

Os Pequenos Produtores de Leite do Semi-Árido Nordestino: Diferentes Formas de Inserção no Mercado Regional¹

Claire Cerdan

Orlando Monteiro de Carvalho Filho

Introdução

A globalização e as novas políticas dos países da América Latina colocam em questão a competitividade dos setores agrícolas, inclusive o setor leiteiro do Nordeste. Este setor, caracterizado pela presença de pequenos produtores, de grandes multinacionais e pequenas empresas rurais ou agroindustriais, se desenvolve tendo um papel cada vez mais importante no futuro da Agricultura Familiar. Este trabalho ilustra os mecanismos específicos da articulação dos pequenos produtores da região semi-árida ao mercado. Trata-se de uma análise comparativa entre quatro micro-regiões do Nordeste semi-árido voltada para a pecuária leiteira (Quadro 1). A metodologia usada baseia-se em um 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 (Silva et al., 1995). 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. O trabalho apresenta as principais conclusões da análise comparativa, considerando: (1) as condições de emergência e a diversidade de algumas áreas de produção de leite no Nordeste semi-árido; (2) as diferentes formas de inserção ao mercado dos pequenos produtores de leite. Uma reflexão sobre os fatores de desenvolvimento dessas bacias permitiu tirar algumas informações para a difusão das experiências de valorização dos produtos da agricultura familiar no Brasil.

¹ Esse trabalho se baseia no artigo publicado pela Sociedade Brasileira de Sociologia e Economia Rural (Moreira et al., 1996) e nos resultados de projeto de pesquisa desenvolvimento de apoio a agricultura familiar conduzida pela Embrapa e o CIRAD.

Quadro 1. Principais características das regiões estudadas

Localização		Precipitação anual	Superfície	nº de estabelecimentos	Autores e ano de publicação
N. Sra. da Glória	Sertão sergipano do São Francisco	650mm	760km ²	2100	Moreira et al, 1996 Cerdan et al, 1996 Pinaud et al, 1997 Chignier et al, 1997; Caron, 1998 Carvalho et al, 1998
Carira	Sertão sergipano do São Francisco	700mm			Bertin, 1997 Cerdan et al, 1998
Pintadas	Depressão sertaneja da Bahia	600mm	530km ²	1000	Mercy, 1995; Caron, 1998
Tauá	Sertão dos Inhamus	500mm	4388km ²	3500	Tourrand et al, 1993; Caron, 1998

Esse trabalho se baseia no artigo publicado pela Sociedade Brasileira de Sociologia e Economia rural (Moreira *et al.*, 1996) e nos resultados de projeto de pesquisa desenvolvimento de apoio a agricultura familiar conduzida pela Embrapa e o Cirad. Grande parte desses resultados estão valorizados numa tese de doutorado (Caron, 1998).

As Bacias de Produção Leiteira no Nordeste Semi-Árido Condições de emergência

O Nordeste caracteriza-se pela presença de duas regiões distintas: uma zona litoral úmida, onde se concentram os grandes pólos urbanos da região e uma zona interior semi-árida que experimenta secas periódicas. Nesta região, a pecuária foi o suporte da colonização das terras no século XIX. Ainda hoje, ela constitui um elemento chave do desenvolvimento regional. Evidenciou-se que essa produção aparece espalhada em microbacias na interface entre a zona úmida e o interior mais árido. Essa zona se beneficia de uma série de fatores favoráveis dentre os quais destacam-se as condições climáticas (temperaturas elevadas, baixas umidade e precipitação) que favorecem os criatórios com baixa incidência de doenças nos rebanhos; uma tradição de

pecuária antiga das regiões semi-áridas e a relativa proximidade dos mercados urbanos do litoral.

