

A produção artesanal/informal de queijo no Brasil: um saber-fazer negado pelas normas sanitárias oficiais

Evaristo José de Lima Neto¹

RESUMO

Nos últimos anos, em função de epidemias como da “vacca louca” e da “gripe aviária” os mercados agroalimentares vêm sendo fortemente influenciados por um paradigma de qualidade pautado nas características sanitárias e higiênicas dos produtos. Desde então os mercados locais e informais, vêm sendo pressionados para se adequarem às exigências das regras “impessoais” de higiene e sanidade, justificadas pelo apelo a defesa da saúde pública e bem-estar do consumidor. No Brasil a legislação sanitária justificada como instrumento de garantia da saúde pública, tem funcionado como um forte obstáculo à produção e consumo de produtos artesanais, oriundos de estabelecimentos informais. Observa-se, no entanto que as tentativas de adequação às normas sanitárias vigentes, têm implicado em uma forte seleção e uma alta taxa de mortalidade para os empreendimentos informais, não apenas pelos custos econômicos desproporcionais à escala das suas atividades, como também pela negação do modo de organização e das formas de conhecimentos tradicionais (*saber-fazer*) relacionados às suas práticas produtivas. Neste sentido, este trabalho tem por objetivo analisar as implicações da introdução de normas sanitárias no funcionamento do mercado do leite no estado do Maranhão- Brasil, tomando por referência o processo de implantação das Instruções Normativas 51 e 62 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento-MAPA e sua repercussão para os produtores informais de queijo desse mercado. Para estudar este processo serão acionadas as abordagens teóricas oferecidas pela Sociologia Econômica e pela Economia das Convenções.

Palavras-chave: Produção de queijo, Normas Sanitárias, Socioeconomia das Convenções.

¹ Professor Adjunto da Universidade Federal do Maranhão - UFMA/Curso de Licenciatura em Ciências Humanas, Campus III-Bacabal, Brasil. ejlneto@gmail.com; evaristo.jose@ufma.br

ABSTRACT

In recent years, due to epidemics such as "mad cow" and "bird flu", agrifood markets have been strongly influenced by a quality paradigm based on the sanitary and hygienic characteristics of the products. Since then local and informal markets have been pressured to conform to the demands of the "impersonal" rules of hygiene and sanity, justified by the call to defend public health and consumer welfare. In Brazil, sanitary legislation justified as an instrument for guaranteeing public health, has acted as a strong obstacle to the production and consumption of artisanal products from informal establishments. However, it has been observed that attempts to adapt to current sanitary norms have led to a strong selection and high mortality rate for informal enterprises, not only due to the disproportionate economic costs of their activities, but also because of the mode of organization and the forms of traditional knowledge (know-how) related to their productive practices. In this sense, the objective of this work is to analyze the implications of the introduction of sanitary norms in the functioning of the milk market in the state of Maranhão, Brazil, taking as reference the process of implementation of Normative Instructions 51 and 62 of the Ministry of Livestock and Food- MAPA and its repercussion for the informal producers of cheese in this market. To study this process will be triggered the theoretical approaches offered by Economic Sociology and Economics of Conventions.

Key-words: Cheese production, Sanitary Standards, Economics of Conventions.

Introdução

Desde a década de 1990, em função de epidemias como da “vaca louca” e da “gripe aviária”, os mercados agroalimentares vêm sendo fortemente influenciados por um paradigma de qualidade pautado nas características sanitárias e higiênicas dos produtos. Desde então os mercados locais e informais, são pressionados para se adequarem às exigências das regras “impessoais” de higiene e sanidade, justificadas pelo apelo a defesa da saúde pública e bem-estar do consumidor.

Neste contexto, deve-se considerar seriamente o papel dos governos e da legislação na criação de aspectos particulares dos mercados, como, por exemplo, reconhecendo e legitimando práticas, relações e produtos, provendo a estabilidade necessária para compradores, vendedores e produtores, em dado mercado. Enfim, dar atenção ao papel do Estado de definir que tipos de produtos são apropriados para a troca (Fligstein & Dauter, 2012).

No Brasil 11 bilhões de litros/leite/ano são transformados em queijo pelas indústrias formalizadas e, estima-se que outros 06 bilhões de litros/leite/ano são convertidos em queijo em estabelecimentos denominados informais (sem registro nos órgãos estatais de inspeção sanitária) (Zoccal, 2016). O marco regulatório setor leiteiro do Brasil, experimentou nos últimos anos, profundas modificações engendradas pelo Estado brasileiro, que se expressam principalmente pela “modernização” da legislação sanitária por meio da edição das Instruções Normativas Nº 51/2002-MAPA e sua retificadora, a IN 62/2011-MAPA.

