

V ENEC - Encontro Nacional de Estudos do Consumo  
I Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo  
Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo  
15, 16 e 17 de setembro de 2010 - Rio de Janeiro/RJ

## **O Mercado Informal dos Produtos Coloniais da Região Oeste de Santa Catarina<sup>1</sup>**

Clovis Dorigon<sup>2</sup>

### **Resumo**

A Região Oeste de Santa Catarina é conhecida nacionalmente por abrigar o maior complexo agroindustrial de derivados da carne de suínos e aves do País. Entretanto, faz pouco mais de uma década que esta mesma região presencia um vigoroso crescimento da produção artesanal de derivados da carne suína (salames e outros embutidos), queijos, doces e geléias, conservas de hortaliças, massas, biscoitos e açúcar mascavo, vinho e suco de uva, dentre outros. Na região tais produtos são denominados de “produtos coloniais”, alimentos tradicionalmente processados nos estabelecimentos rurais para o autoconsumo familiar pelos agricultores descendentes de italianos e alemães - os “colonos”. Embora a comercialização do excedente dos produtos coloniais exista desde o início da colonização da região – início do século XX -, os mesmos eram tradicionalmente vendidos no mercado informal, constituindo-se em um mercado de proximidade. A venda de produtos coloniais no mercado informal era – e ainda é - uma atividade realizada principalmente por aqueles agricultores mais pobres, não integrados às grandes agroindústrias. São, em geral, aqueles agricultores mais pobres e com pouco acesso às políticas públicas. Exatamente por estarem mais isolados do mundo tecnológico e científico e, por conseqüência, dos valores oriundos do mundo industrial, segundo os termos da Teoria das Convenções, seus produtos são os que mais guardam as características coloniais e do saber-fazer dos colonos. Assim, neste texto analisam-se os diversos aspectos da existência e permanência deste mercado informal, bem como sua importância para a construção de mercados de produtos artesanais numa região de domínio de grandes grupos agroindustriais.

**Palavras-chave: Mercado informal; Produtos coloniais; Agricultura familiar.**

### **1. Introdução**

Trata-se neste artigo do mercado informal de produtos coloniais da região oeste de Santa. Por “produtos coloniais”, entende-se um conjunto de produtos tradicionalmente processados no estabelecimento agrícola pelos agricultores - os “colonos” - para o autoconsumo familiar, tais como salames, queijos, doces e geléias, conservas de hortaliças, massas e biscoitos, açúcar mascavo, sucos e vinho, dentre outros. Embora a própria noção de produto colonial ainda esteja em construção, sua imagem está relacionada aos imigrantes europeus e aos seus descendentes, sobretudo os de origem italiana e alemã,

---

<sup>1</sup> Este texto foi escrito com base na tese de doutorado (DORIGON, 2008), realizado no Programa de Engenharia de Produção da Coppe/UFRJ. O presente trabalho foi realizado com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – Brasil e da Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do Estado de Santa Catarina - FAPESC.

<sup>2</sup> Doutor em Engenharia de Produção pela UFRJ/COPPE e Mestre em Desenvolvimento, Sociedade e Agricultura pelo UFRRJ/CPDA. Pesquisador da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural do Estado de Santa Catarina/Centro de Pesquisa para a Agricultura Familiar – EPAGRI/CEPAF (Chapecó - SC). E-mails: [clovisdorigon@gmail.com.br](mailto:clovisdorigon@gmail.com.br); [cdorigon@epagri.sc.gov.br](mailto:cdorigon@epagri.sc.gov.br)

que inicialmente se instalaram na Serra Gaúcha em fins do século XIX e no Vale do Taquari, respectivamente, e que no início do século XX migraram para a região Oeste de Santa Catarina, constituindo as “colônias”. Na região, “colono” é também sinônimo de agricultor. Assim, “colonial” faz referência a certa cultura e tradição, ligada ao saber-fazer dos imigrantes da Europa não ibérica, ao seu modo de vida, a suas formas específicas de ocupar o território e fazer agricultura, atributos valorizados pelos consumidores<sup>3</sup>.

A partir da década de 1990, devido à exclusão das *commodities*, o mercado de produtos coloniais se apresenta como uma das opções de renda aos agricultores (DORIGON, 2008). Entretanto, tal mercado de produtos coloniais existiu desde o início da colonização da região, mas como mercado informal. Este mercado informal é a base para o surgimento de um vigoroso movimento de construção de redes de agroindústrias familiares rurais, as quais são construídas individualmente ou em grupos de três a cinco famílias de agricultores familiares para se formalizar. Assim, analisar o funcionamento deste mercado informal é de grande relevância tanto acadêmica como para a formulação de políticas públicas de apoio à agricultura familiar, de combate a pobreza rural e de valorização do espaço rural.

## **2. O mercado informal**

Segundo Wilkinson e Mior (1999), no mundo acadêmico e nos organismos internacionais existem diversas definições do que seja o setor informal, bem como avaliações positivas e negativas do seu significado. Enquanto há autores que o identificam com a pobreza e/ou a sonegação, no outro extremo estão os que o vêem como uma reação criativa à burocracia estatal e à inadequação na provisão de serviços públicos e privados. Wilkinson e Mior (1999) diferenciam também o setor informal do ilegal, pois os produtos deste último são proibidos, como no caso da droga ou do contrabando.

Já o setor informal caracteriza-se por atividades cujos processos de produção não se enquadram nos padrões de regulação vigentes. Isso pode dizer respeito às relações

---

<sup>3</sup> Apesar da falta de dados empíricos que permitam traçar o perfil destes consumidores de produtos coloniais, as informações de que se dispõe até o momento apontam para consumidores de classe média, formada por profissionais liberais como médicos, advogados e engenheiros, assim como empresários, funcionários públicos e empregados com melhores salários. Estes consumidores adquirem seus produtos diretamente junto aos agricultores (vão até a propriedade do agricultor ou, o que é mais freqüente, este último faz a entrega em sua casa), em pequenos supermercados, mercearias e padarias ou nas feiras livres existentes em algumas cidades da região. Geralmente, estes consumidores têm suas origens relacionadas ao meio rural (são ex-agricultores ou filhos de agricultores), ou então buscam produtos de qualidade diferenciada, qualidade esta garantida por relações de confiança.

de trabalho - como trabalhadores sem carteira assinada, trabalho infantil -, às instalações (sem alvará), ou então às normas técnicas de produção (não-adequação ao regulamento industrial e sanitário). Enquanto no primeiro caso a polícia é o órgão repressor apropriado, no segundo os organismos de fiscalização são os responsáveis pelo enquadramento. Assim, o setor informal é definido fundamentalmente a partir das normas reguladoras do Estado.