A região semi-árida do Nordeste experimentou uma mudança rápida e profunda entre os anos 60 e 80. A análise histórica dos dados do censo agropecuário e as entrevistas com pessoas-chaves permitiram caracterizar e entender os fenômenos que contribuíram para a emergência das quatro bacias leiteiras, observando-se em particular:

- ↳ 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, o sisal e o fumo, são exemplos bem representativos. Nesse contexto, o leite e a fruticultura constituem, hoje, vetores privilegiados de integração ao mercado da agricultura familiar nordestina;
- ↳ a expansão a partir das bacias leiteiras tradicionais (Bahia, Alagoas) pré-existentes, que possibilitaram a difusão de material genético animal e vegetal (bovino mestiço holandês, palma, capim buffel, entre outros);
- ↳ 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 pastagens cultivadas, assim como a implantação de infra-estrutura hídrica;
- ↳ o crescimento das cidades interioranas e a existência de serviços de apoio, como extensão agrícola, bancos, etc., visto que, os resultados da pesquisa em Nossa Senhora da Glória destacam uma correlação forte entre a presença dos serviços de apoio e o acesso aos financiamentos, pelos pequenos produtores;
- ↳ a "lei do pé alto" de 1964, em Pintadas impedindo a circulação dos animais fora das áreas cercadas contribuiu para o abandono dos criatórios de pequenos ruminantes (Caron, 1998);
- ↳ A valorização econômica do leite nos municípios estudados foi fortemente influenciada pela pavimentação a exemplo da estrada entre a capital e o município de Nossa Senhora da Glória ocorrida no

início dos anos 70 e a estrada do feijão em 1980 na Bahia (Mercy, 1995; Moreira et al, 1996; Caron, 1998);

↳ A implantação da indústria ou de cooperativas também contribuíram para a expansão da produção leiteira incorporando novos produtores à essa atividade.

Diversidade das áreas de produção

Há uma diversidade de situações muito grande entre as bacias de produção, que se traduz através do nível de especialização ou de intensificação dos sistemas de produção existentes. Assim, destacam-se nesse estudo, dois municípios com vocação leiteira bastante marcada e duas bacias de menor especialização, apesar do leite apresentar-se como um elemento importante do sistema.

Em Nossa Senhora da Glória, 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. Nesse município, 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 (Quadro 2)

Quadro 2. Tipos de pequenos produtores de leite em Nossa Senhora da Glória-SE

Tipo I	Produtores jovens, 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	Produtores para quem a produção leiteira é a base da economia da propriedade. Encontram-se em via de capitalização e de especialização e alguns deles estão em processo de intensificação com incorporação de inovações tecnológicas (76,3%).
Tipo III	Esse grupo (6,5%) é composto por produtores 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 estacionais.

Fonte: Moreira et al., 1996.

Em Pintadas, há uma concentração de pequenos e médios produtores de leite (Quadro 3). São cinco tipos de produtores sendo que, destes, quatro produzem leite, o quinto tipo é representado pelos minifúndios que não possuem animais. Ainda, 85% dos produtores de leite que vendem para a indústria produzem menos de 60 litros por dia, representando 67% do volume coletado (Caron, 1998).

Quadro 3. Tipos de produtores de leite em Pintadas-BA

Tipo I	Minifúndios pecuaristas com poucos animais, têm uma atividade leiteira voltada para o autoconsumo e, para quem, uma parte importante da renda familiar provém da venda de mão-de-obra ou da migração. Representam 40% dos estabelecimentos no município.
Tipo II	Pecuarista camponês para quem a produção leiteira é a base da economia da propriedade. A mão-de-obra é familiar, e possuem entre 20 e 40 bovinos e 10 a 15 vacas para uma propriedade de 20 a 80 ha. Representam 36% dos produtores do município.
Tipo III	São produtores pecuaristas que conseguiram acumular terra e animais e que, possuem entre 80 e 500 ha, a vocação do rebanho é mista, o número de animais estima-se em 200 cabeças; oferece empregos para os minifúndios do município. Representam 3% dos produtores.
Tipo IV:	Representando 2% das unidades, os latifúndios possuem entre 500 e 3500ha. Alguns deles orientam-se para a produção de leite intensiva.

Fonte: Elaboração própria segundo Mercy (1995) e Caron (1998).

