

MERCADOS LOCAIS, INDÚSTRIA DOMÉSTICA RURAL E COMERCIALIZAÇÃO NA AGRICULTURA FAMILIAR DO ALTO JEQUITINHONHA¹

Eduardo Magalhães Ribeiro

Flávia Maria Galizoni

Ana Paula Gomes de Melo

Thiago Borges Moreira

Ana Flávia Almeida

Alice Assis Carvalho

Roberto Cardoso de Moura

Ana Luíza Caldas

Resumo: O processamento agroindustrial de produtos agrícolas tem grande importância na renda, na cultura e na ocupação de agricultores familiares. O vale do Jequitinhonha é uma região mineira de reconhecida excelência nesta atividade, graças à forte base rural da cultura material constituída desde começos do século XVIII e aos circuitos locais de comercialização que asseguram mercados a esses produtos. Este artigo, resultado de pesquisa em Censos e fontes primárias, apresenta informações sobre agroindústria doméstica, circuitos de vendas e presença nas feiras livres, analisando as características principais dessa produção tradicional.

Palavras-chaves: Vale do Jequitinhonha, desenvolvimento rural, agricultura familiar, indústria doméstica rural, políticas públicas.

Área indicada: políticas públicas

¹ As pesquisas que deram base a este artigo foram apoiadas pelo CNPq (558411/2009-6; 554408/2010-4) e Fapemig (PPM 464-10; APQ-03306-10).

I. Introdução

Desde o final dos anos 1970, a partir do histórico congresso da CONTAG que marcou o ressurgimento das lutas sindicais no campo brasileiro, as organizações de agricultores familiares reivindicam programas públicos específicos para apoiar produção e comercialização. A partir dos anos 1980 esses programas começaram a ser criados.

O apoio à produção era baseado em três princípios: produção conjunta, agregação de valor e redução da penosidade do trabalho. Procurava-se, então, incorporar maquinário e mecanismos produtivos que fossem utilizados por número expressivo de famílias rurais, que beneficiasse a produção primária aumentando seu valor e reduzisse a demanda por trabalho humano na produção. Por isso esses programas tratavam principalmente de fornecer tratores, equipamentos agrícolas e unidades de beneficiamento de produtos para as comunidades rurais – as *fabriquetas*, como se dizia. Foram muitos os programas que se dedicaram a esses objetivos, alguns deles públicos, como Projeto São Vicente, Programa de Apoio ao Pequeno Produtor, Planoroeste II, outros foram iniciativas criadas pela sociedade civil e organizações religiosas de extensão rural, como os Projetos Alternativos Comunitários ou PACs. Com pequenas alterações, estas orientações continuaram até os anos 2010.

No componente comercialização havia principalmente o interesse em conquistar mercados distantes. O que se percebia era que a “pequena produção”, como se dizia na época, havia perdido espaços nos mercados por conta da dificuldade de incorporar a tecnologia agrícola intensiva disseminada com a modernização agrícola da *revolução verde* e não atingia as escalas necessárias para tornar competitiva sua produção. Por isso o foco da produção familiar de pequena escala deveria ser concentrado naqueles mercados suficientemente amplos para cobrir os diferenciais de custos da produção familiar e suficientemente diversificados para absorver produtos “exóticos” ou “típicos”. Aparentemente o argumento era imbatível: grandes cidades, com grandes mercados, representariam mercados excelentes para pequenos produtores.

Ao longo de 30 anos, muita despesa e outras tantas frustrações, se percebeu que esses mercados não apresentaram as vantagens que aparentavam ter. Primeiro, porque as iniciativas de comercialização conjunta de agricultores familiares nunca conseguiram dinamismo suficiente para atingir esses circuitos de distribuição de longa distância com a regularidade necessária para assegurar preços diferenciados e sistemática de pagamentos. Segundo, porque os custos de transporte na maioria das vezes devoraram os eventuais ganhos. Terceiro, porque raramente se conseguiu montar estrutura de prestação de contas ágil o suficiente para assegurar confiança ao sistema. Quarto, porque o apoio do setor público foi incerto para quase todas essas iniciativas.

Foi por essas e algumas outras razões que ao longo dos anos 2000 as organizações de agricultores familiares, de apoio e de extensão rural repensaram esses mercados e passaram a investir cada vez mais na conquista de mercados locais. Estes, acabaram por revelar suas virtudes: relacionamento direto do produtor com o consumidor, simplicidade no transporte e no acerto de contas, adaptação dos produtos às demandas alimentares específicas do território, facilidade de rodízio entre membros da família e da comunidade no processo direto de comercialização, possibilidade de apoio dos governos locais, instituição de padrões costumeiros de controle de qualidade e certificação. Estes, entre outros aspectos, transformaram os mercados locais em novos objetivos de conquista.