As relações entre o setor formal e informal podem variar ao longo do tempo. Quando da falta da regulação estatal e da ausência de normas e de práticas estabelecidas, não há base para se distinguir o formal do informal. Já a regulação do Estado pode originar-se de motivações variadas, podendo surgir de: a) pressões de atores domésticos; b) interesses próprios ao Estado ou, ainda, c) oportunidades e/ou ameaças provenientes do âmbito internacional:

O Setor informal, portanto, define-se como uma atividade que não adota as normas e as regulamentações que prevalecem num determinado momento no setor em que opera. Estas normas e regulamentações, no limite, podem representar a imposição de interesses específicos dentro do setor e a simples criação de barreiras à entrada. Por outro lado, eles podem expressar valores ou objetivos compartilhados, mas para os quais existem opções alternativas de normas e regulamentações. E, finalmente, estas normas e regulamentações podem representar um "ideal", refletindo valores e conhecimentos consensuais, tanto do lado da produção quanto do consumo, mas cuja adoção implica custos proibitivos. (WILKINSON e MIOR, 1999, p. 33).

Ainda de acordo com Wilkinson e Mior (1999), uma parte significativa de setor informal pode se constituir a partir de esforços para burlar leis e regulamentações, sejam estas fiscais (tributos), trabalhistas (contribuições sociais, salário mínimo, trabalho infantil) ou sanitárias (abate de animais contaminados), ferindo o direito do cidadão/trabalhador/consumidor. Para estes casos, não existe defesa, embora os autores reconheçam as ambigüidades que cercam cada uma destas categorias. Assim, a burocracia excessiva e a corrupção podem motivar a evasão fiscal; as fronteiras entre a exploração do trabalho infantil e a unidade familiar de produção podem ser muito tênues; o desconhecimento pode ser a causa de falhas sanitárias.

Assim, se médios e grandes produtores podem optar pelo setor informal por razões escusas, a pequena empresa não deveria ser associada automaticamente ao setor informal. Muitas destas pequenas empresas visam acesso a nichos de alto valor, onde o enquadramento nas regras vigentes do setor torna-se a pré-condição para o êxito. Embora façam estas ressalvas, Wilkinson e Mior (1999) salientam que existe uma forte convergência entre o pequeno e médio empreendimento e o setor informal, especialmente em se tratando de atores tradicionais e poucos capitalizados.

Zaoual (2006) problematiza o próprio uso do termo “informal”, ou setor “não-estruturado”, dentre outras denominações, para designar o surgimento destas dinâmicas informais:

A palavra “informal” quer dizer literalmente que estamos lidando com objetos desprovidos de formas reconhecíveis pela ciência normal do paradigma econômico que é aceito no plano científico. O pensamento dominante só reconhece seus objetos, os que ele próprio tem concebido. Dito de outro modo, encontramos objetos ou fenômenos novos ou ignorados durante muito tempo pelo saber científico instituído, quanto a sua natureza e seus modos de funcionamento. (ZAOUAL, 2006, p. 209).

Zaoual (2006) argumenta ainda que a economia, assim como toda a ciência que se transforma em técnica autônoma, gera efeitos ambientais, sociais ou comunitários nefastos, o que leva ao próprio fracasso técnico. Ao apontar as insuficiências do mercado e das políticas públicas em matéria de geração de emprego, de luta contra a exclusão e a pobreza, tanto nos países do Norte quanto do Sul, Zaoual (2006) chama a atenção para as potencialidades do que o autor denomina de “economias dissidentes”, dentre as quais situa as “dinâmicas informais.” Para Zaoual (2006), enquanto nos países do Norte o declínio do fordismo e suas conseqüências estariam na base do crescimento das práticas relativas à economia social e ao desenvolvimento local, no Sul, os fracassos da transferência de modelos econômicos e a proliferação das dinâmicas informais estimulariam novas abordagens que levem em conta o contexto social e cultural dos atores econômicos, quer sejam indivíduos ou organizações:

Diante dos limites estruturais da economia formal, as atividades pertencentes à galáxia informal mostram uma incontestável performance econômica e social. Sem serem ajudadas e financiadas pelas instituições da economia formal, elas geram inovação endógena, emprego, renda e, logo, coesão social. Estas microorganizações são também espaços de aprendizagem. (ZAOUAL, 2006, p. 207).

Ainda segundo este autor, o desempenho das organizações ditas informais se baseia em uma estreita imbricação da cultura dos atores, com o econômico e o social. Assim:

Contrariamente ao desenvolvimento da economia formal praticado de modo transplantado, de cima para baixo, as novas políticas, os projetos econômicos e as dinâmicas econômicas subterrâneas proliferam de modo enraizado nos contextos sociais. Tais iniciativas se desdobram em escalas microscópicas que lhes dão maior flexibilidade com relação às necessidades locais. Com dinamismo, as organizações que são ditas informais combinam a criatividade local e as contribuições externas sob forma de *colchas de retalhos tecnológicos*, mas não de *pacotes de desenvolvimento* fechados à participação e à imaginação locais. Aí, a não integração ao sistema formal do desenvolvimento se torna um motor de

adaptação ao meio. À inércia do formal contrapõe-se a vitalidade do informal! (ZAOUAL, 2006, p. 208).

Por não estarem adaptados à grande variedade de situações, para Zaoual (2006) os modelos econômicos contribuem para destruir as capacidades de regeneração dos meios considerados, ao mesmo tempo em que desviam e destroem, parcial ou até totalmente, os projetos codificados pela própria ciência econômica oficial:

Isso induz a um caos simbólico e econômico nos universos-alvos. Em tais universos, as reformas econômicas se seguem e se parecem sem grandes conseqüências quanto à necessidade de uma economia variada e coletiva. (ZAOUAL, 2006, p. 208).

### **3. O setor informal e a agroindústria familiar rural**

Wilkinson e Mior (1999), ao estabelecer interfaces entre o setor informal, a produção familiar e a pequena agroindústria no Brasil, ressaltam que a existência de atividades agroindustriais no interior da agricultura familiar é tão antiga quanto esta e chamam a atenção para a importância desta atividade para o surgimento de um novo tipo de valorização do espaço rural. Esta nova ruralidade passa a ser vista pelos analistas como o resultado de uma recente estratégia de produção agrícola em que a produção de produtos primários tende a ceder lugar a produtos artesanais e de qualidade diferenciada. Nesta perspectiva, a produção familiar se inclinaria para mercados de nicho, os quais lhes pagariam preços-prêmios.

Ainda segundo Wilkinson e Mior (1999), a partir dos anos 90 um novo ambiente competitivo resulta na reestruturação das cadeias agroindustriais tradicionais. A liberalização, a desregulamentação e a integração regional estabeleceram novas condições de competitividade nas cadeias caracterizadas por uma maior sofisticação nos padrões de demanda, concentração industrial, desarticulação do modelo cooperativista e grande tecnificação do setor primário, tudo isso combinado com a busca de economias de escala e maior controle sobre a qualidade da matéria-prima.

