais, históricos e culturais).

### **3.4. O perfil de qualidade dos produtos tradicionais**

O “perfil de qualidade” dos produtos tradicionais em Trás-os-Montes tem vindo a melhorar, particularmente ao nível das dimensões comercial e simbólica, em parte devido aos processos de protecção. Ao nível da dimensão comercial e para procurar satisfazer exigências de serviço, destaca-se a concentração da oferta, o aumento da capacidade de armazenagem e embalagem dos produtos na origem, o uso de marcas comerciais, a rotulagem (bastante elaborada em produtos como o azeite e o mel) e a informação ao consumidor.

Os elementos simbólicos desempenham um papel importante na definição do perfil de qualidades dos produtos tradicionais. A importância atribuída a estes elementos pelos produtores encontra receptividade do lado de distribuidores e consumidores, para quem estes produtos são *diferentes de*

---

<sup>24</sup> Avanços em determinadas dimensões da qualidade podem, nalguns casos, significar recuos noutras. A industrialização dos processos de produção e transformação, com potenciais ganhos ao nível da dimensão higiénica e sanitária está, normalmente, associada a alterações negativas das características organoléticas dos produtos.

*produtos alimentares “correntes”, normalmente mais saborosos, com características dependentes da região onde são produzidos, respeitadores de usos e costumes ancestrais e reflectindo a riqueza cultural do território.*

Os avanços ao nível da dimensão simbólica traduzem-se pelo uso comercial dos nomes protegidos e das qualificações DOP/IGP, enquanto elementos de comunicação e de informação, e do recurso crescente a conceitos relacionados com a origem, tradição, património, cultura, prazer e saber-fazer, com o objectivo de ir ao encontro do imaginário dos consumidores.

Apesar das mudanças operadas e dos avanços conseguidos, subsistem ainda alguns problemas a nível das dimensões higiénica e sanitária, derivados das condições de produção e conservação da matéria-prima, em sectores como o azeite, carnes de ovino e caprino, queijos de ovelha e de cabra. Estes últimos continuam a ser afectados por problemas relacionados com a sanidade dos rebanhos e das condições de higiene da ordenha, transporte e conservação do leite.

### **3.5. Produtos DOP/IGP e relação com o meio**

Demonstrar a influência da região de origem nas características particulares dos produtos tradicionais e típicos é uma das condições essenciais para beneficiar de uma protecção comunitária. Deste modo, o discurso dos responsáveis pelas Entidades Gestoras, os documentos de candidatura e outros registos orientam-se no sentido de provar a ligação entre a origem dos produtos tradicionais de Trás-os-Montes e sua qualidade específica, apresentando-se o território como um espaço geográfico incorporada de aspectos físicos (solo, clima, sistemas de produção, ambiente, natureza, paisagem, ruralidade...), históricos (permanência no tempo, antiguidade...) e culturais (usos, costumes, tradições, saber-fazer). Não sendo a origem geográfica um factor objectivo de qualidade<sup>25</sup>, o discurso aponta no sentido da sua influência, ainda que indirecta, na definição do perfil de qualidades dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes. Esta influência deve-se ao facto de não poder ser dissociado do território, o conjunto de elementos acima referido que exercem influência directa sobre as diferentes dimensões da qualidade dos produtos.

---

<sup>25</sup> As opiniões sobre as eventuais influências da origem na qualidade dos produtos são divergentes. Sylvander e Melet (1992) e Bernat (1996) assinalam a proveniência regional não é por si só garantia de qualidade, mas apenas um sinal de referência fácil e uma forma de fornecer ao consumidor um produto menos anónimo. No entanto, um produto DOP/IGP é, por natureza, um produto com forte identidade, obtida também a partir do seu território entendido na sua tripla dimensão geográfica, histórica e cultural.

O território é, então, perspectivado como um espaço multidimensional, que exerce influências de vária índole sobre as diferentes dimensões da qualidade agro-alimentar mas principalmente sobre o imaginário do consumidor<sup>26</sup>, que considera *a origem, a raça e as variedades locais e o respeito pelas técnicas tradicionais de produção e laboração* como importantes factores de qualidade dos produtos tradicionais.

### 3.6. Qualificações DOP/IGP e garantia de qualidade

Os produtos agrícolas e agro-alimentares tradicionais sempre existiram enquanto tal e os dispositivos institucionais e a definição administrativa das DOP/IGP não bastam para que, de um momento para o outro, passem a ter qualidade, cuja construção e definição é resultado de acordos e negociação em rede de actores, implicando a existência de mecanismos de garantia. A qualidade não se decreta, constrói-se, dá-se a conhecer, atesta-se e garante-se.

