

# DIVERSIDADE DAS FORMAS DE INTEGRAÇÃO AO MERCADO: O CASO DA VALORIZAÇÃO DOS LATICÍNIOS PELA AGRICULTURA FAMILIAR NO SERTÃO SERGIPANO

José Nilton Moreira<sup>1</sup>, Pedro Carlos Gama da Silva<sup>1</sup>, Claire Cerdan<sup>2</sup>, Eric Sabourin<sup>2</sup>, Orlando Monteiro Carvalho<sup>1</sup>, Rebert Coelho Correia<sup>1</sup>, Stéphane Miternique<sup>2</sup>, Francisco Pinheiro de Araújo<sup>1</sup>

## 1. RESUMO:

O leite representa, hoje, um dos principais vetores de integração ao mercado da agricultura familiar nordestina. O diagnóstico dos circuitos de comercialização do leite e derivados produzidos na bacia leiteira centrada em Nossa Senhora da Glória, no semi-árido sergipano, mostra que a diversidade dos sistemas de produção corresponde também, uma diversidade das formas de comercialização. A valorização dos produtos da agricultura familiar nordestina realiza-se segundo diferentes lógicas: doméstica, artesanal, mercantil e industrial que podem operar num mesmo lugar de maneira paralela, complementar ou contraditória. O enfoque dinâmico da valorização dos laticínios no Estado de Sergipe contribui para identificar os impactos locais do contexto da globalização econômica: emergência de novos atores agro-industriais com uma lógica multinacional, evolução dos mercados internos e das normas de qualidade, entre outros. Mesmo assim, permanece uma grande diversidade de atores econômicos, marcada pelo papel dos intermediários que se situam na interface dessas diversas lógicas.

**Palavras chaves:** Agricultura familiar, cadeia produtiva, circuitos de comercialização, laticínios, Nordeste.

## 2. ABSTRACT:

Dairy products constitute one of the main vectors of market integration for Northeast Brazil small farms. A study of milk marketing channel in the semi-arid area of Nossa Senhora da Gloria (Sergipe) reveals a correspondance between the diversity of the farming systems observed and that of the marketing and processing modalities. Nowadays, the marketing of Northeast family farm products relies on diferent logics: domestic, merchant and industrial. These may be simultaneous and have parallel, complementary or even contradictory strategic direction and tendencies.

The dynamics approach of dairy products marketing systems in the State of Sergipe contribute to enlightening local impacts of the globalization process (influence of new industrial actors behaving according to multiregional and multinational strategies, evolution of the markets and quality requirements...). Nevertheless, this should not lead to underestimate the diversity of actors and strategies linked to marketing, particularly the paper of middle-men who are connected with these diferents logics.

**Key words:** Family farm production, marketing channel, dairy products, Northeast.

---

1 Pesquisador do CPATSA/EMBRAPA, Caixa postal 23, CEP 56300000, Petrolina-PE

2 Pesquisador do CIRAD/SAR, Caixa postal 23, CEP 56300000, Petrolina-PE

### 3. INTRODUÇÃO

A agricultura familiar nordestina, historicamente, esteve parcialmente integrada ao mercado regional, nacional e até internacional, através da sucessão de diversos ciclos produtivos: pecuária bovina, algodão, fumo, sisal, mamona, entre outros. De implantação recente, a partir dos anos 60, o aprofundamento dos mecanismos de integração e de dependência do mercado foram reforçados por vários fatores, entre os quais destacam-se a implantação de infra-estruturas de transporte e de comunicação, as migrações ao sul do país e o processo de mercantilização de certos produtos da agricultura familiar ligado ao crescimento da demanda urbana. Nesse particular inclui-se o caso do leite que representa hoje um dos principais vetores da integração da agricultura familiar nordestina ao mercado (Andrade, 1967; Andrade, 1986; Wilkinson, 1986; Tonneau, 1994).

O estudo dos circuitos de comercialização e das alternativas de valorização do leite e derivados realizado na bacia de produção centrada no município de Nossa Senhora da Glória-SE ilustra os mecanismos específicos dessa articulação ao mercado, para os pequenos produtores de uma região semi-árida. Ele se integra num contexto de estudos mais amplos sobre os espaços econômicos da agricultura familiar no semi-árido nordestino e visa subsidiar os trabalhos de pesquisa sobre os sistemas agrários e de produção com informações relativas às atividades situadas à jusante da produção agropecuária, ou seja, os sistemas de comercialização e de transformação (Silva et al, 1995).