Este processo colocaria em xeque, segundo Wilkinson e Mior (1999), o modelo agroindustrial consolidado a partir dos anos 60, o qual privilegiava, em várias cadeias, a integração contratual da produção familiar. Assim, a concentração, a especialização e a conseqüente exclusão da produção familiar diversificada tem sido o caminho seguido pelas empresas líderes na busca da reorganização de muitas cadeias produtivas.

Em paralelo a este movimento dos grandes conglomerados agroindustriais, o setor informal tem ainda um espaço significativo em cadeias de consumo popular, observando-se, como exemplos, os mercados de leite, carne bovina e carnes brancas, que ainda se

encontram na informalidade em percentuais significativos. Para Wilkinson e Mior (1999), a menor importância do modelo de integração, a crise do modelo tradicional de cooperativismo e o peso do setor informal dariam sentido a políticas concretizadas por programas como o Pronaf Agroindústria e outros norteados por estratégias mais autônomas de agroindustrialização por parte da produção familiar:

Junto com as estratégias não-agrícolas e artesanais do “novo mundo rural”, fica claro, pelo tamanho do setor informal, que ainda existem mercados importantes já ocupados pela produção familiar nas cadeias de produtos alimentares tradicionais que precisam ser mantidos, bem como novos mercados conquistados. (WILKINSON e MIOR, 1999, p. 31).

Wilkinson e Mior (1999) argumentam também que as fronteiras entre *commodities* e produtos artesanais na pequena agroindústria são bastante fluidas e, muitas vezes, a mesma agroindústria oferece os dois tipos de produtos ao mesmo tempo ou migra de um mercado para outro. O mesmo pode ser dito sobre a relação entre a pequena agroindústria e o turismo rural, onde o consumo cultural que serve de atração, se referencia em grande parte, pelas tradições alimentares locais. “No caso brasileiro, portanto, o novo mundo rural se constitui num *continuum* abrangendo a inserção mais autônoma nas cadeias tradicionais, a produção artesanal e o turismo rural dentro de estratégias locais e regionais de reconversão.” (WILKINSON e MIOR, 1999, p. 31). Assim, na medida em que o setor informal se confunde com a pequena e média agroindústria, a inevitabilidade das economias de escala e os critérios de qualidade que excluiriam este setor deveriam ser questionados.

Partindo dessas considerações, discute-se a seguir o mercado informal dos produtos coloniais do oeste catarinense sob suas várias dimensões, tais como as limitações econômicas, técnicas e de conhecimento dos agentes que estão neste mercado.

Quase todas as agroindústrias familiares rurais iniciaram suas atividades informalmente, pelo simples fato de que estes produtos coloniais eram - e ainda são -, produzidos para o auto-consumo dos agricultores e começaram a ser levados ao mercado devido à exclusão das atividades tradicionais formadoras de renda, como a suinocultura e à baixa renda obtida de outras atividades.

Assim, na medida em que passam a ter um mercado maior para seus produtos, os agricultores aumentam a escala de produção, acompanhando a demanda e somente depois de ter o seu mercado já construído, com uma demanda suficiente para viabilizar o empreendimento técnica e economicamente é que fazem os investimentos necessários

para se formalizar. Portanto, mesmo para aquelas iniciativas já formalizadas pode-se afirmar que, se estes agricultores não tivessem passado pelo mercado informal, a absoluta maioria deles não estaria nesta atividade.

A entrada para o mercado formal passa pela construção de um prédio de alvenaria projetado por engenheiros, de acordo com as normas técnicas que constam na legislação, pela aquisição de equipamentos, pela contratação de responsáveis técnicos (veterinário e engenheiro) e pela associação a uma cooperativa ou constituição de uma micro-empresa, condições necessárias para a formalização higiênico-sanitária e fiscal.

Portanto, segundo os termos da Teoria das Convenções, a construção das agroindústrias é orientada pelos valores do mundo industrial impostos sobre aqueles do mundo doméstico, neste caso representado pelos conhecimentos e tradições dos colonos. Isto tem importantes efeitos sobre a imagem e valores dos produtos oriundos destas “agroindústrias”. Assim, os agricultores são levados a enfrentar o seguinte paradoxo: para não serem excluídos do mercado, têm que fazer investimentos e transformações nos seus produtos exigidos pelas normas de inspeção. Mas, ao fazê-lo, passam a perder mercado, pelo simples fato de seus produtos deixarem de serem identificados como coloniais pelos consumidores, como se analisa a seguir.

#### **4. A Casa do Produtor como elo da rede do mercado informal**

Por ocasião da realização das entrevistas no município de Concórdia, os técnicos da Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri) e da Secretaria Municipal da Agricultura, ao lhe ser solicitada a indicação de agricultores que trabalhavam na informalidade, sugeriram que se falasse com o administrador da Casa do Produtor Rural de Concórdia. Ao entrevistá-lo percebeu-se que, embora a Casa do Produtor fosse um espaço dedicado à comercialização de produtos já formalizados, constituía também um importante elo de articulação entre consumidores e agricultores que vendem seus queijos informalmente. Assim, considerou-se relevante apresentar uma breve descrição do funcionamento da Casa do Produtor, pois seu papel vai além de um mero espaço de comercialização, e se constitui em um nó da rede que articula consumidores e produtores de produtos coloniais do mercado informal.

A Casa do Produtor Rural de Concórdia é um espaço de comercialização através da qual as 112 famílias de agricultores associadas escoam seus produtos: frutas, hortaliças, queijos, salames, geléias, conservas, panificados, massas e farinha de milho (para polenta), dentre outros. O projeto foi financiado pelo Pronaf Infra-estrutura e recebe apoio da prefeitura municipal de Concórdia, a qual presta aos agricultores assessoria na

organização e assistência técnica, além de ter adquirido *freezers*, balcões e outros equipamentos. Embora o terreno e a construção pertençam formalmente à prefeitura, esta a repassou à associação criada especialmente para organizar e gerir a Casa do Produtor.

A Casa do Produtor foi criada para dar oportunidade àqueles agricultores que necessitavam complementar sua renda via produtos coloniais, mas que encontravam dificuldade de comercializá-los diretamente nos estabelecimentos comerciais da cidade:

E como tinha muitos agricultores que queriam produzir, largar de criar porcos e frangos, ou diminuir um pouco, ter outra renda, daí eles não conseguiam entrar neste comércio. E uma destas formas foi vir vender na Casa do Produtor. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

Inicialmente a Casa do Produtor abria apenas aos sábados, a exemplo da feira livre existente na cidade. Diferentemente desta, porém, a comercialização não era feita pelos agricultores, mas por funcionários da prefeitura colocados a disposição para este fim. Aos agricultores cabia trazer os produtos e acompanhar a venda. Após alguns meses, passou a abrir também às quartas feiras e tanto os agricultores como os técnicos da prefeitura chegaram à conclusão de que seria melhor que a comercialização se fizesse no horário comercial e a associação contratasse funcionários para fazê-la. A partir de então, os agricultores simplesmente passaram a trazer seus produtos para serem comercializados pelos funcionários contratados.