O valor das qualificações DOP/IGP enquanto factor de diferenciação e instrumento de informação e garantia da qualidade dos produtos agro-alimentares tradicionais de Trás-os-Montes é limitado. Os responsáveis pela gestão dos nomes protegidos são, naturalmente, os actores que conferem às qualificações DOP/IGP maior importância nesta matéria. Pelo contrário, produtores e transformadores tendem a dar preferência às relações de confiança com os clientes<sup>27</sup> ou às marcas próprias<sup>28</sup>, como forma de informar e garantir a qualidade dos seus produtos.

Para os operadores da distribuição, as qualificações são um símbolo de garantia da origem e de autenticidade do produto, da tradicionalidade e de segurança para o consumidor; porém, na relação com os seus fornecedores, recorrem a elementos da dimensão comercial da qualidade, como o aspecto e aparência do produto, ao preço ou à simples referência à região de origem como principais elementos de avaliação da qualidade dos produtos adquiridos.

Por sua vez, os consumidores valorizam, sobretudo, a confiança no produtor ou vendedor, mais que as qualificações que, apesar de tudo, *informam sobre as características dos produtos e do seu modo de produção, garantindo que o sistema de produção é controlado e certificado por organismo independente*.

Com a evolução das exigências dos consumidores em direcção à defesa de valores colectivos da sociedade, como a defesa do ambiente e do património, a preservação da natureza e da cultura, da

---

<sup>26</sup> Além de carne e vegetais, o homem alimenta-se de sonhos, nostalgia e imaginário.

<sup>27</sup> Casos dos Queijos Terrincho e de Cabra Transmontano.

<sup>28</sup> Caso do Azeite de Trás-os-Montes e dos Queijos Terrincho e de Cabra Transmontano.

tradicionalidade e da tipicidade dos produtos, as componentes psicossociais da qualidade, particularmente as ligadas a valores cívicos, têm vindo a ganhar importância. Os produtos tradicionais com nome protegido estão particularmente bem posicionados para responder às novas exigências do consumidor, pois são percebidos pelos consumidores como *produtos de elevada qualidade, seguros, que inspiram confiança e caracterizados por baixos níveis de industrialização*.

### **3.7. Formas de coordenação, construção da qualidade e regulação do mercado**

A gestão das protecções e a consequente definição da qualidade apela à coordenação e cooperação entre os agentes económicos envolvidos. Na maior parte das DOP/IGP estudadas a coordenação é deficiente ou simplesmente não existe. Nas DOP/IGP da carne de bovino e do mel, os Agrupamentos de Produtores detêm a exclusividade da comercialização, sob o argumento de tal constituir uma forma de garantir a qualidade. Ao partir deste princípio, as Entidades Gestoras colocam em causa aspectos fundamentais em processos deste tipo. Por um lado, ignoram que a construção da qualidade destes produtos é um processo colectivo, que deve envolver e interessar todos os agentes da fileira, colocados ao mesmo nível, não fazendo sentido questionar a lealdade e honestidade dos operadores a jusante da produção<sup>29</sup>. A ausência de coordenação e de partilha de responsabilidades entre os actores das fileiras é responsável pelo não funcionamento (Borrego Terrincho, Mel da Terra Quente, Amêndoa Douro, Azeitona de Conserva Negrinha de Freixo, Castanha da Terra Fria e dos Soutos da Lapa) ou pelo fraco desenvolvimento (Queijos Terrincho e de Cabra Transmontano, Mel do Barroso, Cabrito Transmontano e Cordeiro Bragançano) de muitas DOP/IGP na região.

A qualidade dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes não existe em natureza, sendo produto das múltiplas formas de relacionamento (convenção doméstica, mercantil, industrial, notoriedade) e modelos de transacção (C-Q; C-Q-D; C-Q-F-D; D-Q, F-D-Q,...) entre actores económicos (institucionais, produtores, distribuidores e consumidores). Do ponto de vista do distribuidor, as características observáveis no produto, como o aspecto e a aparência, seguidas do preço, são os elementos fundamentais de coordenação, elementos característicos da convenção mercantil, em que a qualidade dos produtos é definida através do funcionamento do mercado e o preço o principal agente regulador. As transacções baseiam-se no modelo C-Q, em que o aspecto do produto e a competência do comprador assumem especial importância para ajuizar da qualidade. A etiquetagem informativa (modelo C-Q-D) pode facilitar a avaliação da qualidade. Esta convenção

---

<sup>29</sup> A abordagem convencionalista defende a comunicação, os compromissos e cooperação entre os agentes como formas mais eficazes de gestão relativamente à acção individual, à interrupção das relações económicas ou à deserção.

domina no funcionamento das fileiras da castanha, amêndoa e azeitona de conserva, produtos em que as DOP revelam dificuldades de implantação.