A metodologia usada baseia-se num diagnóstico rápido onde, a partir de entrevistas semi-estruturadas com pessoas chaves descreve-se os agentes, suas funções e seus objetivos, os fluxos e os seus pontos de estrangulamento e identifica tendências de evolução da produção e do mercado. Já os resultados são apresentados em duas etapas: a primeira trata das condições de emergência e da história da bacia leiteira no semi-árido sergipano; na segunda, descreve-se a diversidade dos atores da cadeia produtiva e, coloca-se a hipótese de que existe uma interrelação entre a

diversidade das situações de produção e os diferentes modos de articulação com o mercado.

#### 4. MATERIAL E MÉTODOS

O município de Nossa Senhora da Glória, onde se realizou o estudo, possui, segundo IBGE (1980), 2.139 estabelecimentos rurais, ocupando uma área de 76.908 ha. Está localizado no Sertão sergipano, dentro da Unidade Geambiental H3 do Zoneamento Agroecológico do Nordeste (Silva et al. 1992), que compreende as superfícies dissecadas. A área apresenta clima quente e seco com precipitação anual em torno de 600mm. Dentro das três meso-regiões do Estado de Sergipe (Leste, Agreste e Sertão), essa região contribui com 53,7% da produção de leite do Estado (Zoccal, 1994).

A metodologia dos estudos dos circuitos de comercialização consta de três etapas: o diagnóstico inicial rápido; o acompanhamento e a experimentação de inovações.

De acordo com Silva et al. (1995), o diagnóstico rápido visa uma descrição dinâmica da produção local e dos circuitos de comercialização, através de entrevistas com os seus principais atores (produtores, comerciantes, processadores, técnicos...). Descreve os agentes, suas funções e seus objetivos, os fluxos e os seus pontos de estrangulamento e identifica tendências de evolução da produção e do mercado. O principal objetivo desse instrumento é caracterizar, de maneira não exaustiva, mas dinâmica, a cadeia de produção e comercialização de um produto na escala local ou regional.

No caso de N.S. Glória, o diagnóstico constou de uma fase de coleta de dados com um mapeamento, num primeiro momento, do contexto da zona de produção estudada e, em seguida, da própria zona de

produção que permitiu agrupar informações referentes à produção e à infraestrutura de beneficiamento e comercialização. Entrevistas semi-estruturadas foram conduzidas com produtores e comerciantes, abordando a trajetória da atividade, a produção ou o abastecimento e as relações com o mercado.

Na fase de organização e síntese dos dados recorreu-se a várias ferramentas vendo a circulação do produto desde a produção “in natura” até os diversos produtos derivados. Além disso situou-se os principais agentes ao longo da cadeia avaliando as funções desempenhadas e a importância relativa dos fluxos (Sautier, 1995).

A etapa de acompanhamento visava reunir informações e referências complementares àquelas recolhidas no diagnóstico, particularmente sobre a estacionalidade dos fenômenos observados e os dados econômicos sobre preços e custos. O contexto do acompanhamento foi definido a partir das questões e prioridades levantadas ao final do diagnóstico. No caso de N. S. Glória três tipos de acompanhamento foram realizados:

- o levantamento dos preços do leite e de seus derivados realizado, semanalmente, durante um ano, junto a diversos tipos de comerciantes dos mercados local (Nossa Senhora da Glória) e regional (Aracaju);
- a caracterização dos sistemas de produção efetuada a partir de uma tipologia dos pequenos e médios produtores (<150 ha) e do estudo aprofundado das práticas produtivas de 13 pequenos produtores de leite representativos da pecuária familiar local, assim como de pequenas empresas artesanais de queijo;
- o censo das pequenas unidades de fabricação de queijo e manteiga do município, onde houve, através de entrevistas semi-diretivas, um estudo pormenorizado das suas estruturas, do seu funcionamento e das estratégias dos artesãos.

A experimentação de inovações, etapa fundamental para esse tipo de estudo, está sendo realizada, mas não será tratada nesse trabalho.

## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 5.1. Condições de emergência da produção leiteira no semi-árido sergipano

A substituição de matérias-primas agrícolas e a crise de alguns produtos no mercado internacional ocasionaram, no Brasil, a queda dos preços de produtos tradicionais, levando a uma redução das áreas plantadas e até ao abandono de certas culturas, entre os quais o algodão e o sisal são exemplos bem representativos. Nesse contexto, o leite e a fruticultura constituem, hoje, vetores privilegiados de integração ao mercado da agricultura familiar nordestina, apresentando um importante para o seu desenvolvimento. Essa integração ao mercado vem sendo reforçada por vários fatores entre os quais:

- a urbanização, a importância das migrações e a subsequente evolução dos padrões de consumo e expectativa de renda da nova geração de agricultores;
- a demanda urbana por produtos agrícolas que está crescendo muito rapidamente e
- a abertura econômica, a formação do Mercosul e a globalização dos mercados que favorece a implantação de indústrias multinacionais, inclusive no semi árido nordestino.

A região semi-árida de Sergipe conheceu uma mudança rápida e profunda nos anos 80, com uma expansão da produção leiteira e com a implantação da primeira indústria de laticínios, de forma que hoje, a bacia leiteira do Sertão sergipano, centrada no município de Nossa Senhora da Glória, detém a maior produção e produtividade do Estado (Zoccal, 1994). A análise histórica dos dados do censo agrícola e as entrevistas com pessoas chaves permitiram caracterizar e entender os fenômenos que contribuíram para a emergência dessa bacia leiteira, observando-se em particular:

- a presença, na região semi-árida de condições climáticas (temperaturas elevadas e baixa precipitação) que favorecem as criações com baixa incidência de doença nos rebanhos;
- a existência, nos anos 60, de uma bacia leiteira vizinha em Batalha-AL que se expandiu difundindo o material genético animal (bovino mestiço holandês);
- o crescimento da cidade de Glória e a implantação de serviços de apoio, como extensão agrícola, bancos, etc., visto que, os resultados da pesquisa destacam uma correlação forte entre a presença dos serviços de apoio e o acesso aos financiamentos;
- a existência nas décadas de 1970 e 1980 de importantes projetos e financiamentos específicos para a região semi-árida (Projeto Sertanejo, Chapéu de Couro...) que permitiram, entre outros, a substituição da vegetação nativa (caatinga) por pasto assim como a implantação de infra-estrutura hídrica;
- a influência dos mercados urbanos consumidores de queijo (Aracaju, e mais recentemente, Recife e Salvador) que confere à feira de Glória uma importância regional.

A valorização econômica do leite, no caso da região semi-árida de Sergipe, foi fortemente influenciada pela pavimentação da estrada entre a capital e o município de Glória ocorrida no início dos anos 70. De um outro lado, a implantação da indústria com a compra de uma unidade artesanal de produção de queijo, existente desde os meados dos anos 70, contribuiu para a expansão da produção leiteira incorporando novos produtores no negócio. Desde esse tempo, observa-se um crescimento paralelo da importância das indústrias e das pequenas unidades informais de fabricação de queijo nessa valorização econômica. Hoje, a abertura econômica, a complexidade e a segmentação dos mercados tem influenciado as condições e as formas de valorização econômica do leite, existindo um novo contexto para a cadeia leiteira, caracterizado pelo fim do controle estadual dos preços do leite, com a crise das cooperativas e,

principalmente, com a concentração dos grandes laticínios (Languidey & Cavalho Filho, 1994)

## **5.2. A diversidade das situações e as estratégias dos diferentes atores envolvidos**

### **na cadeia produtiva do leite**

#### **5.2.1. A diversidade dos produtores e dos sistemas produtivos**

A estrutura fundiária do município de N. S. Glória mostra que 95% dos produtores tem menos de 150 ha (IBGE, 1980). O levantamento realizado em 1995 com 1/3 desses pequenos produtores demonstrou que 63% deles produzem leite, 56% auferem renda através de sua comercialização, e cerca de 50% complementam a renda da propriedade com o cultivo de produtos agrícolas e atividades não agrícolas.