A venda de produtos das agroindústrias familiares rurais, estas estavam aumentando nos últimos dois anos. Havia 12 agroindústrias que vendiam, via Casa do Produtor, queijos, derivados de carne suína, doces, conservas e derivados da cana-de-açúcar.

Ao ser questionado se os produtos com rótulo de “colonial” vendiam mais que os demais, já que nem todos faziam uso desta imagem, o administrador da Casa do Agricultor salientou que esta referência era mais importante para a venda aos consumidores vindos de fora:

Este colonial é bom para o pessoal que vem de fora. De outras cidades, de Florianópolis, nós temos bastante consumidores de Florianópolis, que vem passear para cá e vem comprar. [...] Que vem para passear, que tem parente. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).).

Quanto ao perfil socioeconômico dos consumidores dos produtos comercializados na Casa do Produtor, o administrador informou que havia uma relação entre poder aquisitivo e tipos de produtos adquiridos. Contrariamente ao que se poderia imaginar, enquanto os consumidores de menor renda adquiriam os queijos e embutidos na Casa do



Produtor devido aos preços mais baixos do que os dos supermercados, os de maior poder aquisitivo adquiriam frutas e verduras, pois estas são produzidas com pouco ou nenhum uso de agrotóxicos, atributo relacionado aos produtos coloniais:

Quase todos eles [são identificados como produtos coloniais]. A única coisa que tem assim... desde a procura por tomate, pimentão, batatinha, que é produzido aqui na nossa região. Que a nossa região usa muito pouco agrotóxico ainda. O bom de nós aqui é que usamos muito pouco agrotóxicos. [...] Tem uns produzindo sem, com o preço um pouco mais elevado. Isso ajuda muito. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

Embora quase todos os produtos vendidos na Casa do Produtor fossem identificados como coloniais, já os oriundos das agroindústrias familiares rurais eram considerados com produtos industrializados. Assim, o critério de decisão de compra não eram mais seus atributos de qualidade diferenciada, mas sim o preço, sobretudo para os queijos e salames:

Porque é um pouco mais barato, quer dizer, o salame e o queijo. E o negócio de conservas, não. Daí esse pessoal, a classe mais alta compra (conservas). Eles não compram muito o salame e queijo. [...] Aqui eles perguntam bastante pelo queijo, mas eles querem o queijo colonial. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

Estes mesmos consumidores de classe média que buscam os produtos sem agrotóxico na Casa do Produtor, para comprar salames e queijos coloniais se dirigem diretamente aos colonos. Embora a Casa do Produtor não venda produtos informais, os funcionários têm a informação – uma lista com o nome e telefone - de quem os produz a repassam aos consumidores, tornando-se assim o elo de contado entre consumidores de produtos coloniais e os colonos:

Tem duas [agroindústrias familiares rurais de derivados do leite] aqui no município. Eles trazem aqui, mas vende pouco. [...] Eles não querem, eles querem aqueles coloniais mesmo. E, inclusive, eu indiquei aos clientes, eu sei os colonos que produzem queijo, eu sei a procedência, que tem higiene boa, que dá para recomendar. Eu sei que o delegado está comprando queijo deles, um monte de médicos e donos de indústrias da cidade, eu mando direto os agricultores vender para eles lá. [...] Os agricultores trazem aqui [na cidade] e vão vender para eles lá no consultório. [...] Tudo informal, eles [consumidores] vêm aqui e perguntam para mim, eu digo “Óh, você quer queijo eu posso mandar, porque eu não posso vender aqui dentro, por causa que se a vigilância vir aqui... [...] Tem produção, mas eu não posso vender. [...]. *Chimia*<sup>4</sup> colonial, essas coisas aí, eu vendo super bem. Se fosse ter (queijos coloniais) eu venderia, mas eu mando eles [clientes] direto [para entrar em contato com os agricultores]. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

---

<sup>4</sup> “Chimia” é um termo derivado do alemão “schimier” e designa doce em pasta, geralmente produzido a partir de frutas e açúcar mascavo.

Assim, a Casa do Agricultor funciona como ponto de referência para colocar consumidores e produtores em contato e para a construção de confiança em torno dos produtos e produtores indicados pelos funcionários:

O agricultor vem aqui, daí os médicos, comerciantes e advogados deixam o telefone e o endereço e daí eles [agricultores] ligam e levam direto lá na casa. E tem bastante agricultores fazendo isso. [...] Ah, tem vários, eu aqui tenho uns 10 a 12 que eu indico. É aquela [produção] bem tradicional. Eles produzem quatro a cinco queijos por dia, na cozinha. Só que assim, são agricultores que tem higiene boa, pode chegar lá na casa deles, está sempre limpinho. Só que não tem como garantir esse produto. Todos eles compram e sabem o risco que eles correm. E mesmo assim compram. [...] Confiam no produto. Aqui, a situação [do mercado informal] aqui na cidade é muito grande, o que mais gira é queijo e *chimia*. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

Em relação ao mercado informal da *chimia*, embora seja um produto de origem vegetal e, portanto, não necessita de inspeção como os de origem animal, mas apenas de registro do produto e de alvará sanitário, sua produção e comercialização informal ocorriam devido aos elevados custos para a formalização dos empreendimentos, tais como confecção de rótulos e tabelas nutricionais, contratação de responsável técnico, dentre outras. Os consumidores buscavam estas *chimias* no mercado informal por serem feitas em menor escala e por serem produzidas de forma tradicional:

As mais procuradas são aquelas feitas com cana, abóbora, laranja, aquela bem tradicional mesmo. [...] no interior quando faziam aqueles tachões de *chimia*<sup>5</sup>. Se eu pudesse botar na banca aqui, eu venderia muito bem. Quer dizer, se fosse pela prefeitura não teria problema nenhum, mas tem que passar pela vigilância, todos estes órgãos. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

No caso dos produtores de queijo, a decisão de permanecer no mercado informal não se devia apenas a limitações financeiras, mas também para não perder mercado devido à pasteurização do leite. Havia, inclusive, casos de agricultores que construíram queijarias e adquiriram equipamentos de acordo com as exigências dos serviços de inspeção, mas que mesmo assim, não pasteurizavam o leite devido à descaracterização que este processo impunha ao produto.

---

<sup>5</sup> No período de inverno, época de entressafra era tradição os agricultores produzirem açúcar mascavo para o consumo familiar, produzindo o suficiente para o ano todo. Este açúcar era produzido de forma artesanal em grandes tachos. Além do açúcar, eram produzidas “algumas tachadas” de doces, processo este que consistia em acrescentar ao melado, polpa de frutas como laranja, ou outras frutas de época, ou hortaliças como abóbora, chuchu e batata doce. Estes doces eram feitos de maneira que resultasse numa massa firme e eram acondicionados e armazenados em caixas de madeira, semelhantes a fôrmas de rapadura, mas de tamanho maior. Ao longo do ano este doce cristalizado era levado ao fogo para ser derretido e hidratado até obter-se a consistência pastosa adequada para ser aplicado ao pão. É a esta *chimia* que CT se refere, tradição que está desaparecendo no meio rural na Região.