Em certas produções tradicionais de Trás-os-Montes (carne ovina e caprina, queijos de ovelha e de cabra, fumeiro, mel e carne de bovino de raças autóctones e azeite), dada a pequena dimensão dos produtores, as trocas ocorrem, com frequência, através do contacto directo entre o produtor e o comprador, consumidor ou intermediário. Uns e outros mantêm uma relação próxima com a região de produção, o que facilita a avaliação e a redução da incerteza sobre a qualidade. Se o intermediário valoriza essencialmente o preço dos produtos, o consumidor “conhecedor” baseia as suas decisões de compra em referência a valores culturais, patrimoniais e sociais. A forma de convenção doméstica e cívica e o modelo de transacção F-Q regulam o mercado neste tipo de situações, sendo desnecessário o recurso a qualquer tipo de identificação ou a qualificações como as DOP/IGP, pois as transacções são efectuadas com base na confiança e no conhecimento mútuo e o consumidor valoriza sobretudo aspectos da dimensão organolética e simbólica. A venda directa ao consumidor de queijo e fumeiro tradicional, de cabritos e borregos, de azeite e mel, sem uso da denominação protegida, e a comercialização tradicional de bovinos vivos a intermediários, são exemplos em que a regulação das trocas e a construção da qualidade dos produtos assenta em processos simples de interacções locais, fundamentadas no conhecimento pessoal, em relações de confiança, na regularidade e na continuidade das transacções, características da convenção doméstica.

A implementação dos processos de protecção teve como consequência a alteração da relação dos produtos tradicionais com o mercado. A existência de instituições que estabelecem normas de produção e que zelam pelo seu cumprimento, o uso comercial das qualificações DOP/IGP, por produtores de maior dimensão, a diversificação dos canais de comercialização, o alongamento dos circuitos e o alargamento dos mercados, são mudanças que se traduzem na activação de novas formas de regulação. Em suma, o desenvolvimento das fileiras dos produtos com nome protegido em Trás-os-Montes assinala o reforço da convenção de tipo industrial e do modelo CQFD. Habitualmente, as relações dos produtores e transformadores com os distribuidores baseiam-se em formas de coordenação mercantis, em função da importância dada ao preço, a prazos de pagamento e à cooperação comercial (*rappels* e promoções) e ao respeito por normas. No entanto, no caso dos produtos DOP/IGP, os distribuidores em geral e a grande distribuição em particular, sem abandonarem a componente preço, começam a interessar-se por critérios comerciais mais qualitativos, em que a diversidade de produtos e a qualidade ganham relevo, assistindo-se a uma deslocação para formas de coordenação do tipo “cívico”, através da referência a conceitos relacionados com a tradição, o saber-fazer, o território, em particular aquando da realização das feiras de queijos e enchidos por parte da grande distribuição.

Ao nível da relação entre as instituições de coordenação (Entidades Gestoras) com os restantes operadores das fileiras dos produtos DOP/IGP estudados, sobressaem as convenções cívica e industrial e o modelo CQFD, graças aos acordos estabelecidos com os operadores (exclusividade na comercialização da carne de bovino DOP) e à grande importância conferida às qualificações enquanto instrumentos de qualidade.

A acção de produtores e transformadores assenta sobretudo nas formas de convenção doméstica mercantil e industrial e nos modelos de transacção FQ, CQ, CDQ e CQFD.

Na relação comercial entre distribuidores e fornecedores, aqueles valorizam sobretudo elementos das convenções mercantil e industrial e as trocas baseiam-se nos modelos de transacção CQ e CQFD.

Na relação do consumidor com o produtor ou distribuidor, são os elementos das convenções doméstica e cívica e os modelos de transacção FQ e CQFD que são chamados a regular as trocas e a definir a qualidade destes produtos.

O Quadro I sintetiza a definição do perfil de qualidades dos produtos tradicionais de Trás-os-Montes.