Já em Tauá, encontra-se sistemas de produção mais diversificados, aliando bovinos e ovinos. Uma boa parte dos produtores param de tirar o leite durante o período seco. São 11 tipos de produtores dentre as quais selecionou-se os tipos de produtores de leite (Tourrand et al, in Caron, 1998). O quadro seguinte evidencia a baixa participação do leite na renda dos produtores.

Quadro 4. Tipos de produtores de leite em Tauá

	Aposentados	Pequenos produtores	Agricultores irrigantes	Agropecuária	Produtor de leite
% dos produtores de Tauá	20%	13%	8%	17%	18%
Nº Bovino	6,9	4,3	7,1	25,4	32,2
Renda do Leite (R\$)	665	180	110	2910	7930
% Renda leite na renda total	12%	4%	2%	15%	32%

Elaboração própria segundo Caron, 1998.

Para resumir, vislumbra-se que, em Nossa Senhora da Glória, há uma predominância de pequenos produtores em via de especialização leiteira. Em Pintadas, médios e pequenos produtores especializados são a base da produção leiteira. Já, em Tauá, trata-se de produção leiteira menos intensificada com sistemas de produção diversificados (bovinos, ovinos ou vacas mestiças) onde a renda leite, apesar de ser importante, representa menos de 30% da renda bruta das unidades de produção.

Cabe salientar que a noção de especialização leiteira ou de produção intensificada é bastante relativa, visto que as condições climáticas difíceis perduram. A observação das práticas dos produtores do Nordeste semi-árido evidencia que eles desenvolvem várias estratégias de redução dos riscos: otimização e redução dos custos, diversificação da produção, produção mista (consumo e comercialização), atividades não agrícolas, agregação de valor a partir do beneficiamento do produto agrícola.

A presença de um sistema de intermediação eficiente pode também favorecer ou, ao invés, impedir uma especialização

leiteira: a forte presença das indústrias (três na região de Pintadas) ou o dinamismo do comércio queijeiro de Nossa Senhora da Glória explicam o nível de especialização dessas duas micro-regiões.

Diferentes Formas de Inserção dos Produtores de Leite ao Mercado Regional

Principais formas de integração dos produtores ao mercado

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 internos 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 ou a cooperativa (quando existe), não somente o pagamento é realizado por quinzena, como é feito em cheque. Por outro lado, as estratégias de escoamento da produção também estão influenciadas por fatores ligados a propriedade 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 parte do soro. 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 à infra-estrutura rodoviária, 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.

↳ **a qualificação do produtor:** o destino do leite 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 ao cultivo de produtos agrícolas (milho para silagem) ou a criação de outros tipos de animal (suínos, aves). 2) O produtor tem competência em outros tipos de atividades: sabe fazer o queijo, tem o hábito de comercializar a sua produção, etc.

Principais destinos da produção leiteira

Foram identificados cinco destinos possíveis para a produção de leite: autoconsumo, fabricação de queijo caseiro, venda de leite sem transformação no mercado local, venda para a indústria e venda para as fabriquetas de queijo. Cada uma das quatro micro-regiões destaca uma situação diferente de inserção ao mercado (Quadro 5).

Quadro 5. Destino da produção nos quatro municípios estudados em 1995

Destino	Autoconsumo e venda de leite na cidade	Queijo caseiro	Fabriqueta	Industria cooperativa	Volume de produção de leite (litros/dia)
N. Sra. da Glória	20,5%	10,5%	42,9%	26,1%	47600 ¹
Pintadas	36%	5%	-	58%	13704 ²
Tauá	55%	15%	-	15%	17000
Carira	24%	20%	7%	48%	20700

¹ Em 1998, A indústria fechou o posto de refrigeração, o leite que lhe era destinada dividiu-se entre as fabriquetas e a fabricação caseira de queijo de coalho.

² Em 1995, o município de Pintadas ainda não recuperou o volume produzindo antes da seca de 1993 que era de 26000 litros por dia.