Estas Instruções Normativas se constituem atualmente como os principais dispositivos de regulamentação sanitária para o setor, estabelecendo critérios técnicos para a produção, identidade, *qualidade*, coleta e transporte do leite A, B, C, Pasteurizado e Cru Refrigerado. O seu conteúdo torna obrigatório à observação de procedimentos que trazem uma série de modificações nas práticas até então realizadas por produtores de leite e unidades de beneficiamento, sejam elas artesanais ou industriais. Estas modificações passam pela infraestrutura disponível nas propriedades², nas unidades de beneficiamento³, meios de transporte, armazenamento, práticas

² Currais de espera e manejo: de existência obrigatória, devem possuir área mínima de 2,50 m² (dois vírgula cinquenta metros quadrados) por animal a ser ordenhado, pavimentação de paralelepípedos rejuntados, lajotas ou piso concretado, cercas de material adequado (tubos de ferro galvanizado, correntes, régua de madeira, etc.) e mangueiras com água sob pressão para sanitização (MAPA, 2011).

³ Devem dispor de equipamentos em aço inoxidável, de bom acabamento, para realização das operações de beneficiamento e envase do leite, em sistema automático de circuito fechado, constituído de refrigerador a placas para o leite proveniente da ordenha, tanque regulador de nível constante, provido de

produtivas, sanidade do rebanho, normas de higiene⁴, uso de insumos, equipamentos, e padrões físico-químicos⁵.

Neste trabalho irei analisar as implicações das normas sanitárias no funcionamento do mercado do leite no estado do Maranhão- Brasil, tomando por referência o processo de implantação das Instruções Normativas 51 e 62 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento- MAPA e sua repercussão para os produtores informais de queijo. Para estudar este processo, utilizarei abordagens teóricas da Sociologia Econômica e da chamada Socioeconomia das Convenções (Boltanski &Thevénot, 1991; Salais, 2003; Allaire, 2013), que apontam para a necessidade de observação dos processos de estabelecimento de critérios de qualidade, como momento preliminar ao estabelecimento do intercâmbio mercantil de produtos agrícolas. A análise empírica se deu a partir da análise do processo de implementação das INs 51 e 62 na bacia leiteira da microrregião de Imperatriz, estado do Maranhão, para tanto foram realizadas análise de documentos, observações e entrevistas junto a produtores de leite e queijo da microrregião.

1. Contribuições das perspectivas da Sociologia Econômica e da Socioeconomia das Convenções para o debate sobre a qualidade de produtos agroalimentares

Em relação ao debate sobre a *qualidade* nos mercados agroalimentares, a literatura acionada para compreensão destes fenômenos, se distingue principalmente, a partir de três grandes perspectivas teórico-metodológicas, sendo elas a abordagem da Economia Convencional (neoclássica) - ECN, da Nova Economia Institucional - NEI e

tampa, bombas sanitárias, filtro-padronizadora centrífuga, pasteurizador, tanque isotérmico para leite pasteurizado e máquinas de envase. Não deve ser aceito pelo SIF o resfriamento do leite pasteurizado pelo sistema de tanque de expansão (Id. Ibid.).

⁴ As tetas do animal a ser ordenhado devem sofrer prévia lavagem com água corrente, seguindo-se de secagem com toalhas descartáveis, e início imediato da ordenha, com descarte dos jatos iniciais de leite em caneca de fundo escuro ou em outro recipiente específico para essa finalidade; O controle da qualidade do Leite Cru Refrigerado na propriedade rural ou em tanques comunitários, nos termos do presente Regulamento e dos demais instrumentos legais pertinentes ao assunto, somente será reconhecido pelo sistema oficial de inspeção sanitária a que estiver ligado o estabelecimento, quando realizado exclusivamente em unidade operacional da Rede Brasileira de Laboratórios de Controle da Qualidade do Leite – RBQL (Id. Ibid.).

⁵ Contagem Padrão em Placas (CPP), a Contagem de Células Somáticas (CCS), a Redutase ou Teste de Redução do Azul de Metileno (TRAM), a pesquisa de resíduos de antibióticos, a determinação do índice crioscópico (Depressão do Ponto de Congelamento, DPC), a determinação do teor de sólidos totais e não-gordurosos, a determinação da densidade relativa, a determinação da acidez titulável, a determinação do teor de gordura e a medição da temperatura do leite cru refrigerado. Cada um destes requisitos deve ser fiscalizado periodicamente, em cada produtor credenciado, por um laboratório autorizado pelo MAPA (Id. Ibid.).

da Nova Sociologia Econômica - NSE. Nesse contexto, porém, a NSE ocupa uma posição de crítica às duas outras perspectivas a partir do que entende como limitações da ECN (pela natureza exótica do seu *homo economicus*) e da NEI (pelo caráter inexorável que concede a muitos elementos dos fenômenos econômicos). Esta postura crítica advém basicamente do fato da NSE dar ênfase à ideia de construção social dos mercados, o que possibilita romper radicalmente com outras ideias balizares da teoria clássica, que vêm no mercado e na racionalidade dos indivíduos, as formas exclusivas de coordenação entre os agentes econômicos.

São exatamente estes aspectos criticados que, segundo a NSE, encerram a maior parte dos estudos sobre mercados e *qualidade*, em uma espécie de determinismo industrial e tecnológico. Neste sentido, a NSE converge para a chamada Economia das Convenções, ao chamar atenção para o fato de que a maior parte das formas de coordenação não emerge de um modelo *standard*, mas ao contrário, passa por uma pluralidade de modos de coordenação, ou seja, os acordos entre os indivíduos, mesmo quando se limitam ao contrato de uma troca mercantil, não são possíveis sem um âmbito comum, sem uma convenção constitutiva que passe pela mediação de regras, normas e instituições (Dosse, 2003).