**Quadro I – Definição do perfil de qualidades dos produtos tradicionais de Trás-os-Montes**

|                               | <b>Instituições</b>                                                                                                         | <b>Produtores</b>                                                                                                                         | <b>Distribuição</b>                                                                                                         | <b>Consumo</b>                                                                                  |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Factores de Qualidade</b>  | Território/Origem<br>Matérias-primas<br>Produção/Laboração tradicional<br>Tradição, Saber-Fazer<br>Características Técnicas | Matérias-primas<br>Sistema de<br>Produção/Laboração tradicional<br>Tradição, Saber-Fazer<br>Território/Origem<br>Características Técnicas | Matérias-primas<br>Território/Origem<br>Produção/Laboração tradicional<br>Características Técnicas<br>Tradição, Saber-Fazer | Território/Origem<br>Produção/Laboração tradicional<br>Matérias-primas<br>Tradição, Saber-Fazer |
| <b>Dimensões de Qualidade</b> | Organolética<br>Simbólica<br>Nutricional<br>Tecnológica<br>Comercial<br>Sanitária                                           | Organolética<br>Simbólica<br>Nutricional<br>Tecnológica<br>Comercial<br>Sanitária                                                         | Comercial<br>Higiénica                                                                                                      | Organolética<br>Simbólica                                                                       |
| <b>Garantia da Qualidade</b>  | Qualificação DOP/IGP<br>Controlo                                                                                            | Relação de confiança<br>Região de origem<br>Marca                                                                                         | Apresentação comercial<br>Preço<br>País/Região de origem                                                                    | Relação de confiança<br>Qualificação DOP/IGP<br>Marca                                           |
| <b>Formas de Coordenação</b>  | Convenção Industrial<br>Convenção Cívica                                                                                    | Convenção Doméstica<br>Convenção Mercantil<br>Convenção Industrial                                                                        | Convenção Mercantil<br>Convenção Industrial                                                                                 | Convenção Doméstica<br>Convenção Cívica                                                         |
| <b>Modelos de Transacção</b>  | C-Q-F-D                                                                                                                     | F-Q<br>C-Q<br>C-Q-D<br>C-Q-F-D                                                                                                            | C-Q<br>C-Q-F-D                                                                                                              | F-Q<br>C-Q-F-D                                                                                  |

Fonte: Tibério (2004)

### 3.8. Conclusões gerais

A especificidade e tipicidade dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes é definida por um vasto leque de elementos, afirmados por produtores e responsáveis institucionais e que vão de encontro às exigências processuais do processo de protecção. Esses elementos agrupam-se em quatro categorias (características do produto e da matéria prima, sistema e tecnologia de produção, território e antiguidade), são diferentemente percebidos pelo consumidor e apresentam diferentes níveis de exigência de avaliação no momento da compra do produto. A utilidade do modelo CQFD, enquanto instrumento de análise na avaliação da tipicidade e da qualidade específica deste tipo de produtos é inquestionável.

Os mecanismos do mercado concorrencial não são suficientes para explicar o funcionamento do mercado dos produtos DOP/IGP de Trás-os-Montes. A instituição administrativa das protecções é fundamental para a afirmação da qualidade específica e particular destes produtos. Contudo, a fixação de regras e normas de conduta e processos de controlo ao longo da fileira de produção e comercialização que lhe está associado é insuficiente na redução da incerteza e na definição e construção da qualidade dos produtos. Esta é resultado de acordos e processos de negociação entre os operadores, com base em diferentes modelos de transacção e regulados através de múltiplas formas de coordenação (pluralidade das formas de convenção propostas pela economia das convenções).

A insuficiência do funcionamento do mercado concorrencial e a adaptabilidade da corrente convencionalista da teoria económica na regulação do mercado e na construção da qualidade dos produtos agro-alimentares tradicionais de Trás-os-Montes é enfatizada pelos seguintes aspectos: i) a mobilização de elementos da convenção doméstica como os conhecimentos locais, baseados na tradição, proximidade e confiança entre actores, como mecanismo de redução da incerteza sobre o perfil de qualidades; ii) o consumidor eleger como factores de qualidade de certos produtos tradicionais de Trás-os-Montes a origem, a preservação de formas artesanais de produção e laboração, da cultura e do património e a defesa da agricultura tradicional e dos rendimentos dos agricultores, elementos característicos das formas de convenção cívica; iii) o recurso à definição regulamentar de regras e áreas limitadas de produção e às qualificações DOP/IGP.

## ANEXO

### Caixa I – Especificidade dos produtos DOP/IGP de TM

Carnes de Bovino: os produtos DOP/IGP têm características diferentes da carne corrente. Contudo, as características (C) observáveis no acto de compra não são suficientes para avaliar a sua especificidade e qualidade. Os processos de protecção do nome dos produtos foram acompanhados de mudanças significativas a jusante da produção, particularmente ao nível da embalagem e informação ao consumidor (características técnicas, modo e local de produção, traçabilidade). O consumidor é convidado a aderir à especificidade do produto a partir da representação que faz do sistema de produção animal. O uso da Denominação Protegida facilita essa relação. As DOP/IGP deste sector enquadram-se no modelo "F-D-Q", em que a especificidade e qualidade são avaliadas pelas referências aos factores de produção usados e à identificação proporcionada pelo uso da qualificação.