A venda do leite *in natura* encontra-se nos quatro municípios, em escalas diferentes em função do tamanho das cidades ou dos povoados.

A produção e a comercialização do queijo caseiro (Carira, Tauá e Nossa Senhora da Glória)

O mercado destino da pequena produção leiteira sempre esteve vinculado a fabricação regional de queijo. Os diagnósticos realizados em vários municípios que compõem as bacias leiteiras do Sertão Sergipano, revelaram que entre 50% e 70% da produção de leite está sendo absorvida pelo setor queijeiro (Cerdan *et al.*, 1998). Trata-se de produtos tradicionais: o queijo de coalho cru, o queijo de coalho cozido, encontrado no Ceará, o requeijão na Bahia e em Sergipe. A maioria dos produtores que fazem queijo caseiro produzem entre 10 e 30 litros diários. Entretanto, encontram-se médios produtores de leite (200 litros por dia) na região de Nossa Senhora da Glória que optaram pela produção de queijo. Muitas vezes são produtores que se encontram afastados das linhas de coleta das indústrias ou das fabriquetas. Essa produção depende da disponibilidade de mão-de-obra e da importância do leite na composição da renda, sendo que o comércio desse queijo caseiro apresenta uma grande variabilidade de preços e de volume, conseqüência da estacionalidade da produção de leite ainda predominante na região. Esses produtos são comercializados através dos comerciantes locais que praticam um comércio de proximidade, vendendo os produtos num raio de 150-200km, ou pelos grandes negociantes que vendem os queijos para os varejistas e outros comerciantes em cidades importantes do Nordeste: Salvador, Feira de Santana, Recife, Fortaleza e Natal.

Em Nossa Senhora da Glória, os negócios movimentam cerca de 800 a 3000kg de queijo por semana chegando até a 8000kg no inverno, no caso dos grandes comerciantes. Estabelecem-se contratos entre comerciantes e produtores, ligados ao volume de queijo e à procura de uma qualidade específica (mais ou menos salgados, forma do queijo quadrada ou retangular, etc) (Moreira *et al.*, 1996).

As fabriquetas (Nossa Senhora da Glória)

As fabriquetas são pequenas unidades de transformação de leite em queijo, que apresentam-se coerentes com os produtores familiares, oferecendo vários serviços como o pagamento semanal em espécie, a devolução de uma quantidade de soro, o atendimento aos produtores em qualquer época do ano, quando as indústrias privilegiam o maior volume de produção diário e regularidade da produção, deixando o pequeno produtor com poucas opções para vender o seu produto. Nessa pesquisa, o número maior de unidades foi encontrado em Nossa Senhora da Glória. Este número varia acentuadamente, atingindo, em determinados momentos, mais de 30 unidades. A concorrência entre elas contribui para um preço do leite mais elevado ao nível do produtor, que lhe permite intensificar a sua produção (Bertin, 1997). Um levantamento realizado em 1995 identificou 17 unidades no município de Nossa Senhora da Glória e 31 unidades em 1998. Bem espalhadas no território, elas atendem a um grande número de produtores (entre 20 e 30 por unidade de fabricação de queijo), cada uma processando, hoje, entre 1000 e 5000 litros por dia.

A emergência dessas unidades baseia-se na existência de um saber-fazer local da transformação de leite. Produzindo, portanto queijos tradicionais do Nordeste tais como: o queijo de coalho, o requeijão e a manteiga de garrafa. Além desses produtos, são fabricados produtos mais genéricos como a mussarela, a ricota ou um produto novo, como é o caso do queijo de coalho precozido em Nossa Senhora da Glória, que apresenta melhor aptidão a ser assado na brasa. Estes produtos evidenciam a alta capacidade dessas unidades de se adaptarem ao contexto e de encontrar novos mercados. Trata-se de mercado muito instável, em que cada fabricante domina a fabricação de vários queijos para poder ter maior flexibilidade face as quedas de preços. A produção de queijo está sempre associada à criação de porcos (a partir do soro) o que permite, na realidade, assegurar a viabilidade econômica dessas unidades.