Embora inicialmente a associação e os técnicos tenham discutido a possibilidade de se produzir de maneira mais tradicional, as regras do sistema de inspeção inviabilizaram esta possibilidade:

Foi, no início foi, mas tem que seguir as regras, por isso que foi criado estas agroindústrias, estão criando estas pequenas agroindústrias para ir legalizando. Mas já é um outro queijo. (Entrevista com o administrador da Casa do Produtor).

A seguir, descrevem-se dois destes produtores de queijo informal, ambos residentes no interior do município de Concórdia.

## **5. Os queijos coloniais dos MZ**

A família MZ, de origem italiana, estava entre as indicadas pelo administrador da Casa do Produtor como produtora informal de queijo colonial. Localizada a aproximadamente 15 km da cidade de Concórdia, ligada a esta por estrada de chão, a propriedade era de difícil acesso, devido à forte declividade e ao mau estado de conservação dos aproximadamente mil metros do acesso que ligava a estrada principal até a moradia<sup>6</sup>.

VM, 32 anos, casado e sem filhos, residia na mesma casa dos pais, já aposentados, em uma propriedade de 15 hectares, dos quais apenas quatro eram mecanizáveis e utilizados para o plantio de milho que, em safras normais rendia em média 350 sacas por ano, das quais 100 eram consumidas na propriedade para a alimentação dos animais e o restante comercializado. Não sendo integrados à agroindústria e por possuir pouca área de terra, da qual grande parte era imprópria para culturas anuais devido à forte declividade, a opção encontrada pelos MZ foi diversificar a produção e comercializá-la diretamente na cidade:

[...] Milho e um pouco de tudo. Que nem, miudeza<sup>7</sup>, assim, estas coisas que a gente acha de vender fácil. [...] Sim, porque se é para a gente produzir o grão, querer viver só do grão, a gente não vive. Francamente a gente passa necessidade. O produto não tem valor. (Entrevista com mãe de VM).

---

<sup>6</sup> Estar excluído da suinocultura e da avicultura ou não entregar leite à agroindústria significa também receber menos atenção dos governos municipais para a manutenção dos acessos até a residência. As propriedades dos agricultores mais pobres são também, na maioria dos casos, as mais isoladas e localizadas nos terrenos mais declivosos e pedregosos.

<sup>7</sup> Dentre as “miudezas” estão os produtos coloniais, considerados pelos demais agricultores como atividade de agricultor pobre. Por isso, o termo “miudeza” tem conotação desqualificadora.

As “miudezas” as quais a mãe de VM se refere é a produção de frutas de época como uvas e figos que colhiam de seu pequeno pomar, ovos, mel, batata doce e o queijo colonial.

Embora VM fosse sócio também da Casa do Produtor, como seus produtos de origem animal (queijo, ovos e mel) não tinham inspeção, a comercialização naquele estabelecimento havia se restringido apenas à batata doce assada, que teve de abandonar posteriormente devido a problemas fitossanitários na lavoura, perda de renda da qual se ressentia.

Assim, sua relação com a Casa do Produtor ficou limitada à indicação de clientes para a venda dos queijos coloniais. Quanto a seus figos e uvas, VM os comercializava nos bairros de Concórdia. A partir da safra de 2007 passaria a vendê-los a uma agroindústria familiar rural de doces e conservas localizada em uma comunidade vizinha. Portanto, a produção de queijo colonial era apenas mais uma das atividades desenvolvidas na propriedade, embora fosse a que gerava a maior renda e a única com ingressos semanais durante o ano todo. A mãe de VM produzia uma peça de queijo por dia com aproximadamente 2 kg, do leite ordenhado de suas três vacas em lactação. Tradicionalmente o queijo era produzido apenas para o consumo familiar. Havia cinco anos que passou a ser produzido também para o mercado, já que antes o leite era vendido para a indústria:

Antes nós entregava o leite, mas depois aconteceu que a gente foi mal com as vacas, uma morreu, outra adoeceu, daí a gente parou de entregar. E daí a gente produzia aquela pequena quantidade de queijo, cinco, seis fôrmas, sete, [por semana], conforme. A gente começou a vender assim, a gente formou aquela freguesia, né, daqueles que recebiam e foi indo, foi indo e daí agora eu tenho dó de entregar o leite de novo [para a indústria] porque daí já tenho o lugar para entregar o queijo. (Mãe de VM).

Assim, a iniciativa da venda de queijo informal ocorreu devido à necessidade de substituir a renda perdida em decorrência da diminuição da produção de leite. Os produtos coloniais se apresentam como uma alternativa em momentos de crises das atividades principais.

Em relação à forma de comercialização, VM inicialmente participou de uma “feirinha”, que funcionava aos sábados de manhã e onde vendia, além do queijo colonial, ovos e mel. Tal feirinha, embora inicialmente tenha contado com o apoio da prefeitura, por ocasião da realização da entrevista funcionava informalmente, sem qualquer apoio institucional. Assim, a feirinha se constituía em um espaço alternativo de comercialização para alguns agricultores que não podiam vender seus produtos na Casa do Produtor,

devido à sua condição de informais. Mesmo assim, cuidados eram tomados no sentido de garantir a qualidade dos produtos, recebendo, inclusive, assistência dos técnicos da prefeitura e da Epagri.

Quanto ao queijo, a mãe de VM também havia feito o curso da Epagri e aprendido noções de higiene tanto no processo de fabricação como para a comercialização:

[...] Para vender [o queijo] sim, nós botamos num saquinho plástico. Senão chega lá, mete a mão, daí bota num saquinho plástico e o cara olha e pronto. [...] No curso [da Epagri] que eu fiz daí elas aconselharam fazer assim. [...] É, isso ali, embalar, o negócio de higiene, essas coisas a gente aprendeu muito, ter muito cuidado, não ir com as mãos sujas, sempre bem limpas, tudo bem limpinho. É por isso que eu esterilizo, por exemplo, as panelas, as toalhas, a fôrma, tudo, antes de colocar o queijo dentro. E eu, mosca na cozinha eu não tenho, porque eu tenho tela na porta e na janela. (Entrevista com mãe de VM).

Entretanto, a mãe de VM adotou apenas práticas de higiene e limpeza, mantendo a produção tradicional de seu queijo colonial. As extensionistas da Epagri haviam também orientado a colocar corante artificial nos queijos, mas DM optou em manter as características originais de seu queijo, obtendo a cor amarelada e valorizada pelos clientes através de seus conhecimentos tradicionais. Os MZ mantinham também a técnica de, por ocasião da colheita da uva e da produção de vinho tinto, deixar algumas peças imersas no seu bagaço durante alguns dias, método tradicional de conservação e que conferia também ao queijo uma cor escura e sabor bem característicos<sup>8</sup>.