Carnes de ovino e caprino: são produtos com alguma especificidade, mas de difícil diferenciação em relação ao produto corrente. As características técnicas também não são observáveis no acto da compra. De uma forma geral, o consumidor tem uma ideia positiva sobre o sistema de produção ovina e caprino praticado na região. O produto comercializado com nome protegido não é diferente de produtos similares produzidos no mesmo espaço geográfico. A avaliação da especificidade destes produtos assenta no modelo "Q-D", ou seja, na reputação dos produtos, de tal forma que podem dispensar o uso da Denominação de Origem. É o que acontece com alguns produtos deste sector que ainda não usam comercialmente o seu nome protegido e os respectivos símbolos europeus.

Fumeiro: são produtos de elevada especificidade, facilmente diferenciáveis pela simples observação no acto de compra. As características técnicas e o modo de produção são artesanais, diferentes das usadas na elaboração do produto corrente. O saber-fazer do produtor e o respeito pelo modo tradicional de produção são fundamentais na garantia da qualidade destes produtos. A sua especificidade destes produtos tende a ser avaliada sob o modelo "C-Q-F-D" e formas de coordenação mistas (industrial - notoriedade). Também ocorrem formas de coordenação mercantil, seguindo o modelo "C-Q-F" (caso de produtos que não são comercializados com o respectivo nome) ou o modelo "C-Q-D" (produtos cuja tecnologia de produção não difere da usada pelo produto corrente).

Queijos: os queijos de Trás-os-Montes não registam uma notoriedade muito forte. A observação do aspecto do produto, a competência e os conhecimentos do consumidor, associados ao saber-fazer do produtor e ao respeito pelo modo tradicional de elaboração são fundamentais na avaliação da especificidade. A etiquetagem informativa normalizada e genérica, ao contrário da Denominação, não facilita a diferenciação. Tal como no fumeiro, a avaliação da especificidade destes queijos enquadra-se nas formas de coordenação mistas (notoriedade, reputação - industriais), e em modelos do tipo "C-Q-F-D".

Mel: são produtos com boa imagem e elevada especificidade, com características particulares associadas ao território de origem que, no entanto, não são observáveis no acto da compra. A tecnologia de extracção é artesanal. A etiquetagem informativa e o uso do nome protegido facilitam a diferenciação do produto. Enquadram-se, também, em modelos do tipo "F-D-Q".

Azeite: o produto tem, em geral, uma boa imagem. A sua reputação está associada à região de Trás-os-Montes, havendo dificuldade em separar o nome da DOP (Azeite de Trás-os-Montes) do nome da região "Trás-os-Montes". A etiquetagem informativa obrigatória não diferencia o produto DOP da concorrência. A tecnologia de produção também não é factor de diferenciação. Alguma informação adicional começa a ser usada por empresas produtoras como elemento diferenciador ("...azeite produzido em lagar tradicional...", "...1º prémio no concurso de...", "...proveniente das variedades...", "... do vale de...", "...das encostas do..."). O uso da DOP e o respectivo símbolo europeu não são essenciais como forma de diferenciação e avaliação da especificidade do produto<sup>30</sup>. Enquadra-se em formas de coordenação mercantil, seguindo modelos "C-Q-D".

Frutos: os produtos com nome protegido no sector dos frutos revelam dificuldades de diferenciação em relação à concorrência. De uma forma geral são produtos de baixa especificidade, a que se junta o facto de o nome protegido não registar presença no mercado. A qualidade dos produtos é avaliada pela observação (sobretudo do calibre, cor, textura) no acto da compra. A coordenação mercantil do tipo "C-Q" caracteriza estas situações.

Fonte: Adaptado de Tibério (2004: 492)

<sup>30</sup> A simples referência à região de origem é suficiente como factor de diferenciação.