Os repertórios teóricos- metodológicos oferecidos pela Nova Sociologia Econômica e pela Economia das Convenções apontam, para uma dupla ruptura com os esquemas *mainstream* de interpretação das interações nos mercados. Primeiramente destacando a necessidade da observação dos processos de estabelecimento de critérios de *qualidade*, como momento preliminar ao estabelecimento do intercâmbio mercantil. Em seguida, por demonstrar que *qualidade* de um produto não se define a partir de uma referência universal, mas sim, a partir de valores socialmente compartilhados, pautados em diferentes noções de “justiça” e “bem comum”. Sobre este último aspecto, o aporte da Economia das Convenções nos oferece o seu modelo das *cités* (Boltanski e Thévenot, 1991), no qual mostra a pluralidade dos modos de coordenação e justificação aos quais os indivíduos podem estar engajados.

Steiner (2006) salienta que o esforço da Sociologia Econômica visa ao desvendamento e ao estudo das formas de arranjos, que atuam quando o problema a resolver é a questão da avaliação da qualidade dos produtos. Neste sentido, diante das limitações da explicação do funcionamento do mercado pelos preços, faz-se necessário introduzir as instituições e as diversas formas de comportamento social na análise da relação dos atores no mercado.

Por seu turno, Valceschini e Nicolas (1995), consideram a *qualidade* como uma construção social, que se apoia em elementos legitimadores. Nessa lógica, identificam três aspectos que, na sua acepção, impõem *qualidade* a um produto: sua escassez e particularidades (bens de luxo); uma característica intrínseca do produto definida pela tecnologia usada, e as associações e percepções do consumidor de alguma característica que atenda as suas necessidades. Assim, diferente da perspectiva da Economia Neoclássica, a *qualidade* não se vincula somente à regulação de preço (custos de produção) e seu objetivo passa a ser bem mais que reduzir incertezas⁶. Estes autores ressaltam ainda que, a representação de qualidade hegemônica, se estabelece por um conjunto de atributos inerentes ao produto, estipuladas pelo mundo das ciências e das técnicas industriais. Estes atributos qualitativos são enunciados como um conjunto padronizado de referências objetivas, passíveis de mensuração universal, fazendo da *qualidade*, algo que possa ser medido, pesado, contado (Valceschini & Nicolas, 1995).

Sobre este aspecto, Niederle (2013, p. 24) chama atenção para o fato de que “um dispositivo de qualidade pode tanto aglutinar diferentes atores, quanto funcionar como um ‘bem de clube’, se apropriado por um pequeno número de atores, funcionando como um forte fator de exclusão”. Esta assertiva se aplica aos chamados mercados de singularidade – vide alguns casos de Indicações Geográficas, que foram apropriados por setores industriais ou pelo oligopolizado sistema varejista internacional – e também ao mercado de *commodities*, no qual as estratégias competitivas fundadas em diferenciação qualitativa, encontram apelo crescente.

Allaire (2013) é outro autor que traz uma importante contribuição para a discussão da temática, defendendo a ideia de que, assim como os mercados, a *qualidade* é ainda produto de uma construção social, e pode ser uma chave interpretativa poderosa para a compreensão da emergência e funcionamento de mercados, uma vez que, a diferenciação dos alimentos por meio de padrões de qualidade, atinge todos os sistemas de produção e abastecimento alimentar. Por esta perspectiva, um produto só adquire qualidades, pela mobilização de imagens mentais, produzidas nas disputas entre determinados atores pelo estabelecimento dos padrões de *qualidade*. Estas imagens, muitas vezes, ganham materialidade nos dispositivos institucionais de *qualidade* (como

⁶No contexto dos mercados agroalimentares, Valceschini e Nicolas (1995) identificam, a partir das formulações de Boltanski e Thévenot (1991), quatro tipos de convenções preponderantes que estão relacionadas à qualidade dos produtos: a) Mercado; b) Cívica; c) Industrial e d) Doméstica. Convenções essas, que podem prevalecer isoladamente ou se combinar no processo de legitimação e justificação no mundo social.

a legislação, manuais, etc.), ou seja, a trajetória do produto nas redes sociais onde ele circula e ganha vida, é o que determina e transforma suas propriedades.

Desta maneira, o que se reconhece como “padrões de qualidade” necessários –, por exemplo, à organização de mercados internacionais e cadeias globais de valor – refletem, na verdade, as concepções e a cultura das forças mais organizadas e poderosas, que se valem deste dispositivo para controlar ou alterar as estruturas de governança e as regras de troca. Para a Sociologia Econômica, portanto, a qualidade é, antes de qualquer coisa, uma convenção e, dentro desta lógica, as propriedades de produtos/serviços são estabelecidas pela variedade de convenções de coordenação entre os atores, e não apenas estritamente pelo mercado e tecnologias (Allaire, 2013).