A mãe de VM havia aprendido também no curso da Epagri a pasteurizar o leite, prática que também decidiu não adotar. Entretanto, fazia o controle sanitário do rebanho:

É, eu vim para casa, eu tentei fazer como elas... pasteurizar o leite também como elas ensinaram, mas só que não é fácil pasteurizar o leite. Daí então, elas tinham dito que se a gente não pasteurizava o leite era para fazer exame das vacas. Daí eu peguei e mandei o exame de todas. [...] Daí deu tudo negativo, eu vaca não troquei. (Entrevista com mãe de VM).

A mãe de VM observava também os cuidados com a higiene no fabrico do queijo:

A pasteurização era esquentar o leite até os 70 graus e depois, por exemplo, tinha que ter um tanque com gelo para resfriar rápido e coalhar. Mas só que a gente tinha que ter o lugar, tudo de acordo como precisa. [...] Não tinha como fazer em casa. E eu faço na cozinha. A minha pia é repartida, metade para lá não vai nada de outras coisas, só o queijo. Eu faço o queijo, não vai outras coisas. Daí a outra metade da pia, então tá, a gente lava a louça tudo, estas coisas. Só que eu

---

<sup>8</sup> Esta técnica era bastante utilizada pelos colonos para se obter um queijo com maior tempo de maturação. Entretanto, praticamente caiu no esquecimento devido ao quase desaparecimento dos parreirais, causados pela filoxera, praga de solo que praticamente dizimou os vinhedos da região a partir de meados do século passado. Durante a pesquisa de campo, observou-se que alguns produtores, sobretudo os informais, ainda mantinham esta prática. Entretanto poucos produziam este queijo para o mercado, a não ser mediante encomendas ou vendas ocasionais.

esterilizo as panelas. Por exemplo, antes de colocar o leite, eu esquento a água, esterilizo as panelas, as toalhas, a fôrma, tudo, com água quente, bem quente, quase fervendo, eu esterilizo, depois quando está frio então eu coloco o queijo lá. [...] Ah, é pouca a temperatura [aquecimento do leite]. Ele fica morninho só. (Entrevista com mãe de MZ).

Quanto à possibilidade ou interesse de formalizar sua produção de queijos, aproveitando sua clientela já constituída, os MZ não tinham esta perspectiva. Uma das razões era a sua impossibilidade de aumentar a escala de produção de leite para viabilizar a construção de uma queijaria, devido a pouca terra e à falta de capital para os investimentos necessários (compra de animais, melhoria das pastagens, construção de instalações e aquisição de equipamentos) que, associados aos investimentos na unidade de processamento, tornava esta opção inacessível:

Para a gente fazer esta inspeção eles exigem muita coisa, a gente tem que produzir... por exemplo, a gente tem que gastar bastante para produzir como eles querem. E condição a gente não tem. [...] Que nem eles falaram lá [técnicos], se era para investir, fazer uma pequena construção, então a gente teria que ter pelo menos umas 10, 12 vacas de leite. E eu não tenho esta quantia [...]. Ele disse que saía mais de 30 mil reais [construção da unidade para produção de queijo]. Então nós vamos investir mais que o capital da gente, a gente não tem condições. (Entrevista com VM).

Entretanto, além de se referirem aos altos valores necessários para a construção de uma unidade que lhes permitiria a obtenção do serviço de inspeção, fizeram também referência às agroindústrias familiares rurais que se adequaram às exigências dos serviços de inspeção, mas que, ao fazê-lo, perderam a sua clientela. Esta perda de mercado era atribuída à transformação que o queijo sofre após a adoção de tecnologias exigidas pelos serviços de inspeção, sobretudo a pasteurização:

É por causa desses problemas aí que não conseguiam colocar o queijo no mercado. Fechou, não conseguiam colocar. [...] Fazer uma agroindústria? A gente fica com a pulga atrás da orelha, porque o que tem que não vai para frente? Eles investiram bastante, eles faziam quantos quilos por semana? Eles faziam um monte de queijo, eles faziam e uma coisa que quebra de uma hora para outra assim... A queijaria fechou, eles botavam nas fruteiras, tinha uma validade de 5 dias [o queijo], vencia e não vendia. Eu também levava queijo lá, em um ou dois dias vendia tudo, mas aquele lá não vendia. Não sei, o pessoal dizia que não era bom, não sei o que tinha. [...] Aquele lá era mais barato, mas não vendia. O pessoal não compra porque não era bom. A mulher da fruteira dizia para mim: "Não vende, não vende"! (Entrevista com VM).

As más condições de conservação das estradas limitavam também esta opção, pois implicaria em elevados custos de transporte:

O problema que, às vezes, a gente não tem estrada boa, tu vai botar um carro, tu veio da cidade, né? É meio longinho, tu vai vender queijo, você vai levar todo dia

100 kg de queijo, você vai rodar todo dia. Tem um custo para manter este carro. A estrada não é boa. (Entrevista com VM).

Assim, embora desejasse formalizar sua atividade, a família MZ não tinha as condições necessárias para tal e não via alternativa a não ser enfrentar os riscos da informalidade:

É só para, vamos dizer assim, para subsistência, a gente vende porque precisa, não é assim, “aquela quantia”, bastante assim. É aquela pouca quantia e pronto. Essa que é a verdade. Nós sabemos que tem esse risco [de exclusão pelo pressão dos órgão de fiscalização], mas vai fazer o quê? Seria bom isso [sair da informalidade]. É, eu sei disso. A gente cuida para não vender coisa estragada, a gente capricha, a gente cuida muito bem, tem que cuidar muito. Porque se você vende uma vez uma coisa estragada, você conquista 10 fregueses, vai perder 30. Você vende uma vez e não vende mais para ele, e depois ele vai contar para todo mundo e vai perder mais um monte de gente, você vai perder. Tem que cuidar muito com este negócio. Ser muito bem cuidado. [...] E se caso eles proibirem, o que nós vamos fazer? O que vai acontecer? O pessoal pára, vende e vai para a cidade também. Não vai ter fonte de renda, vai fazer o quê? Vai achar outra coisa para fazer. E é o que está acontecendo. [...] Às vezes a gente pensa de ir para a cidade, mas vai fazer o que lá também? (Entrevista com VM).

A família MZ encontrava-se em uma situação de isolamento social<sup>9</sup>, causado pelo forte êxodo rural pelo qual sua comunidade passava, o que impossibilitava também a formação de grupo para os investimentos necessários para a formalização da atividade. Assim, o isolamento social e o esvaziamento de sua comunidade tinham impactos diretos nas condições de vida da família MZ:

É por isso que no interior não tem mais ninguém, é por esse fim. Está ficando quem tem chiqueirão [de suínos] e quem tem aviário. E muitos aviários fecharam e muitos vão fechar ainda... [...] Olha, na nossa comunidade assim, por exemplo, tinha umas 70 famílias e agora não sei quantas que tem. [...] Deve ser umas 35 a 40, se tiver, tem que contar. Mas são tudo de pessoas quase aposentadas, porque os novos se foram todos. (Mãe de VM).