**Quadro A – Avaliação da especificidade dos produtos protegidos em TM**

| Produtos                                        | Especificidade |   |   |   |           | Descrição                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------|----------------|---|---|---|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                 | C              | Q | F | D | Pontuação | C: Características, Q: Qualidade Percebida, F: Factores tecnológicos, D: Denominação                                                                                                                                                                                                                                 |
| Carne Barrosã                                   |                | + | + | + | 2         | As características observáveis do produto no acto da compra não são suficientes para avaliar a sua especificidade. O consumidor é convidado a estabelecer a relação entre a qualidade do produto final e a representação que faz do sistema de produção animal. A Denominação facilita essa relação. Modelo “F-D-Q”. |
| Carne Maronesa                                  |                | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Carne Mirandesa                                 |                | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Carne de vitelo cruzado dos Lameiros do Barroso |                | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Presunto do Barroso                             | +              | + | + |   | 2         | Produtos de elevada especificidade. Facilmente diferenciáveis do produto standard. O saber-fazer do produtor e o respeito pelo modo tradicional de elaboração são fundamentais na garantia da qualidade do produto. Alguns riscos de industrialização, principalmente da alheira. Modelo “C-Q-F-D”; “C-Q-F”; “C-Q-D” |
| Linguiça de Vinhais                             | +              | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Salpicão de Vinhais                             | +              | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Alheira de Mirandela                            | +              | + |   | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Cabrito Transmontano                            |                | + |   | + | 1         | Entre si são difíceis de diferenciar, também não são percebidos como diferentes em relação à concorrência. Modelo “Q-D”.                                                                                                                                                                                             |
| Cabrito de Barroso                              |                | + |   | + | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Borrego Terrincho                               |                | + |   |   | 1         | Produtos com alguma especificidade, distintos entre si, mas de difícil diferenciação em relação à concorrência. O Borrego Terrincho não usa a Denominação.. Modelo “Q-D”                                                                                                                                             |
| Cordeiro Bragançano                             |                | + |   | + | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Queijo Terrincho                                | +              | + | + | + | 2         | São produtos que ainda não têm uma notoriedade muito forte. A observação do aspecto do produto, a competência e conhecimento do consumidor, associado ao saber-fazer do produtor e ao respeito pelo modo tradicional de elaboração são fundamentais. Alguns riscos de industrialização. Modelo “C-Q-F-D”.            |
| Queijo de Cabra Transmontano                    | +              | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Mel do Parque de Montesinho                     |                | + | + | + | 2         | Produtos de elevada especificidade. As características de cada produto estão associadas ao seu território, embora não sejam facilmente observáveis. A Denominação é essencial na garantia da especificidade. A tecnologia de extracção é artesanal. Modelo “F-D-Q”.                                                  |
| Mel da Terra Quente                             |                | + | + |   | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Mel do Barroso                                  |                | + | + | + | 2         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Azeite de Trás-os-Montes                        | +              | + |   | + | 2         | Boa imagem. A sua reputação está associada à região, na qual não é percebido como diferente do restante produto. A tecnologia de extracção e a etiquetagem informativa obrigatória sobre características técnicas não são elementos diferenciadores. A Denominação não é essencial. Modelo “C-Q-D”..                 |
| Amêndoa Douro                                   | +              | + |   |   | 1         | Produtos que apresentam dificuldades de diferenciação em relação à concorrência. Baixa especificidade, a que se junta o facto de o nome protegido não registar presença no mercado. A qualidade dos produtos é avaliada pela observação do produto, sobretudo ao nível do calibre, côr, e textura.. Modelo “C-Q”.    |
| Azeitona de Conserva Negrinha de Freixo         | +              | + |   |   | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Castanha da Padrela                             | +              | + |   |   | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Castanha da Terra Fria                          | +              | + |   |   | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Castanha dos Soutos da Lapa                     | +              | + |   |   | 1         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Fonte: Tibério (2004: Anexo IV), Adaptado de Barjolle e Sylvander (1999: 26).

Nota: Tendo em consideração que estamos a avaliar produtos DOP/IGP (logo produtos específicos por natureza), a sua especificidade, isto é a presença desta característica em cada produto, será considerada se registar pelo menos três cruces nas quatro componentes do modelo “CQFD”. A presença da característica (especificidade) será assinalada com 2, enquanto que a ausência será assinalada com 1.