No âmbito da Economia das Convenções a questão das distintas formas de justificação das ações, foi detidamente desenvolvida por Luc Boltanski e Laurent Thevénot, na obra *De la Justification: les économies de grandeur*, de 1991, na qual os autores estabelecem as bases para a compreensão das estratégias argumentativas utilizadas pelos indivíduos para justificarem suas ações e demandas. Nesta obra, os autores conciliam, de forma original, três questões que se mantiveram, até então, analiticamente separadas pela teoria econômica: a caracterização do agente e seus argumentos para agir; as modalidades da coordenação de suas ações; e o papel de valores e bens comuns. A partir deste momento, foi desenvolvida uma teoria capaz de compreender o papel das convenções na coordenação da ação econômica, assim como variações dinâmicas da pluralidade de convenções, envolvidas na coordenação dessas ações (Dosse, 2003; Vandenbergue, 2006; Nachi, 2009).

Trabalhando com a hipótese de que existe uma pluralidade limitada de ordens normativas que se tornaram hegemônicas no ocidente, Boltanski e Thevénot (1991) identificam a existência de seis modos (ou *mundos*) de avaliação que os agentes usam para justificar suas posições e coordenar suas ações ordinárias. A distinção entre os seis mundos – ou *cités*, como denominam os autores – se encontra no princípio orientador central pertinente a cada uma delas, de imprimir valores e lógicas próprias, capazes de estabelecer um fundamento de funcionamento, no qual as pessoas, objetos e ações são qualificados, justificados e postos à prova.

Neste sentido, cada *cité* constitui um mundo, que possui seu próprio universo de argumentação e de justificação das formas de competência legítima, que as pessoas podem genericamente mobilizar, para realizar qualificações ou estabelecer equivalências estando, “neste momento encapsuladas no âmago de um grande número

de instituições comuns e dispositivos sociais, como eleições, sindicatos, mídia, apresentações artísticas e cerimônias familiares” (Boltanski & Thévenot, 1991, p. 12).

Sendo estas *cités*: a inspirada, doméstico, industrial cívico, a do mercado e da opinião, conforme descritas abaixo:

i) A *cité* inspirada: tem como princípios, a humanidade comum e a não exclusão. A convenção é de inspiração à emergência de ideias originais e inovadoras, nas quais as informações são emocionais;

ii) A *cité* doméstica: transmite a ideia da relação pessoal e próxima entre os agentes, em que a ordem é a confiança. Baseia-se na tradição e confiança, quanto a pessoas ou marcas, como resultado do conhecimento pessoal e regularidade das transações;

iii) A *cité* da opinião: o princípio é de diferença, em que se leva em conta a opinião de outros e a reputação de empresas, produtos ou marcas;

iv) A *cité* cívica: ressalta o princípio de bem-estar comum, prevalecendo o interesse coletivo, onde a relação elementar é a solidariedade;

v) A *cité* industrial: contém o princípio da existência de ordens de grandeza, em que prevalece a noção de produtividade, e os valores são produtos da eficiência e padronização;

vi) A *cité* do mercado: sob o princípio da noção de investimento, em que a diferença é justificada pelo sacrifício ou esforço envolvido. O modo de funcionamento é o mercado, avaliado pelo preço e organizado pela competitividade por meio das relações de troca.

O modelo das *cités* se destaca também por adotar uma perspectiva, na qual prevalece a concepção de que os atores podem ser motivados por ideias, normas e valores (Vandenbergue, 2006). Desse modo, acordo com Wilkinson (2002), teoria das convenções possibilita compreender os valores embutidos nas chamadas normas técnicas, reconhecendo os espaços onde ocorre a definição dos padrões⁷, revelando como a “neutralidade” e “impessoalidade” reivindicada no estabelecimento destas

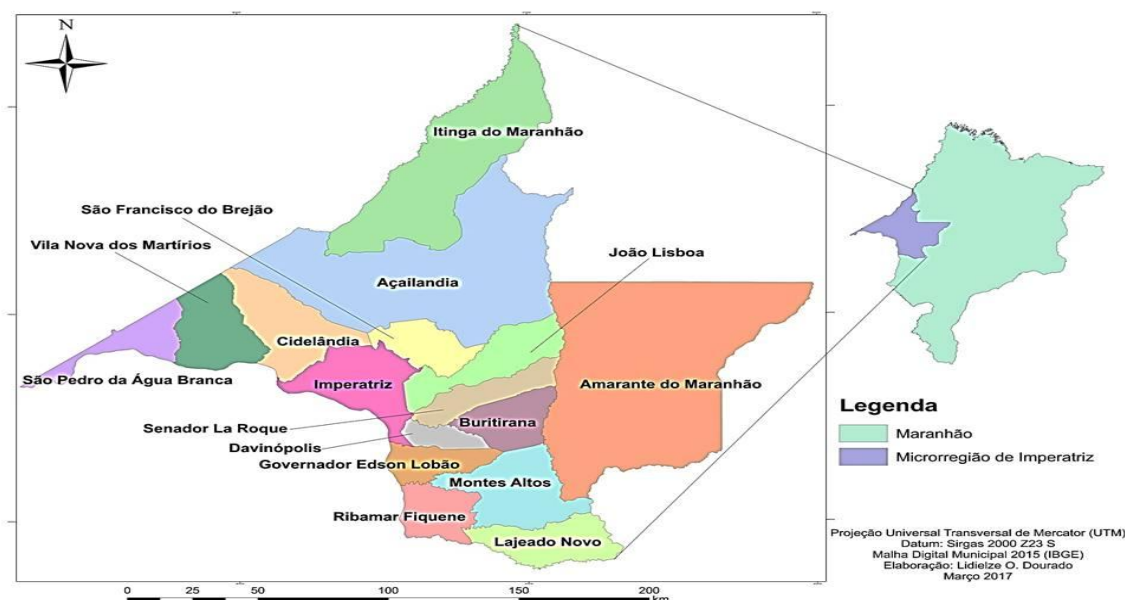
⁷De acordo com Wilkinson (2002, p. 819), os casos mais notórios de conflitos de regulamentação são encontrados na cadeia de lácteos, sobretudo na produção de queijos, e giram em torno da permissibilidade do uso de leite cru. Para o mundo industrial, economias de escala na logística e na produção seriam favorecidas pela pasteurização do leite, enquanto no mundo artesanal a qualidade do produto final é identificada com o uso de leite “vivo”.