Portanto, embora os MZ tivessem começado a vender seus queijos coloniais devido à diminuição de produção do leite que até então era vendido à indústria, neste período constituíram uma clientela que os levava a permanecer no mercado informal. Mas mesmo permanecendo no mercado informal e produzindo apenas um queijo ao dia, esta família cercava-se dos cuidados necessários para oferecer um produto que não colocasse em risco a saúde dos consumidores, tais como a realização de exames dos animais e a freqüentação de cursos para aprimorar os procedimentos de fabricação incorporando

---

<sup>9</sup> Para uma análise sobre a situação socioeconômica dos agricultores do Oeste Catarinense, ver Dorigon *et al.* (2005). Neste estudo os autores apontam para o elevado nível de pobreza e isolamento social destes agricultores, isolamento este que limita ainda mais a construção de alternativas econômicas e de melhoria da qualidade de vida destas populações.

cuidados de higiene. Entretanto, os MZ não adotavam outras técnicas como a adição de corantes e conservantes ou a pasteurização do leite. Assim, de acordo com a Teoria das Convenções (BOLTANKI e THÉVENOT, 1991), os valores presentes em seu processo de produção são os tipicamente oriundos do mundo doméstico.

## 6. O queijo colonial de RA e JC

RA e JC, casal de agricultores de origem italiana, já aposentados, são proprietários de meia colônia<sup>10</sup> de terra a 18 km da cidade de Concórdia. Outra meia colônia haviam transferido para sua filha e genro, com os quais residiam. Oriundos do município de Erechim (RS), RA com 71 anos e seu marido JC, com 77 anos, migraram para Concórdia há 50 anos, sendo uma das primeiras famílias a se instalarem na comunidade. Embora não mais criasse suínos, JC tinha sido um dos primeiros fornecedores da Sadia:

Eu trabalhei com porco antes disso aí. No tempo que nós viemos aqui, era mal e mal iniciada a Sadia, todo mundo criava lá três, quatro, cinco porcas e dava dinheiro. Que todo mundo criava aqueles porquinhos, levava para Concórdia e entregava no frigorífico. Hoje em dia é só parceira e coisa. (Entrevista com JC).

Há mais de 30 anos RC fazia seus queijos para vender. Com sete vacas leiteiras, quatro delas em lactação, das quais obtinha 40 litros de leite por dia, que transformava em queijo - uma peça por dia de 3,5 kg – vendido a R\$ 8,00 ao kg:

Eu digo, não vou fazer muitos anos ainda que nós temos idade já, né. “Ah, mas não vai parar” [clientes]. Mas é que também, ele tem 77 anos, eu tenho 71. Já estamos aposentados. A gente faz um pouco para viver, a aposentadoria é pouca, então a gente faz. (Entrevista com RC).

Embora produzisse pequena quantidade, os queijos de RC eram bem conhecidos em Concórdia, inclusive entre os técnicos da secretaria municipal da agricultura:

Eu conheço um agricultor do município que ele tem lá um número de animais. Estes animais são controlados na questão técnica de doenças, é feito análises semestralmente, por exemplo, a tuberculose e brucelose. Ele faz isso, ele tem a sua carteirinha de saúde, ele tem o seu espaço pequeno assim, mas faz o seu queijo colonial e o grande problema dele é produzir em quantia. Se ele tivesse o dobro, ele venderia. O mercado dele é informal. Você tem que encomendar 15 dias antes um queijo na casa daquele agricultor. E que é uma qualidade muito boa. Só que é bem informal e ele vende, ele pode trazer toda a semana aí e ele vende muito. [...] Este é o que faz o verdadeiro queijo colonial, o queijão redondão, amarelão, bonitão e coisa boa, de qualidade. Só que, se você for ver pela questão da legislação, ele é um clandestino. Mas que vive, é um casal de aposentado, mas que ele tem um controle muito bom do queijo dele. Eu estou dando um exemplo, tem inúmeros exemplos assim. (Entrevista com RS, técnico responsável pelo serviço de inspeção municipal de Concórdia).

---

<sup>10</sup> Uma colônia corresponde a 24,2 hectares.



Assim, a comercialização era feita sob encomenda e uma vez por semana JC fazia a entrega: “Pedem, daí ele pega o fusca e leva”. Embora fosse uma produção pequena, seus queijos já haviam sido vendidos para consumidores de outras cidades:

O nosso queijo foi até no Amazonas. Amazonas, Rio de Janeiro, São Paulo, Florianópolis, Porto Alegre. Os clientes que vêm visitar os parentes, eles explicam para os outros que vem visitar e já batem aí, querem desse queijo. [...] Tem gente de Chapecó que moravam aqui, então eles telefonam de lá que é para levar o queijo ali em tal lugar, então a gente, aquele dia tem que ir para a cidade, então já leva lá, é tudo gente conhecida, né. (Entrevista com JC).

O casal preservava ainda algumas técnicas tradicionais de produção como a cura do queijo com bagaço de uva tinta ou no vinho, já mencionada anteriormente. RC havia freqüentado um curso oferecido pela Epagri ainda em 1992 e, embora tivesse aprendido fazer outros tipos de queijo, decidira continuar a fazer o queijo a seu modo. Assim, mesmo após o curso da Epagri, RC continuava mantendo seu processo tradicional produção:

Modo de fazer? Boto só coalho e sal. Depois, bem caprichado, tudo em ordem, máximo de carinho, porque queijo é queijo. Bem cuidado. O leite bem coado. Umás horinhas de sol, já lavo, já guardo, todo o dia a mesma tarefa. Mornar ele, bater bem. [...] É, mal e mal morninho [o leite]. Depois junta ele bem, bota no paninho aquele, bota sal. Compro do melhor coalho, porque tudo que eu posso achar de bom para o queijo e faço, né. Bem cuidado, só aquele eu faço, é meu serviço.

O queijo é processado pela manhã, após a ordenha e fica na fôrma por meio dia. Depois de tirado da fôrma é deixado por algumas horas ao sol – para realçar sua cor amarela - posteriormente é lavado e então vai à geladeira por onde fica por cerca de 15 dias para curar. Assim, RC obtém um queijo com consistência firme e com cor amarela característica, estando pronto para ser entregue aos seus clientes.