Foram identificados quatro tipos de produtores de leite, diferenciados pelo nível de capitalização (terras e animais) e pela importância que tem a produção leiteira na composição da renda familiar, como sejam:

**Tipo I:** composto por produtores jovens, pouco capitalizados, com poucos animais, que tem uma atividade leiteira voltada para o autoconsumo e, para quem, uma parte importante da renda familiar provém da venda de mão-de-obra. Representam 11% dos produtores de leite;

**Tipo II:** formado por produtores que tem na produção leiteira a base da economia da propriedade. Encontram-se em via de capitalização e de especialização e alguns deles estão num processo de intensificação com incorporação de inovações tecnológicas (76,3%);

**Tipo III:** esse grupo (6,5%) é composto por produtores capitalizados que conseguiram acumular terra e animais e que, além da renda proveniente do leite, dispõem de renda não agropecuária

originada, muitas vezes, fora da propriedade;

**Tipo IV:** representando 6,2% dos produtores de leite, esse grupo é constituído por produtores capitalizados com atividade pecuária mista e extensiva, de baixo nível de produção e produtividade leiteira, sendo acentuadamente estacional (perfil “safrista”).

Em geral, a produção e a produtividade do leite são baixas e acentuadamente estacionais (com até 50% de queda no período seco), com duas tendências opostas bem caracterizadas: custos elevados (compra de rações, aluguel de pastagens, confecção de silagem) e baixos custos com valorização dos restos de cultura, principalmente do milho. Na maioria dos casos, os produtores dos dois primeiros grupos (I e II) caracterizam-se por limitações em termos de pastagem cultivada, cultivo de palma e recursos hídricos.

Além dos diferentes tipos de produtores, as entrevistas realizadas mostraram uma diversidade de formas de articulação com o mercado. Essa heterogeneidade nas condições de escoamento da produção pode ser relacionada tanto com fatores externos à unidade de produção como com fatores internos. Os fatores externos são, por exemplo, o preço recebido e a forma de pagamento. Assim, no caso da venda do leite para uma fabriqueta, o pagamento é feito no final de semana, antes da feira e em espécie, enquanto que, no caso da venda a uma indústria, não somente o pagamento é realizado por quinzena como é feito em cheque. Porém, as estratégias de escoamento da produção também estão influenciadas por fatores ligados ao estabelecimento em si, tais como:

- **a estrutura da propriedade:** a estrutura e o funcionamento da unidade produtiva, o número de animais e o seu manejo, resultam no volume e na variabilidade da produção ao longo do ano, fatores esses que são determinantes para a escolha do destino do produto. Se o volume é pequeno e a variabilidade alta, a tendência é para o autoconsumo, ou a produção de queijo caseiro de acordo com o saber-fazer dos produtores. A

escolha depende também da existência da criação de suínos, que geralmente leva o produtor a optar por um destino que permite recuperar o soro do leite, seja através da fabricação do queijo caseiro, seja através da venda do leite para a fabriqueta que devolve o soro o dia seguinte. A disponibilidade de mão-de-obra, indispensável para a fabricação do queijo ou para o transporte do leite, assim como a existência de um meio de transporte são outros fatores que influenciam a tomada de decisão do produtor.

- **a localização da propriedade:** a proximidade da unidade de produção em relação às infraestruturas rodoviárias, aos circuitos de coleta (das indústrias ou das fabriquetas) e à sede do município condicionam o escoamento cotidiano da produção. Certas localizações oferecem oportunidades de comercialização do leite “in natura” diretamente na cidade ou nos povoados. O acesso a um meio de transporte rápido depende da localização da propriedade.

- **a qualificação do produtor:** o destino do leite no município de N.S. Glória varia também de acordo com a qualificação do produtor em diversificar ou valorizar a sua própria produção. Dois casos são encontrados: 1) o produtor só tem competência em matéria de produção, podendo diversificar a sua produção, associando à produção de leite o cultivo de produtos agrícolas (sorgo para silagem) ou a criação de outros tipos de animal (suinocultura, aves). 2) O produtor tem competência em outros tipos de atividades: sabe fazer o queijo, tem o hábito de comercializar a sua produção, etc.