normas podem corresponder ao interesse de algum grupo específico. Assim, uma legislação sanitária, por exemplo, é justificada como instrumento de garantia da saúde pública, uma justificação do *mundo cívico*, porém, o que se observa é que o *mundo técnico industrial* busca reproduzir uma representação de *qualidade* centrada nos aspectos sanitários, para criar obstáculos a produtos artesanais, presentes no *mundo doméstico* (Wilkinson, 2002).

2. O processo de implementação das INs 51 e 62 MAPA na microrregião de Imperatriz-MA

A Microrregião de Imperatriz corresponde à maior bacia leiteira do estado do Maranhão, produzindo 50% de todo o leite *in natura* (IBGE, 2006), e concentrando a maior parte das unidades formais (65%) e informais (62%) de beneficiamento de leite, conforme dados da Agência Estadual de Defesa Agropecuária-AGED, referentes ao ano de 2013. O mapa abaixo demonstra a disposição geográfica dos municípios componentes da bacia leiteira da Microrregião de Imperatriz.

Mapa – Microrregião de Imperatriz.

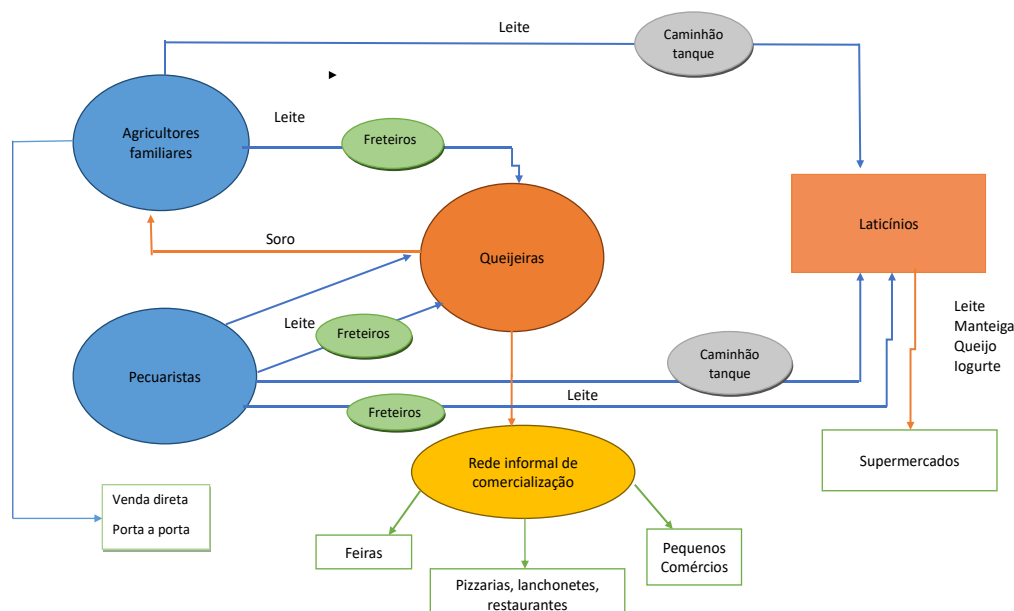


Fonte: IBGE (2015).

A configuração do mercado do leite na Microrregião de Imperatriz tem como característica, o estabelecimento de três redes diferenciadas entre produtores primários e as unidades de beneficiamento do leite: (i) a relação dos grandes produtores ocorreria com as indústrias de laticínios; (ii) a inserção da agricultura familiar

tradicionalmente se daria por meio de uma relação com os produtores informais, seja pela entrega do leite *in natura* para venda direta ao consumidor, seja pela entrega para as *queijarias*-estabelecimentos que produzem queijo sem o registro nos órgãos de inspeção sanitária, e recentemente também com os laticínios; enquanto (iii) os médios produtores manteriam relações tanto com as indústrias leiteiras quanto com as *queijarias*. Conforme pode ser observado na figura abaixo:

Configuração do mercado do leite na Microrregião de Imperatriz-MA.