Todos os fabricantes são originários da região, encontrando-se dois grandes grupos. Os produtores e os intermediários. O primeiro grupo é constituído de produtores ou filhos de produtores que, com a preocupação de diversificar as fontes de renda, fabricam queijo, comprando o leite dos vizinhos e criando porcos. O segundo grupo agrupa os fretistas ou empregados da indústria ou comerciantes de

queijo, que ampliam a sua atividade com o beneficiamento do leite. 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, oferecendo serviços bem adaptados a produção familiar de leite.

As indústrias de laticínios (Pintadas e Nossa Senhora da Glória)

Até 1995, três indústrias encontravam-se na região de Nossa Senhora da Glória, com escala e forma jurídica diferentes: a Cooperativa Sergipana de Laticínios (CSL), uma sociedade privada (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.

Analisando, a evolução da indústria em Nossa Senhora da Glória destaca-se um período de investimento pelo grupo Betânia que construiu uma unidade de transformação de leite em queijo, principalmente. A partir da compra dessa unidade pela multinacional Parmalat, transformou-se em simples posto de resfriamento antes da expedição para Salvador. Essa empresa fechou o posto em 1998, considerando-o pouco rentável. 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).

Já na Bahia, existem duas bacias de produção sendo que uma é o prolongamento da região cacaueira e outra que se expande ao redor de Feira de Santana. Três empresas aí se implantaram a partir dos anos 70: Nestlé, Parmalat e Glória. As usinas de beneficiamento localizam-se ao redor das grandes cidades: Salvador e Feira de Santana (Mercy, 1995; Caron, 1998).

Esses tipos de indústria respondem a uma lógica econômica em relação à coleta preferindo, assim, os produtores maiores 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 levada em conta a lógica do mundo industrial, ignorando as formas de coordenação camponesas (não se devolve o soro, o pagamento é diferido e feito em cheque e não em espécie, 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 (Moreira *et al.*, 1998).

Concorrência e complementaridade entre as diferentes formas

Um mercado para cada produto

O mercado consumidor está cada vez mais segmentado, mais complexo, tanto para o leite como para os seus derivados. Notam-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 utilizar), prático (queijo quadrado, já apresentado em fatias, leite numa embalagem compacta, quadrada e pequena) 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.

Um estudo qualitativo realizado em Aracaju com 40 pessoas de diferentes extratos sociais, evidenciou que os consumidores têm uma visão diferente dos queijos artesanais e industriais que os orienta em suas compras (Chignier *et al.*, 1997). Enquanto, para eles, queijos industriais têm uma boa higiene e se conservam bem, os queijos artesanais são saborosos, frescos, correspondem a uma tradição nordestina, mas não tem boa higiene e não se conserva bem. Os consumidores de Aracaju valorizaram o fato que os queijos tipo coalho e requeijão correspondem à sua região natal, como um empresário que diz: “*Eu não compro queijo industrial porque eu me acostumei com os queijos da minha terra, e eu não gosto dos outros*”. Alguns consumidores falaram do fato que os queijos tipo industrial têm pouco sabor porque eles são feitos com leite pasteurizado, e perdem assim o gosto do queijo “da fazenda” (Chignier *et al.*, 1997).

Evidenciou-se que a maioria dos consumidores entrevistados consomem os dois tipos de queijos (artesanal e industrial). O fato de consumir somente queijos industriais é uma característica das pessoas de renda mais alta, porque são elas que vão fazer compras em supermercados onde não se encontram queijos artesanais. Elas estão também mais sensíveis aos problemas de higiene dos queijos, e têm, aliás, renda suficiente para comprarem produtos de supermercado, enquanto as pessoas de menor renda são as primeiras a comprarem queijos artesanais. Porém, pode-se notar que dois consumidores de nível alto preferem consumir somente queijos tipo coalho, por uma questão cultural, ligada à região de origem (Chignier *et al.*, 1997).

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 destinado à indústria.