### 5.2.2 A diversidade do mercado

O mercado consumidor está cada vez mais segmentado, mais complexo, tanto para o leite como para os seus derivados. Avistam-se três grandes tendências: primeiro o consumo crescente de produtos padronizados, como, por exemplo, o bem sucedido leite longa vida; segundo, ainda que em escala menor, um mercado para os produtos

artesanais e, finalmente, observam-se novas formas de utilização de produtos tradicionais. Essas tendências podem ser assim descritas:

A primeira situação caracteriza-se por uma preferência dos consumidores por produtos industriais com um padrão único, uma forma de acondicionamento, de uso mais fácil (produto pronto para comer), prático (queijo quadrado, já apresentado em fatias, leite numa embalagem compacta, quadrada, do tamanho da porta da geladeira) e de longa conservação, o que permite uma melhor gestão do abastecimento da casa. Essa tendência é a consequência do modo de vida moderno. O desenvolvimento rápido das grandes indústrias, das grandes centrais de distribuição ilustram essa primeira tendência.

O segundo tipo de mercado faz referência a uma tradição nordestina que passou do campo para a cidade. Douglas citado por Bricas (1994), propõe considerar o consumo como um processo de produção de sinais permitindo aos consumidores construir a sua própria identidade individual e coletiva, para se definir em relação ao mundo e a natureza. Na construção do modo de vida urbana dos cidadãos, aparece um movimento duplo que se caracteriza, ao mesmo tempo, por uma ruptura e uma continuidade com o modo rural (Bricas, 1994). Na alimentação, esse fenômeno é bem visível. Hoje, na recomposição do modo de vida urbana, o consumidor fica com uma parte da identidade nordestina camponesa. Essa continuidade se traduz no mercado através de uma procura específica por produtos artesanais camponeses (queijo de coalho, requeijão, manteiga de garrafa, entre outros).

Por fim observa-se uma tendência mais recente que consiste em novas formas de utilização de produtos tradicionais, apresentados como novos. Pode-se citar, como exemplo, o mercado de queijo de coalho assado, vendido nas praias e que tem se desenvolvido com o crescimento do turismo no Nordeste.

Vale considerar a existência complementar desses diferentes tipos de mercados para entender a dinâmica de toda a cadeia leiteira.

A coexistência de mercados diferentes que não têm a mesma ordem de grandeza, em termos de volumes e de valores atribuídos, ajuda a

entender os modos de articulação dos sistemas de produção ao mercado. É importante afirmar que hoje, as exigências de qualidade não são as mesmas para cada tipo de mercado e que o desenvolvimento de cada um, passa por um maior controle de qualidade, o que vai exigir, obrigatoriamente, uma melhoria da qualidade dos queijos e dos outros produtos artesanais e até do próprio leite que vai para a indústria.

A essa diversidade de produtos e de mercados corresponde uma diversidade de sistemas de distribuição e de atores envolvidos nos sistemas de intermediação (comercialização e transformação). Nesse contexto aparecem diferentes modelos de contratos e modos de integração que vão influenciar os sistemas de produção de leite.

### **5.2.3. A Diversidade dos atores da cadeia**

Foram identificados cinco destinos possíveis para a produção de leite: autoconsumo (11%), fabricação de queijo caseiro (10,5%), venda de leite sem transformação no mercado local (10,5%), venda para a indústria (26%) e venda para as fabriquetas de queijo (43%). Esses dados foram estimados em agosto de 1995.

**A produção e a comercialização do queijo caseiro** concerne essencialmente o queijo de coalho e um pouco de requeijão chamado “de fazenda”, atualmente comercializado também em Aracaju. Os principais produtores de queijo caseiro são do tipo II. Essa transformação depende do volume de leite produzido (é feita por metade dos produtores que tiram entre 10 e 20 litros diários e por um terço dos que produzem mais de 30 litros/dia). Depende também da disponibilidade de mão-de-obra e da importância do leite na composição da renda. Já o comércio desse queijo

caseiro depende de vários fatores, tendo como principal consequência a grande variabilidade dos preços dos produtos e do volume da demanda.

Existem, pelo menos, dois grupos de comerciantes de queijo caseiro na região estudada. O primeiro representa os comerciantes locais que exercem o negócio na região de Nossa Senhora da Glória, Aracaju e Paulo Afonso. O segundo grupo é formado por grandes negociantes que vendem o queijo fora do Estado, em grandes centros do Nordeste, como Salvador, Feira de Santana e Recife. O primeiro grupo compra os queijos de coalho na feira de Nossa Senhora da Glória, que tem uma posição importante em termos de movimento de mercadoria e que agrupa todos os pequenos e médios comerciantes da região. Em razão da forte concorrência entre esses atores, alguns deles estabelecem contratos com pequenos produtores na feira. Já os grandes comerciantes fazem contratos diretamente com os produtores, sobretudo com os grandes.