Fonte: Carneiro (2015).

Sob um determinado ponto de vista (analistas de mercado, Indústrias formalizadas e alguns entes estatais) a forte presença dessa rede “informal” na produção de leite regional traz prejuízo para as unidades industriais formalizadas, que operam com uma ociosidade de aproximadamente 57% de sua capacidade produtiva (SILVA, 2011). Outra consequência negativa para a indústria seria a manutenção do preço do leite em níveis considerados elevados, o que segundo seus representantes, impacta negativamente nos ganhos de produtividade, pelo fato do preço da matéria-prima corresponder a 80% dos custos de produção.

Visto de outra perspectiva – a dos produtores de leite em geral – essa configuração heterogênea/fragmentada da cadeia produtiva do leite se apresenta como bastante benéfica, uma vez que estimula o desenvolvimento da concorrência pela produção leiteira regional, permitindo um maior poder de barganha na hora de comercializar sua produção. Obrigando indústrias de laticínios e *queijarias* a

desenvolverem estratégias diferenciadas para fidelização de seus fornecedores de matéria-prima.

Para fazer frente a esse contexto, no ano de 2012, o Sindicato das Indústrias de leite e derivados do estado do Maranhão – SINDLEITE, a partir de uma representação na Promotoria do Consumidor, conseguiu provocar o Ministério Público Estadual - MPE, no intuito de combater os chamados leite e queijos produzidos nos estabelecimentos informais daquela região⁸. Os argumentos utilizados para justificar essa representação tinham por base a necessidade da defesa da saúde pública, dos direitos do consumidor e da ordem econômica⁹ (princípios de uma *cite* cívica). Tendo, as INs 51 e 62, sido acionadas como o dispositivo normativo para embasar as ações. Como resultado prático foi realizada uma intensa campanha interinstitucional, envolvendo órgãos do Estado – como o Ministério Público Estadual¹⁰, os serviços de inspeção federal e estadual, Polícia Militar, e Polícia Rodoviária Federal, SEBRAE, SENAR e SENAI – visando coibir e corrigir os produtores e produtos da cadeia leiteira que não estavam em conformidade com a legislação sanitária.

A campanha teve dois componentes, um educativo¹¹, voltado para a população que seria conscientizada dos riscos de consumir produtos oriundos da produção informal, e com os produtores de leite e queijos sensibilizados para a necessidade de se adequar à legislação sanitária; o outro, de natureza repressiva, voltado para a intensificação da fiscalização sanitária, que redundou na interdição e multas às *queijarias*, além da apreensão de toneladas de produtos produzidos nestes estabelecimentos, que até então, eram classificados como informais, passando, a partir destas ações, a ser denominados de “clandestinos”.

As operações de fiscalização foram realizadas por equipes do órgão de defesa sanitária do governo do estado, a Agência de Defesa Agropecuária - AGED, acompanhada por equipes das polícias Militar e Rodoviária Federal, e, em algumas

⁸ Até então, somente as agroindústrias com registro nos serviços de inspeção estadual (SIE) e federal (SIF) e seus respectivos fornecedores da matéria-prima leite, eram fiscalizados quanto ao cumprimento das normas estabelecidas nas INs 51 e 62.

⁹ Neste mesmo ano, foi editada a IN 62, que aumenta o rigor dos padrões de qualidade, dificultando as iniciativas de adequação dos estabelecimentos informais.

¹⁰ Apesar de o SINDLEITE ter sido o ator demandante da ação, o Ministério Público Estadual foi ator responsável pela mobilização e orquestração das demais instituições envolvidas no processo. (Dados de campo do autor - Dez 2013).

¹¹ Neste componente, outras instituições são chamadas a participar como: SEBRAE, SENAI, SENAR, Universidades, AGERP, AGED, EMBRAPA, BNB. Note-se que a AGED - Agência Estadual de Defesa Agropecuária se insere tanto nas ações de caráter educativo, quanto repressivo (Dados de campo do autor/Dez 2013).

situações, por membros do MPE. Estas equipes se dirigiam sem aviso prévio aos estabelecimentos produtores de queijo identificados como “clandestino” e também montavam *blitzs* surpresa nas estradas por onde estes estabelecimentos escoavam sua produção.

Detectando as irregularidades fiscais e sanitárias, as matérias-primas e o queijo produzidos eram apreendidos e incinerados, e os estabelecimentos, interditados e aplicado autos de infração e multas. Este segundo componente da iniciativa contou com grande repercussão na mídia local e estadual, indicando a forte capacidade de articulação política dos promotores da campanha.

Note-se ainda, a importância do aspecto semântico do slogan central da campanha, que elaborou a construção de uma representação negativa dos produtores e dos estabelecimentos informais (as *queijarias*), que passaram a ser denominados de “clandestinos”, e também do produto, que passou a receber a denominação de “fraudado”, nas ações de fiscalização do órgão sanitário estadual (AGED), batizada de “Operação queijo fraudado”. O mesmo se aplicou à tradicional venda de leite *in natura* de porta em porta.