## REFERÊNCIAS

- ASSELIN, C., BARBEAU, G., BUCHIN, S., BRUNSCHWIG, G., COULON, J.B., MORLAT, R., PRADEL, P., VERDIER, I., VIALLO, C. (1999), "Etude du lien entre terroir et produit dans le cas des fromages et des vins", in C. Beranger e E. Valceschini (coords.), *Qualite des Produits Liee a Leur Origine*, Paris, INRA, pp. 67-93.
- BARROS, Vítor (1998), *Produtos Tradicionais Regionais – Uma Estratégia com Futuro – Guia dos Produtos de Qualidade*, Lisboa, DGDR.
- BÉRARD, Lawrence, BEUCHERIE, Olivier, FAUVET, Marie, MARCHENAY, Philippe, MONTICELLI, Christine (1999), "Les facteurs historiques, culturels et environnementaux dans la délimitation des zones IGP", *67th EAAE Seminar – The Socio-economics of Origin Labelled Products in Agrifood Supply Chains: Spatial, Institutional and Co-ordination Aspects*, Le Mans, 18 p.
- 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*, nº 80-81, pp. 83-116.
- BOLTANSKI, Luc, THÉVENOT, Laurent (1987), "Les économies de la grandeur", *Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi*, nº 31, Paris, PUF.
- BOUQUERY, J.M. (1994), "Caractéristiques de qualité particulières et chaîne de qualités patrimoniales: définition et implications pour le marketing et le développement", in J.-L. Multon (ed.), *La Qualité des Produits Alimentaires: Politique, Incitations, Gestions et Vontrôle*, Paris, Collection Sciences & Techniques Agro-Alimentaires, pp.103-116.
- CALDENTEY, Pedro, GÓMEZ, A. Cristina (1996a), "Productos típicos, territorio y competitividad", *Agricultura y Sociedad*, nº 80-81, pp. 57-82.
- CALDENTEY, Pedro, GÓMEZ, A. Cristina (1996b), "La producción de materias primas: productos típicos", *Seminario Ischia: Los Sistemas Alimenticios Mediterráneos (Comparaciones y Perspectivas)*, Itália, 13-15 junio, 26 p.
- CALDENTEY, Pedro, GÓMEZ, A. Cristina (1997a), "Typical products, technical innovations and organizational innovations", *52<sup>nd</sup> Seminar of the European Association of Agricultural Economists*, Parma, June, 19-22, 19 p.
- CALDENTEY, Pedro, GÓMEZ, A. Cristina (1997b), "Productos agroalimentarios típicos y territorio. Alimentos con historia. Alimentos de calidad", *Distribución y Consumo*, Diciembre, pp. 69-73.
- CEE (1992), "Reglamento (CEE), 2081/92", *JOCE*, N.º L208, 24/07/92.
- CEE (1992), "Reglamento (CEE), 2082/92", *JOCE*, N.º L208, 24/07/92.
- CHEVASSUS-LOZZA, Emmanuelle, GALLEZOT, Laques (1995), "La différenciation des produits dans la compétitivité: le cas de l'agriculture et de l'agro-alimentaire français", In François Nicolas et Egizio Valceshinin (eds.), *Agro-Alimentaire: Une Économie de la Qualité*, Paris, INRA, Economica, pp. 253-263.
- CRISTÓVÃO, A., TIBÉRIO, M., TEIXEIRA, M. (2001), *Estratégias para a Valorização dos Recursos Endógenos Agro-Alimentares da Região de Trás-os-Montes e Alto Douro – O Caso do Sector dos Produtos Tradicionais Beneficiários de uma Protecção Comunitária*, Projecto PAMAF – Estudos Estratégicos, Relatório Final, Vila Real, DRATM, UTAD, Setembro.
- ERGUY, T., HERVÉ, R., SIRIEIX, L. (1999), "Perception et valorisation des produits du terroir par les entreprises agroalimentaires du Languedoc-Roussillon", in Louis Lagrange (coords.), *Signes Officiels de Qualité et Développement Agricole*, Actes de Colloque SFER, 14/15 Avril, Clermont-Ferrand, ENITA, INRA, pp. 249-257.