**Figura 1.** Queijo colonial na geladeira para a cura.

**Fonte:** Foto do autor.

Embora seus queijos fossem comercializados informalmente, a Secretaria Municipal da Agricultura de Concórdia havia imprimido e entregue a RC etiquetas com o texto abaixo:

<p><b>QUEIJO COLONIAL</b> Produtor assistido pela Secretaria Municipal de Agricultura de Concórdia – SC Produtor: (Nome) Fone: [...] Endereço: Distrito [...] Ingredientes: Leite – coalho – e sal. Melhor consumir em 90 dias. Data de fab:</p>
--

Assim, apesar da informalidade, o governo municipal conferia um “selo” que, embora não tivesse valor legal, informava aos clientes que o produtor contava com a assistência técnica da prefeitura. Essa assistência, a participação de RC nos cursos da Epagri e o acompanhamento do rebanho pelos veterinários da Copérdia<sup>11</sup> com exames semestrais de tuberculose e brucelose<sup>12</sup> conferiam confiança aos queijos, mesmo sendo produzidos informalmente.

Ou seja, embora o agricultor não cumprisse todas as exigências do Serviço de Inspeção Municipal - SIM, o referido selo infundia confiança aos consumidores na questão da higiene. Portanto, tratava-se de um “quase-SIM”, ou de um “SIM informal”, um híbrido resultante da observação de normas técnicas – controle sanitário do rebanho – e de confiança no processo de produção, este construído a partir dos valores do mundo doméstico.

Embora não vendessem leite à cooperativa, a mesma continuava a prestar assistência técnica a JC, um de seus sócios fundadores:

É importante para nós. Eu fui um dos fundadores da cooperativa. Então, muitíssima gente entrou de sócio depois. Então, uns eles botaram fora, compraram a parte e aqueles mais antigos ficaram. (Entrevista com JC).

Embora por várias vezes RC, devido à sua idade, tivesse manifestado sua vontade de parar com a produção de queijos, continuava a produzi-los não apenas devido à renda obtida, mas, sobretudo, pelo reconhecimento social obtido devido à reputação de seu

<sup>11</sup> Coperdia: Cooperativa de Produção e Consumo de Concórdia.

<sup>12</sup> São as duas principais doenças passíveis de serem transmitidas ao homem pelo consumo do leite e que, portanto, representam riscos à saúde do consumidor.

produto e pela manutenção de relações sociais que sua comercialização lhes propiciava, via visitas de clientes ou através de idas periódicas de JC à cidade para entregar o produto, ocasião em que se encontrava com seus amigos:

RC: Eu ia parar mas este aqui [aponta para o marido] ficou aborrecido [risos].

JC: Ah, eu tenho freguês lá que quando chego lá não me largam mais. Eles também são de idade, a gente chega, freguês de 20 e passa anos. Então, são muito conhecidos. Então, chega lá e começa de papo aqui, começa de papo lá: “Mas é cedo para sair”. “Mas eu tenho meus negócios para fazer”. “Não, não, tem tempo” [risos]. Daí a gente fica tomando um chimarrão e passa o tempo.

Assim, o queijo colonial, neste caso, ocupa o papel de um intermediário na manutenção dos vínculos sociais deste casal de agricultores aposentados com o meio externo à propriedade. Parar de produzi-los representaria não apenas diminuição de renda mas, sobretudo, resultaria no aumento do seu isolamento social.

Ao se comparar os dois casos de produtores informais descritos acima, percebe-se que ambos mobilizam os valores do mundo doméstico, como tradição, confiança e autenticidade. Entretanto, no segundo caso analisado, o casal de agricultores está também entre os pioneiros a se instalar em sua comunidade, entre os primeiros fornecedores de suínos para a Sadia e entre os fundadores de uma das mais importantes cooperativas da Região. Portanto, JC e sua esposa mobilizam também os valores do mundo da opinião (BOLTANKI e THÉVENOT, 1991), como a reputação e o reconhecimento de atores como a cooperativa, que ainda lhe presta assistência técnica, mesmo se não lhe entrega a matéria prima, ou da secretaria municipal da agricultura que lhe concede um selo, informando aos clientes que o processo de produção de seus queijos recebe o aval daquela secretaria, mesmo se feitos informalmente. Ao associar os valores do mundo doméstico com os do mundo da opinião, este casal de agricultores personifica a própria imagem do colono. Ou seja, são os valores como os incorporados em seus queijos que tornam a imagem do colonial valorizado e reconhecido pelos consumidores, além de suas qualidades intrínsecas. Assim, mais que produzir apenas alguns queijos por semana, este casal produz, sobretudo, valores que se estendem sobre o conjunto dos produtos coloniais.

## **7. Conclusão**

Devido a limitações em termos de infra-estrutura, capital e acesso aos serviços de assistência técnica, há um conjunto de agricultores que se mantém no mercado informal dos produtos coloniais. São, em geral, aqueles agricultores mais pobres e pouco

articulados a outros atores sociais. Exatamente por estarem mais isolados do mundo tecnológico e científico e, por consequência, dos valores oriundos do mundo industrial - seus produtos são os que mais guardam as características coloniais e do saber-fazer dos colonos.

Os casos discutidos neste texto mostram também que a permanência de um expressivo número de agricultores no mercado informal não se deve apenas à falta de meios destes em migrar para mercado formal. As transformações que resultam das exigências técnicas impostas pela legislação dos serviços de inspeção sanitária para que os produtos coloniais possam entrar no mercado formal têm também grande relevância para que muitos destes agricultores optem em permanecer na informalidade. A imposição destas normas causa a descaracterização dos produtos tidos como coloniais ao ponto de seus consumidores não os reconhecerem mais como tal, identificando-os como industriais. E, devido ao menor contato com o mundo da ciência e da tecnologia são também os responsáveis pela preservação dos conhecimentos de processos, produtos e tecnologias tradicionais, que mantém a imagem do colonial.

Assim, estes agricultores informais não apenas elaboram seus produtos coloniais, mas também são os responsáveis por produzir e manter a imagem positiva do colonial. Paradoxalmente, são os mais ameaçados de exclusão do mercado na medida em que a fiscalização, tanto sanitária quanto jurídica, se intensifica.

### **Referências Bibliográficas**

BOLTANSKI, L. ; THÉVENOT, L. **De la justification**. Les économies de là grandeur. Paris: Gallimard. 1991. 483 p.

DORIGON, C. **Mercados de produtos coloniais da Região Oeste de Santa Catarina**: em construção. 2008, 437 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Programa de Engenharia de Produção – Coordenação dos Programas de Pós-Graduação de Engenharia - COPPE, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DORIGON, C. ; FERRARI, D. L. ; TESTA, V. M.; SILVESTRO, M. L.; MELLO, M. A. de. Agricultores pobres: os invisíveis do campo. *In*: BRUMER, A. PIÑEIRO, D. (Org.). **Agricultura Latino-americana: novos arranjos e velhas questões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2005 p. 85-106.

WILKINSON, J.; MIOR, L. C. Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro: UFRRJ, n. 13, p. 29-45, 1999.

ZAOUAL, H. **Nova economia das iniciativas locais**: uma introdução ao pensamento pós-global. Trad. Michel Thiollent. Rio de Janeiro: DP&A: Consulado Geral da França/COOPE/UFRRJ, 2006a. 256 p. Tradução de Nouvelle économie des initiatives locales.