As repercussões das ações motivadas pela demanda do SINDLEITE se fizeram sentir rapidamente na cadeia produtiva, de forma bem expressiva. Provocou o que Wilkinson (2002) chama de *reformatação* do mercado, uma vez que as relações comerciais entre pecuaristas, agricultores familiares, produtores de leite, *queijarias* e indústrias de laticínios foram modificadas consideravelmente pela introdução de novas regras, com a tentativa do estabelecimento daquilo que poderíamos chamar de uma *convenção sanitária*.

Além da interdição de vários estabelecimentos, destaca-se o processo de construção de uma representação negativa por parte do conjunto de atores envolvidos no cumprimento das INs, referente ao leite e o queijo produzido de forma tradicional, bem como o surgimento de novas dificuldades para a reprodução dos agricultores familiares que tentam se inserir ou manter-se nesse mercado. Ao serem colocadas na clandestinidade e verem o seu produto depreciado com a pecha de “fraudado”, as *queijarias* encontram agora sérias dificuldades em vender sua produção e acumulam prejuízos com as multas e apreensões, obrigando muitas delas a encerrar as atividades

devido às dificuldades em se adequar às exigências das INs, ou, em alguns casos, a se tornarem atravessadores para a indústria leiteira¹².

Por sua vez, os muitos produtores familiares que antes entregavam sua produção sem grandes exigências sanitárias aos vendedores de leite *in natura* e/ou às *queijarias*, tiveram que encontrar novos mercados para o seu produto, passando a se inserir no circuito voltado para as indústrias de laticínios. Nesse novo contexto, além da obrigação de se adequar às exigências da legislação sanitária (INs), esses produtores passam a enfrentar dificuldades para o desenvolvimento da criação de suínos, atividade pecuária bastante difundida na região, utilizada para o autoconsumo, e tradicionalmente uma importante fonte de recursos financeiros.

A dificuldade para a manutenção dessa suinocultura de pequena escala reside na impossibilidade de utilizar o soro (subproduto da fabricação do queijo), que antes era disponibilizado gratuitamente pelas *queijarias*, e que corresponde a 80% da alimentação dos suínos. Isso tem obrigado muitas famílias a abandonar a suinocultura, uma vez que, no fornecimento de leite para as indústrias de laticínios, normalmente não há disponibilização do soro. A alternativa alimentar disponível é a substituição pelas rações industrializadas, cujo custo financeiro inviabiliza a criação em pequena escala.

Neste sentido, o trabalho de adequação do produtor familiar de leite às INs 51 e 62 tem implicado transformações de ordem cognitiva, que afetam várias dimensões do *saber-fazer* tradicionalmente utilizado pelos produtores de leite, especialmente os de base familiar. O que se tem, nesses casos, é a emergência de choques entre os padrões oficiais de *qualidade* – estipulados pelo mundo das ciências e das técnicas industriais (*cité industrial*) – e os padrões tradicionais – estipulados pelo conhecimento tácito e técnicas artesanais (*cité doméstica*).

A partir de então tem sido imposto aos produtores o imperativo de se desvencilhar de “práticas tradicionais” para adoção de “práticas industriais”, nos âmbitos da produção e da comercialização. Este fato que possui implicações que vão além da questão de suas condições socioeconômicas para aquisição da infraestrutura e tecnologias exigidas, alcançando a questão da reformulação do quadro cognitivo e da própria expressão identitária destes produtores. De um modo geral, acontece que o próprio entendimento sobre *qualidade* – tanto na sua definição, quanto nos meios

¹²Para Wilkinson (2002), as teorias que se embasam nos princípios de construção social dos mercados, chamam atenção para o fato de quando essas normas são universalizadas, provocam uma padronização que atinge não apenas os produtos e os processos, mas também os atores. Onde tanto o agricultor quanto o grão, o ator e o artefato, são sujeitos ao mesmo processo de valorização.

utilizados para sua verificação – representa um choque entre *mundos*, que, nos termos de Boltanski e Thévenot (1991), podem ser identificados nesse contexto como o *mundo industrial* (Indústrias de laticínio) e o *mundo doméstico* (queijarias).

Considerações Finais

De acordo com o Estado Brasileiro, o objetivo a ser atingido com as INs 51 e 62 seria a melhoria da *qualidade* dos produtos oferecidos aos consumidores brasileiros e estrangeiros, pelo estabelecimento de padrões de conformidade sanitários mais rigorosos. Entre os efeitos esperados, estariam a modernização e profissionalização do setor ao longo de toda a cadeia produtiva do leite, a partir da melhoria da eficiência produtiva, da incorporação de novas tecnologias e do aumento da competitividade no mercado externo, em decorrência da utilização de parâmetros aceitos internacionalmente.

Essa tentativa de requalificar o leite produzido no Brasil possui íntima relação com o processo de globalização dos sistemas agroalimentares, que tem exigido um enorme esforço de reestruturação dos mercados, a fim de adequar os produtos aos padrões das transações internacionais. Pautadas nos valores da eficiência e da proteção à saúde pública, as INs 51 e 62, quando efetivamente implementadas, produziram efeitos que incidiram diretamente nas práticas e condutas cotidianas dos diferentes atores que compõem o mercado do leite, sejam eles produtores primários ou agroindústrias (laticínios formais ou queijarias).