Os negócios movimentam cerca de 800 a 3000 kg de queijo por semana chegando até a 8000 kg no inverno, no caso dos grandes comerciantes. Esse estabelecimento de contratos com os produtores está ligado ao volume de queijo e à procura de uma qualidade específica como queijos de 1,7 a 2,0 kg, por exemplo. Esses negociantes revendem a mercadoria para o varejo ou outros atacadistas; não se interessam em coletar as formas de 500 g dos pequenos produtores.

**As fabriquetas** são pequenas unidades de transformação de leite em queijo que tratam um volume de 12.000 e 20.000 litros por dia, sendo que cada uma das 17 unidades identificadas recebe entre 100 a 2.000 litros diariamente. A produção de queijo está sempre associada à criação de porcos (a partir do soro) o que permite, em realidade, assegurar a viabilidade econômica dessas unidades. Isto leva alguns donos de

fabriquetas a priorizar investimentos para a suinocultura em vez de procurar melhorar a qualidade do queijo. Elas produzem queijos tradicionais da região (queijo de coalho, requeijão) e manteiga (comum e de garrafa), assim como produtos mais recentes como o queijo “mussarela”.

Essas empresas informais resultam de uma evolução da transformação caseira. Duas estratégias principais foram evidenciadas: na primeira privilegia-se o reinvestimento da renda na criação dos porcos e na compra de terras enquanto que na outra investe-se na valorização do queijo através de esforços para melhorar o escoamento e/ou a qualidade do produto, o que passa pela estabilização das relações com os fornecedores e com os clientes. Esses fabricantes artesanais de queijo estão ainda muito ligados ao mundo camponês e ao modo de produção doméstico, valorizando, portanto, as relações de proximidade com os produtores.

**As indústrias de laticínios:** quatro indústrias estão instaladas na região, tendo escala e forma jurídica diferentes: a Cooperativa Sergipana de Laticínios (CSL), duas sociedades privadas (Leite Vida e Laticínios Caroline) e uma empresa multinacional (Parmalat). Para as indústrias, Nossa Senhora da Glória faz parte de uma bacia de coleta maior que ultrapassa o tamanho do município. No caso da Parmalat, por exemplo, a unidade de transformação fica em Salvador, sendo o leite coletado, além de Sergipe, na Bahia e no norte de Minas Gerais.

Esses tipos de indústria respondem a uma lógica econômica em relação à coleta preferindo, assim, os maiores produtores para reduzir os custos de transporte da matéria prima assim como para facilitar o controle de qualidade do leite. Encontra-se favorecido o produtor que fornece mais de 50 litros por dia por evitar misturar o leite antes da chegada ao posto de resfriamento. Esse tipo de produtor também tende a assegurar uma menor variabilidade da produção. Nesse caso, só é levado em conta a lógica do mundo industrial, ignorando as formas de coordenação camponesas (não se

devolve o soro, o pagamento é feito em cheque e não em efetivo, etc.). As indústrias incentivam a intensificação e a especialização leiteira através da utilização de instrumentos como assistência técnica, caução bancária para crédito, comercialização de ração e de sementes forrageiras.

Apesar da Cooperativa Sergipana de Laticínios (CSL) se encontrar em crise, a exemplo do que ocorre com todo o sistema cooperativo brasileiro, continua oferecendo, aos produtores, uma alternativa à concentração da coleta de leite pelas indústrias (Jank, 1995).

**Os fretistas** das indústrias de laticínios são os intermediários que transportam o leite dos produtores cotidianamente. Independentemente, eles terceirizam esses serviços às indústrias, que por preocupação econômica, preferem contratá-los a ter os seus próprios meios de transporte. O número de fretistas contratados pelas indústrias varia em função da estacionabilidade da produção leiteira. A multinacional "Parmalat", por exemplo, trabalha com três fretistas no verão, que percorrem, cada um, a faixa de 40 km por dia para transportar 1000 a 1500 litros de leite. No inverno o número de fretistas sobe para oito a dez. Geralmente esses fretistas exercem outras atividades, seja, como produtores, seja como comerciantes.