Então, a combinação dos investimentos em apoio à produção da agricultura familiar por meio de maquinário e indústria doméstica, de um lado, e a conquista dos mercados locais, por outro, deu forças a este empreendimento na direção das economias locais. Isso permitiu a criação de novos espaços de geração de ocupação e renda, fortaleceu a cultura alimentar territorial ou soberania alimentar, deu base para a criação de novos programas públicos, principalmente municipais, e criou uma animação discreta na economia dos pequenos municípios de população majoritariamente rural.

O objetivo deste artigo é analisar a dinâmica dos mercados locais para a agricultura familiar do Alto Jequitinhonha, particularmente os mercados para produtos de maior valor agregado – os produtos processados da indústria doméstica rural.

2. A pesquisa

A pesquisa que originou este artigo analisou a comercialização da agricultura familiar a partir de três passos: i) consulta aos estudos e dados censitários sobre indústria doméstica rural e agricultura familiar no Jequitinhonha; ii) investigação nos municípios das dimensões da produção da indústria doméstica rural, dos nichos de excelência de produção e da sua presença nos pontos de vendas das feiras livres; iii) entrevistas focalizadas com grupos de produtores da indústria doméstica rural reunidos por produtos específicos.

O primeiro passo foi executado com levantamento de estudos sobre agricultura familiar, indústria doméstica rural, ocupação e emprego na região, além da consulta às fontes censitárias disponíveis, principalmente o Censo Agropecuário de 2006, a fonte mais atual de informações sobre o campo brasileiro.

O segundo passo foi um esforço para determinar a expressividade da indústria doméstica rural, seus pólos e referências de qualidade. Para isso foi feito levantamento das informações sobre produção, valores e destinos das principais cadeias produtivas da agricultura familiar do Jequitinhonha. Para esses levantamentos sobre a indústria doméstica rural foram usados os dados censitários, com o propósito de compreender características e dinâmicas produtivas locais. Em seguida foi investigada a expressividade da indústria doméstica rural nos municípios por meio de pesquisa nas feiras livres, os canais mais frequentes de comercialização desses produtos. Os dados do Censo Agropecuário de 2006 permitiram levantar informações sobre indústria doméstica rural para selecionar os municípios de produção mais expressiva, e como é grande a proximidade entre os municípios, foram pesquisadas todas as feiras livres existentes.

Os produtos de indústria doméstica rural pesquisados nas feiras livres fazem parte das principais cadeias produtivas da agricultura familiar da região: os derivados de mandioca, mel, cana-de-açúcar, leite e milho. Foram considerados derivados de mandioca: farinha de mandioca, tapioca, goma (ou polvilho), beiju e puba. Foram computados como derivados da cana-de-açúcar: rapadura, melado, cachaça, rapadura batida, “tijolo” e doces que passam por fervura dos tachos de engenho e usam o caldo de cana como matéria-prima fundamental. Produtos associados à indústria doméstica rural da apicultura: mel, própolis, geléia real, balas de mel de apiário; mel “selvagem”, quer dizer: coletado em colméias livres, foi considerado produto do extrativismo. Como derivados do milho foram computados: fubá, farinha de milho e canjica; como derivados do leite: queijo, requeijão, manteiga, doce de leite.

O levantamento nas feiras livres buscou registrar o número total de bancas e aquelas com produtos de indústria doméstica rural, investigando se o produto é do próprio feirante/agricultor ou de outro produtor para determinar sua relação com produção e comercialização direta. Buscou ainda identificar se o produto é do próprio município ou de outro, identificar a origem das matéria-prima, a regularidade da presença do produto na feira, a quantidade presente e a quantidade vendida. Por fim este levantamento identificou referências de excelência, ou seja, quais os melhores produtores e qual a localidade de origem desses produtos no município.

Ao mesmo tempo, em todos os municípios foram entrevistados agentes de desenvolvimento rural sobre a dinâmica da indústria doméstica rural, coletando informações sobre a presença, a relevância e a excelência na produção. Foram entrevistados dirigentes de sindicatos de trabalhadores rurais, técnicos de extensão rural da Emater/MG, secretários municipais de agricultura, agências religiosas de desenvolvimento (Cáritas, Fundo Cristão para Crianças e Visão Mundial) e organizações não governamentais ligadas ao rural. As entrevistas foram analisadas em conjunto com as informações das feiras, detalhando por município e zona os pólos de produção de indústria doméstica rural, sua distribuição espacial e os produtores de referência em cada lugar em que a produção se concentra.

Por fim, num terceiro passo, foram localizados e entrevistados produtores e produtoras *especialistas* nas diversas áreas da indústria doméstica rural.² Para identificá-los foi necessário partir dos municípios com preponderância de volume e excelência em determinados produtos da indústria doméstica rural, definidos pela combinação de dados censitários, presença dos produtos em feiras livres e indicação dos agentes de desenvolvimento e extensão dos municípios. Em todas as indicações houve coincidência entre informações de Censo, feiras e agentes de desenvolvimento rural.