No entanto, a legislação sanitária brasileira, justificada como instrumento de garantia da saúde pública, tem funcionado como um forte obstáculo à produção e consumo de produtos artesanais, oriundos de estabelecimentos informais. Observa-se, que as tentativas dos produtores informais/artesanais de se adequar às normas sanitárias vigentes, têm implicado em uma forte seleção e uma alta taxa de mortalidade para os empreendimentos informais/artesanais, não apenas pelos custos econômicos desproporcionais à escala das suas atividades, como também pela negação do modo de organização e das formas de conhecimentos tradicionais (*saber-fazer*) relacionados às suas práticas produtivas.

A análise desses efeitos sobre a produção de queijos tem apontado, como uma das principais consequências, o fato das INs 51 e 62 funcionarem como uma espécie de “filtro institucional” de acesso ao mercado, pautado na permanência e/ou posicionamento dos produtores e beneficiadores; intensificação da verticalização na

cadeia produtiva; no acirramento da segmentação do mercado (nos níveis da produção de leite, processamento e comercialização) em dois polos: um formal/legal e outro informal/clandestino/ilegal; na imposição de novas práticas e tecnologias no âmbito da produção e gestão dos estabelecimentos, e na redução ou abandono da atividade leiteira por parte de alguns produtores. Estes fatores têm suscitado intensos debates sobre a legitimidade da aplicabilidade dos padrões de *qualidade* sanitária das INs 51 e 62 (desenvolvidos para a produção industrial) no sistema de produção brasileira, especialmente no que se refere aos representantes tradicionais (produtores familiares e *queijarias* artesanais).

Nesta conjuntura, ressalto a assertiva de Wilkinson (2002), o qual identifica uma dupla dinâmica, por um lado, se estabelece novos patamares mínimos para os mercados de *commodities*, e, por outro, gera-se um leque de novos padrões para contestar os mercados que se alimentam pela diferenciação, instalando um embate entre noções variadas de *qualidade* que estão em concorrência, revelando os distintos valores por trás da aparente neutralidade de normas e técnicas. No caso da produção artesanal (associada a valores estéticos), esta passa a ser vista como uma ameaça à saúde pública, enquanto a produção industrial é tomada como segura e mais eficiente.

Bibliografia

Allaire, Giles. (2013). A contribuição da sociologia econômica para compreender o significado da qualidade nos mercados alimentares. In: NIEDERLE, Paulo. Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: EDUFRGS.

Boltanski, Luc & Thévenot, Laurent. (1991), Laurent. De la justification: les économies de la grandeur. Paris: Galimard.

Boltanski, Luc & Thévenot, Laurent. (2007). A sociologia da capacidade crítica. In: Antropolítica. Revista Contemporânea de Antropologia, n. 23.

Carneiro, Marcelo Domingos Sampaio. (2015) Convenções de qualidade e a inserção da agricultura familiar na cadeia produtiva do leite na região de Imperatriz/MA. Sinais Sociais, Rio de Janeiro, v.10, n. 29, p. 129-149, set./dez.

Dodier, Nicolas. (1993). Agir em diversos mundos. In: CARVALHO, Maria do Carmo Brant (org). Teorias da ação em debate. São Paulo: Cortez, FAPESP: Instituto de Estudos Especiais, PUC.

Dosse, François. (2003). O império do sentido: a humanização das Ciências Humanas. Bauru: EDUSC.

Fligstein, Neil & Dauter, Luke. (2012). A sociologia dos Mercados. Salvador: Caderno CRH, v. 25, n. 66, p. 481-504, set./dez.

Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – MAPA. (2011). Instrução Normativa 62, de 18 de Dezembro de 2011. Disponível em [http://www.sindilat.com.br/gomanager/arquivos/IN62_2011\(2\).pdf](http://www.sindilat.com.br/gomanager/arquivos/IN62_2011(2).pdf). Acesso em: 14 jan. 2014.

Nachi, Mohamed. (2009). Introduction à La sociologie pragmatique. Paris: Armand Colin Éditeur.

Salais, Robert. (2003). Postface. In STANZIANI, Alessandro. La qualité dès produits en France (XVIII-XX siècles). Paris: Ed. Belin, pp. 271-290.

Steiner, Philippe. (2006). A Sociologia Econômica. São Paulo: Editora Atlas S.A.

Valceschini, E.& Nicolas, F. (1995). La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire. In: Nicolas, F.; Valceschini, E. Agroalimentaire: une économie da laqualité. Paris: INRA-Econômica, pp. 15-37.

Vandenbergue, Frédéric. (2006). Construção e crítica na nova sociologia francesa. Sociedade e Estado, Brasília, v. 21, n. 2, pp. 315-366, mai./ago.

Zocal, Rosângela (2016). Queijos: produção e importação. Balde Branco. Agosto de 2016. Acessado em abril 2017. <http://www.baldebranco.com.br/queijos-producao-e-importacao/>.