### **5.3. A interface entre situações de produção e modos de integração aos mercados**

A análise dos principais segmentos da cadeia produtiva do leite da região de N. S. Glória evidencia uma grande diversidade caracterizada pela multiplicidade dos circuitos de comercialização. Partindo das unidades de produção, foram identificados cinco destinos possíveis e doze circuitos de escoamento que se diferenciam pelo tipo de produto (leite "in natura",

queijo caseiro), pelos atores envolvidos (artesãos, comerciantes, cooperativa, indústrias) e pelo mercado de destino (local ou regional).

Como foi mencionado acima a adoção, pelo produtor, de uma ou mais formas de comercialização depende das características dos sistemas de produção de leite, identificadas com a tipologia (tamanho da propriedade, disponibilidade de mão-de-obra e da participação do leite na constituição da renda agrícola). Existem outros fatores ligados à localização da propriedade (com relação aos povoados e as estradas), ou às oportunidades específicas como relacionamentos privilegiados com fretistas, comerciantes ou fabricantes de queijo. Na realidade, as transações entre esses atores correspondem a várias formas de organização combinando diferentes lógicas: doméstica, artesanal, mercantil e industrial (Bolthanky et Thevenot, 1991).

Elas correspondem a um conjunto de práticas repetidas, chegando a constituírem-se em regras ou normas transmissíveis que permitem aos atores se situarem e orientarem os seus processos de tomada de decisão. Cabe precisar que esses conjuntos de regras fazem referência a sistemas de representação diferentes, marcados por lógicas específicas.

A lógica doméstica, própria dos pequenos produtores e dos transformadores caseiros, caracteriza-se pela permanência do autoconsumo e da venda direta de pequenos volumes de excedentes; pela importância das relações de proximidade que permitem a negociação de serviços mútuos (restituição do soro pelo fabricante de queijo, fidelidade e confiança, pagamento semanal em espécie no dia da feira) e até de favores personalizadas (pequenos transportes, compras etc).

A lógica mercantil, marcada pela regra da concorrência, utiliza técnicas artesanais de beneficiamento e mantém uma certa proximidade com as formas de produção doméstica. Ela veio a ter mais importância com a crescente integração da produção local ao mercado, regional e hoje nacional. Participam dessa lógica os artesãos das fabriquetas, mesmo quando trabalham com volumes mais importantes e os fretistas que estão no dia a dia com os produtores. As fabriquetas, em realidade, tem uma lógica artesanal específica, ligada a um saber-fazer e a competências em matéria de comercialização.

Já a lógica industrial, mais recente na região, está calcada na otimização dos custos de produção em função de investimentos importantes que somente podem ser amortizados através do crescimento dos volumes tratados, quer dizer, das áreas de coleta. Está cada vez mais marcada pela diversificação e pela padronização dos produtos, pela normalização do condicionamento e pelas exigências de qualidade. Esses elementos associados ao contexto de globalização dos mercados levam às estratégias de concentração regional.

Na maioria dos casos identificados os atores integram várias lógicas. Isto verifica-se sobretudo com os produtores que vendem para a indústria, e com os intermediários, em particular os fretistas. As relações de proximidade que mantêm com os produtores lhes permitem transmitir a estes, o conhecimento das regras do sistema industrial ao qual estão vinculado, como, por exemplo, as novas condições impostas pelas indústrias em termo de qualidade e de pagamento (sempre mais diferido para os pequenos produtores). Esses atores situados na interface entre as duas lógicas diferentes, ou até contraditórias, são, portanto, elementos

chaves dessa confrontação e dos processos de negociação quando estes se concretizam.

A coexistência dessas lógicas dá uma certa coerência ao conjunto, bastante complexo, da cadeia produtiva local ou regional do leite e permite integrar, no sistema agro-industrial multinacional, segmentos econômicos antes marginalizados como aqueles dos pequenos produtores familiares.

## **6.CONCLUSÕES**

O estudo evidenciou que, através de um instrumental metodológico relativamente simples, é possível conhecer a dinâmica da produção local e dos circuitos de comercialização, descrevendo os agentes, suas funções e seus objetivos, os fluxos e os seus pontos de estrangulamento e identificando tendências de evolução da produção e do mercado.