Lógicas de integração aos mercados

A 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

A análise comparativa entre essas quatro micro-regiões leiteiras evidenciam uma grande diversidade de situações, caracterizada pela multiplicidade dos circuitos de comercialização. Partindo das unidades de produção, foram identificados cinco destinos possíveis e vários 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 anteriormente, 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).

Essas lógicas 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.

As lógicas doméstica e artesanal, próprias dos pequenos produtores e dos transformadores artesanais, caracterizam-se 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 espécies no dia da feira) e até de favores personalizadas (pequenos transportes, compras). Já a lógica industrial, 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. 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 (Moreira *et al.*, 1996).

Conclusões

A análise comparativa entre essas quatro micro-regiões do Nordeste semi-árido, mostra que não existe uma receita única para o desenvolvimento das bacias leiteiras e de inserção dos produtores ao mercado, pelo contrario, ficou evidenciado que à diversidade dos

sistemas de produção corresponde, também, uma diversidade de 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 conhecimento adquirido através desse estudo permite assentar bases para a formulação de propostas de intervenção e de Pesquisa-Desenvolvimento para o fortalecimento da pecuária leiteira no Nordeste semi-árido. 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.

Os numerosos trabalhos sobre o desenvolvimento das regiões industrializadas que tratam da importância do "território", ou dos "sistemas produtivos localizados" (Courlet, 1993; Abdelmalki e Courlet, 1996), permitem considerar novas variáveis nos modelos de desenvolvimento local, tais como as relações de proximidade, o sistema sócio-institucional de um espaço dado e o papel das instituições locais no desenvolvimento. A partir deste estudo, concordamos com Abdelmalki e Courlet (1996) ao confirmar que o desenvolvimento baseia-se no sistema de inter-relação, de circulação da informação, dentre as quais os fatores produtivos são apenas um elemento do sistema considerado.

Referências Bibliográficas

- ABDELMALKI, L. ; COURLET, C. **Les nouvelles logiques du développement**. Paris: Ed L'Harmattan , 1996, p.413.
- BOLTANSKY, .L.; THEVENOT, L. De la justification. **Les économies de la grandeur**. Paris, França: PUF, 1991, 361p.
- BRICAS, N. Consommateurs en quête d'identité. In: **Histoire de Développement**, 27, 34-37, Paris, França: FPH, 1994.

- BERTIN, L. **Estudo de comercialização de leite e mandioca na área de atuação do Pro-Sertão**. Aracaju, EMDAGRO, ADAC, FIDA PRO SERTÃO, 1997, 2 volumes.
- CARON, P. **Espaces élevages et dynamismes du changement dans le Nordeste Semi-Aride du Brésil**. Paris, Paris X, 1998 . 400 p (tese de doutorado em geografia).
- CERDAN, C., SILVA, P.C.G. da, DIAS, R. de C.S., CARVALHO, O.M. de, 1998. **O estudo das cadeias produtivas para o desenvolvimento da agricultura familiar**: in III Encontro da Sociedade Brasileira dos Sistemas de Produção, Florianópolis, SC, mai, 15p.
- CHIGNIER, C.; CERDAN, C.; MONTEIRO, O.C.; HOLANDA NETO, J. A percepção dos consumidores de Aracaju, SE sobre a qualidade dos queijos artesanais. In: Encontro de Pesquisa sobre a Questão Agrária nos Tabuleiros Costeiros de Sergipe: Agricultura Familiar em debate, 2, **Anais**, Aracaju, 1997, p.113-118.
- COURLET, D. Novas dinâmicas de desenvolvimento e sistemas industriais localizados. **Ensaio FEE**, vol. 14, no.1, p. 9-26, 1993.
- 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.
- MOREIRA J.N.; SILVA P.C.G da; CERDAN, C. et alii. Diversidade das formas de integração ao mercado: o caso da valorização dos laticínios pela agricultura familiar no Sertão sergipano. In: **Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural**, 34, 1996, Aracaju, SE. Agricultura e reestruturação produtiva: anais Brasília: SOBER, 1996-v.1
- 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.