Foram então selecionados para as 4 principais cadeias produtivas (mel, cana, mandioca e milho) 32 especialistas distribuídos pelos municípios onde a sua produção era mais expressiva. Em seguida foram contatados, agendada reunião de pesquisa, que compreendia 2 etapas: a) visita aos equipamentos e instalações produtivas do beneficiador; b) entrevista focalizada com grupo de 4 especialistas naquele segmento de indústria doméstica rural. A pesquisa foi baseada em grupos focais, uma metodologia centrada no grupo de afinidade organizado em reunião conduzida pelos entrevistadores e orientada por um roteiro. Neste caso, as entrevistas com os grupos focais distribuídos pelos espaços homogêneos do território versaram sobre aprendizado da técnica, organização do processo produtivo, técnicas de beneficiamento e comercialização. As entrevistas foram seguidas por visitas técnicas aos empreendimentos de indústria doméstica rural, onde os assuntos da entrevista eram retomados, recomentados, e agregadas novas informações sobre aqueles temas.

3. Indústria doméstica rural

O conceito de indústria rural vem de autores clássicos da literatura econômica. Fernandes e Campos (2003) indicam que o conceito foi utilizado por Marx, Kautsky e Lênin para designar as atividades manufatureiras realizadas nas unidades de produção camponesas

² Este conceito foi tomado de empréstimo a Brandão (1986), que o descreve assim: “*O especialista exerce na comunidade um trabalho profissional e uma relação de docência, reconhecida como fazendo parte de um domínio comum de trabalho.*” (Brandão, 1986:21-22).

que, com a intensificação da divisão social do trabalho, passaram a ser desenvolvidas nas cidades. De acordo com Marx (1975) a consolidação do modo capitalista de produção apenas foi possível com revolução agrícola, entre o final do século XV e quase todo século XVI, na qual ocorre a separação entre o campo e a cidade, a agricultura e a manufatura. Neste processo houve a destruição da economia natural camponesa, e uma intensa diminuição de sua indústria rural, ficando no campo apenas as atividades de produção vegetal e animal.

Contemporaneamente, com o intuito de dimensionar a amplitude e distribuição territorial destas atividades no Brasil, o IBGE as conceitua como: “*atividades de transformação e beneficiamento de produtos de origem animal ou vegetal realizadas em instalações existentes na própria unidade de produção doméstica ou em instalações de terceiros (moinhos, moendas, casas de farinha, etc.)*” (IBGE, 1995).

Os estudos que deram destaque ao tema indústria doméstica rural no Brasil desde meados dos anos 1990 se inserem nas discussões sobre estratégias viáveis à produção familiar e desenvolvimento territorial e sobre cadeias produtivas da agricultura familiar. Foi a partir da busca por estas estratégias que se observa, como argumenta Wilkinson (2008), dois movimentos distintos: i) os esforços de reconversão da agricultura familiar, tendo a economia de escala como ponto de entrada nos mercados agroindustriais; ii) estratégias de verticalização da produção agrícola que não apostam em economias de escala.

De acordo com Van der Ploeg (2006) esta segunda é a estratégia mais apropriada historicamente para a agricultura familiar. De acordo com este autor, na produção camponesa a autonomia é buscada incessantemente, o camponês é apenas parcialmente integrado a mercados imperfeitos, se relacionando muito pouco com o mercado de insumos. A sua base de recursos de produção é composta por não-mercadorias (terra, natureza viva e recursos sociais), e a expansão desta base de recursos através do estabelecimento de relações de dependência com o mercado de fatores de produção é evitada, pois contraria o esforço de busca da autonomia. Sendo assim, uma produção em escala não é coerente com a lógica de produção camponesa.

“A relativa escassez de recursos disponíveis na unidade familiar faz com que a eficiência técnica e a mudança técnica não-material se tornem temas centrais: no modo de produção camponês, os produtores precisam obter maior resultado possível com uma dada quantidade de recursos e sem que haja deterioração da qualidade destes.” (Van der Ploeg, 2006, p.23).

A agricultura familiar se produz, necessariamente, com o crescimento contínuo de valor agregado. Se comparada com a produção agrícola empresarial, percebe-se que nesta os lucros e os níveis de renda podem ser ampliados através da redução do uso do trabalho; já na primeira, o crescimento da produção se realiza com base no processo de trabalho, no aperfeiçoamento da eficiência técnica, na produção de *novidades* e inovações. Assim o crescimento ocorre sob intensificação, ou seja: com os recursos disponíveis se cria uma produção maior, qualificada e diversificada. No longo prazo, mais recursos podem ser gerados na unidade de produção, pois a agricultura familiar se reproduz principalmente através da intensificação contínua, enquanto em outros tipos de unidades de produção predomina o aumento de escala. (Van der Ploeg, 2006).