- EYMARD-DUVERNAY, François (1993), "La négociation de la qualité", *Économie Rurale*, n° 217, Septembre-Octobre, pp. 12-17.
- EYMARD-DUVERNAY, François (1995), "La négociation de la qualité", In François Nicolas et Egizio Valceshini (eds.), *Agro-Alimentaire: Une Economie de la Qualité*, Paris, INRA, Economica, pp. 39-48.
- FRAGATA, António (1999), *Elaboração Social da Qualidade em Produtos Agrícolas Tradicionais: Carne Mirandesa, Queijo de Nisa e Melão Tendral*, Oeiras, INIA, EAN.
- FRAGATA, António, CONDADO, Manuela (1996a), "A castanha da Terra Fria como caso de construção social de qualidade", *2º Congresso Nacional de Economistas Agrícolas*, Lisboa.
- FRAGATA, António, CONDADO, Manuela (1996b), *A Castanha da Terra Fria como Caso de Construção Social da Qualidade*, Animar, Série Produtos Locais 2.
- FROC, J., TRIFT, N., SCHEFFER (1999), "Une loi, dès concepts, dès mots et dès produits", C. Beranger, E. Valceschini (coords.), *Actes du Séminaires Qualité des Produits Liee a Leur Origine*, Paris, pp. 21-59.
- GOMEZ, Pierre-Yves (1994), *Qualité et Théorie des Conventions*, Paris, Collection Recherche en Gestion, Economica.
- HEINTZ, Wilfrid (1994), "L'évolution des modes de gestion de la qualité du blé par les entreprises de collecte et de stockage. Conséquences pour l'analyse des relations entre les exploitations agricoles et les secteurs utilisateurs", in Marianne Cerf, Christine Aubry, Christine de Saint-Marie, Bernard Hubert, Egizio Valceshini, Bertrand Vissac (eds.), *Qualité et Systèmes Agraires. Techniques, Lieux, Acteurs, Etudes et Recherches sur le Systèmes Agraires et Développement*, n° 28, INRA, SAD, pp. 83-100.
- HODGSON, Geoffrey (1994), *Economia e Instituições: Manifesto por uma Economia Institucionalista Moderna*, Oeiras, Celta Editora.
- ORLÉAN, André (1994), *Analyse Économique des Conventions*, Paris, Press Universitaire de France (PUF).
- SCHEFFER, Sandrine (1999), *Les Caractéristiques du Langage Courant des Agentes de l'INAO*, Le Mans, Centre de Nantes, UREQUA.
- SCHEFFER, Sandrine e ROCIN, F. (1999), "Qualification des produits e des terroirs dans la reconnaissance des produits en appellation d'origine contrôlée", In Louis Lagrange (coord.), *Signes Officiels de Qualité et Développement Agricole, Aspects Techniques et Economiques*, INRA, ENITA, Clermont-Ferrand.
- SYLVANDER, Bertil (1991a), "Conventions de qualité et lien social sur les marchés agro-alimentaires", *POUR, Alimentation et Lien Social*, n° 129, Juin, pp. 35-45.
- SYLVANDER, Bertil (1991b), "Pour un modèle global de la qualité alimentaire", *3ème Colloque de la Société Française d'Economie Agro-alimentaire (SFEA)*, Nantes, 5-6 Décembre 1991.
- SYLVANDER, Bertil (1992a), *Les Conventions de Qualité dans le Secteur Agro-Alimentaire: Aspects Théoriques et Méthodologiques*, Toulouse, INRA, Département d'Économie et Sociologies Rurales, 26 p.
- SYLVANDER, Bertil (1992b), "Conventions de qualité, concurrence et coopération: Les cas du 'Label Rouge' dans la filière volailles", *Projet de communication au séminaire Economie des Institutions*, Septembre, Toulouse, 34 p.
- SYLVANDER, Bertil (1994), "La qualité: du consommateur final au producteur. La construction sociale de la qualité: des produits aux façons de produire", in Marianne Cerf, Christine Aubry, Christine de Saint-Marie, Bernard Hubert, Egizio Valceshini, Bertrand Vissac (eds.), *Qualité et Systèmes Agraires. Techniques, Lieux, Acteurs, Etudes et Recherches sur le Systèmes Agraires et Développement*, n° 28, INRA, SAD, pp. 27-49.

SYLVANDER, Bertil (1995a), "Conventions de qualité, concurrence et coopération: cas du 'Label Rouge' dans la filière Volailles", in Gilles Allaire et Robert Boyer (eds.), *La Grande Transformation de L'agriculture*, Paris, INRA - Economica, pp.73-96.

SYLVANDER, Bertil (1995b), "Origine géographique et qualité des produits: approche économique", *Revue de Droit Rural*, n° 237, pp. 465-473.

SYLVANDER, Bertil (1995c), "Qualités et garanties de qualités: la perception des consommateurs et l'approche marketing", *Colloque ATLA: Journées d'Échanges et de Réflexion des Entreprises Laitières Françaises*, Indications géographiques, signes de qualité et produits laitiers, Paris, 9 p.

SYLVANDER, Bertil (1995e), "Conventions de qualité, marchés et institutions: le cas des produits de qualité spécifique", in François Nicolas et Egizio Valceshini (eds.), *Agro-Alimentaire: Une Economie de la Qualité*, Paris, Economica, INRA, pp. 167-183.

SYLVANDER, Bertil, LASSAUT, Bernard (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*, Paris, Lavoisier, pp. 29-59.

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

TIBÉRIO, Luís, CRISTÓVÃO, Artur (1998), "A origem como factor de qualidade dos produtos agrícolas e agro-alimentares: o caso dos produtos beneficiários da Protecção Comunitária 'Denominação de Origem Protegida'", *Actas das Jornadas Interprofissionais Agro-Alimentares Produtos com História*, Mirandela, 20 p.

TIBÉRIO, Luís, CRISTÓVÃO, Artur e FRAGATA, A. (2001), "Produtos tradicionais e construção da qualidade: o caso das designações protegidas Salpicão de Vinhais (IGP) e Linguiça de Vinhais (IGP)", IV Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais *La multifuncionalidad de los Espacios Rurales de la Península Ibérica*, Santiago de Compostela, Junio, 24 p.

TIBÉRIO, Luís (2004), *Construção da qualidade e Valorização dos Produtos Agro-alimentares Tradicionais –Um Estudo da Região de Trás-os-Montes*. Tese de Doutoramento. Vila Real, UTAD, DESG, 541 p.

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

VALCESCHINI, Egizio (1995), "Entreprises et pouvoirs publics face à la qualité: Les produits agro-alimentaires dans le Marché Européen", in Gilles Allaire et Robert Boyer (eds.), *La Grande Transformation de L'agriculture*, Paris, INRA, Economica, pp.53-72.