Os resultados confirmam a existência e o desenvolvimento de uma bacia leiteira centrada no município de Nossa Senhora da Glória, com uma organização própria no que diz respeito ao escoamento e a comercialização da produção. Por outro lado, demonstram que a agricultura familiar daquela região tem no leite e seus derivados o principal produto de integração ao mercado. Em função da diversidade dos atores que compõe essa cadeia produtiva, essa integração não se dá de maneira uniforme. Na realidade, trata-se de várias formas de organização combinando diferentes lógicas: doméstica, artesanal, mercantil e industrial. Sublinha-se aí a importância de alguns atores intermediários que se situam na interface dessas diversas lógicas.

Considerando que este tipo de metodologia prevê uma etapa de experimentação, após a restituição desses resultados, feita aos diferentes atores, a título de recomendação poderia se indicar algumas ações como apoio a estruturação e organização dos atores da cadeia, organização de cadeias curtas, venda direta em quiosque do produtor ou do artesão, marketing e valorização dos produtos regionais e locais criação de associações de produtores e artesãos entre outros.

O conhecimento adquirido através desse estudo permite assentar as bases para a formulação de propostas de intervenção e de pesquisa-desenvolvimento para o fortalecimento da pecuária leiteira na região estudada. As ações a serem discutidas e elaboradas conjuntamente com os atores locais e regionais não se atém aos limites das propriedades, mas incluem o apoio à organização dos atores da cadeia, a melhoria da qualidade e o aprimoramento das condições de comercialização para os diferentes segmentos de mercado identificados com o objetivo de melhorar a inserção da agricultura familiar no espaço econômico regional.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ANDRADE, M. C. de. **Geografia econômica do Nordeste**, São Paulo: Atlas. 1967, 169p.
- ANDRADE, M.C. de. **A terra e o Homen do Nordeste: contribuição ao estudo da questão agraria no Nordeste**. Sao Paulo: Atlas, 1986. 251 p.
- BOLTANSKY, .L.; THEVENOT, L. De la justification. **Les économies de la grandeur**. Paris, França: PUF, 1987, 361 p.

- BRICAS, N. Consommateurs en quête d'identité. In: **Histoire de Développement**, 27, 34-37, Paris, França: FPH, 1994.
- FUNDAÇÃO IBGE. **Censo Agropecuário**. Estado de Sergipe. - Rio de Janeiro, F. IBGE. 1980.
- JANK, M. S. Agribusiness do leite no Brasil: O atual momento e o futuro. In: **Balde Branco**, abril 1995. pp.32-37, São Paulo. 1995.
- LANGUIDEY, P. H.; CARVALHO FILHO, O. M. Alternativas para o desenvolvimento da pequena produção de leite no semi-árido. In: **Simpósio Nordeste de Alimentação de Ruminantes**, 5, 1994, Salvador-BA, Anais, Salvador: SNPA. 1994. p. 87-105.
- SAUTIER, D. **Rapport de mission espaces économiques des produits de l'agriculture familiale du Nordeste semi-aride**, CIRAD SAR, 1995, 17 p.
- SILVA, F. B. R.; RICHE, G. R.; TONNEAU, J. P.; CAVALCANTI, A. C.; SOUZA NETO, N. C. de.; BRITO, L. T. de L.; CORREIA, R. C.; SILVA, F. H. B. B. da; SILVA, A. B. da; **Zoneamento agroecológico do Nordeste; diagnóstico do quadro natural e sócio-econômico**. Brasília, DF: EMBRAPA-CPATSA-SNLCS, 1992. 155p..
- SILVA, P. C. G. da; SAUTIER, D.; SABOURIN, E. ; THUILLIER CERDAN, C. Abrindo a porteira: a relação dos sistemas de produção com a comercialização e a transformação, num enfoque de pesquisa-desenvolvimento, Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção, II Londrina, PR, 1995. In: **Anais do: 2º Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção** IAPAR-SBS, 1995, 15 p.
- TONNEAU, J. P. **Modernisation des espaces ruraux et paysannerie. Le cas du Nordeste du Brésil**. Nanterre, França: Université Paris X, 1994. 298p. Tese de Doutorado.

ZOCCAL, R. **Leite em números**. Coronel Pacheco, MG: EMBRAPA-CNPGL. Belo Horizonte: FAEMG, 1994. 131p.

WILKINSON, J. **O estado, a agro-indústria e a pequena produção**. Estudos Rurais, Salvador: HUCITEC-ECPA/BA, 1986. 218p.