Assim se compreende a valorização de aspectos artesanais da produção, a busca da qualidade por meio de deseconomias de escala, e a valorização da qualidade específica, local e cultural de alguns produtos. Neste caso, o fato de não ter economia de escala se torna pré-condição da atribuição de qualidades específicas ao produto.

Foi investigando essa natureza específica da indústria rural familiar que Fernandes e Campos (2003) – ao analisarem as informações do Censo Agropecuário de 1985 e de 1995-1996 – revelaram a sua importância social e econômica para o rural brasileiro. Estes autores mostraram que em mais de 18% dos estabelecimentos rurais com até 100 hectares são realizadas atividades ligadas à indústria rural; que a contribuição média destas atividades para a geração de ocupação e receita monetária é significativamente superior àquela proporcionada pelos produtos da agricultura de mantimentos, como arroz, feijão e milho; que mais de 50% do total produzido é vendido, sendo 88% aguardente de cana, 97% azeite de dendê, 90% doce de leite, 76% farinha de mandioca, 60% polvilho de mandioca, 80% queijo e requeijão e 80% rapadura.

Em suma, é grande a importância econômica das atividades relacionadas à indústria rural no Brasil, podendo ser medida em termos do volume produzido, do valor da produção, do valor da receita monetária obtida pelos produtores com a sua comercialização, da contribuição média para a receita monetária, da contribuição para o abastecimento da unidade de produção, e do nível de presença relativa destas atividades nos estabelecimentos.

Mas a indústria doméstica, para além da produção de produtos agrícolas e dos aspectos econômicos, se destaca também pelo fortalecimento cultural, territorial e pela valorização da multifuncionalidade. Maluf (2003) definiu multifuncionalidade como:

“o conjunto de relações múltiplas entre funções de segurança alimentar, qualidade, origem dos produtos, proteção do ambiente, salvaguarda do capital cultural e manutenção do tecido social rural pela diversificação de atividades”. (Maluf, 2003, p.87)

O enfoque das funções da agricultura não é novo: estas sempre foram consideradas; como funções de geração de excedente de alimentos e matérias-primas, de liberação de força de trabalho para as atividades urbano-industriais, de exportação e de criação de um mercado de massa para a produção urbano-industrial. Mas neste novo enfoque, como argumenta este autor, mudam as funções valorizadas; as peculiaridades do agrícola e do rural e suas contribuições não são apenas na produção de bens privados. Nestes termos, o enfoque da multifuncionalidade é como um “novo olhar” sobre a agricultura familiar, que permite analisar a interação entre famílias e territórios na dinâmica da reprodução social, considerando a integralidade dos “modos de vida” das famílias rurais.

Diante disso, surge a indagação sobre a capacidade dos mercados assegurarem a reprodução da produção familiar e, conseqüentemente proverem a sociedade dos bens públicos essenciais à sua qualidade de vida. Nesta direção, Alcoforado (2003) defende que a produção territorializada deve ser institucionalizada como patrimônio, convertida em direito de propriedade comunitária, a exemplo das indicações geográficas, da denominação de origem controlada e da denominação de procedência controlada. Com esta institucionalização se protegeria a relação de determinado produto com o território como propriedade da comunidade, de forma que se possa criar mecanismos de apropriação dos benefícios da sua especificidade. E isso ocorre por meio da admissão pública das características da produção, da valorização do saber-fazer tradicional. A valorização dessa produção implica fortalecer a identidade territorial, porque esses produtos representam o perfil e a cultura do território; são, como indica Sabourin (2001), a materialização de um *sistema local de conhecimento*³

³ Sistema Local de conhecimento é definido por Sabourin (2001) como: “a articulação de atores, redes e/ou organizações manejados em sinergia, de maneira a promover processos de conhecimento, melhorando a relação entre conhecimento e ambiente, e/ou a gestão das tecnologias usadas para um dado setor da atividade humana”. Sabourin (2001, p. 37)

construído através de complexos processos de aprendizagem e experimentações. Mas também representam patrimônio, e por isso as localidades devem construir instituições que contribuam para acrescentar estes valores à economia local. (Alcoforado, 2003).

Desta forma se poderia implantar uma estratégia de desenvolvimento territorial fundada em dois conceitos básicos: qualidade e diferenciação. Por esta perspectiva percebe-se que a identidade é o que valoriza estes produtos, que cria mercados específicos, que consegue apoio de organizações não-governamentais e programas públicos. Então, estes produtos são carregados de valores intangíveis, simbólicos, subjetivos.

4. Indústria doméstica e feiras no Alto Jequitinhonha

Os recursos alocados por programas públicos na agricultura familiar do Jequitinhonha não eliminaram as dificuldades que marcam a relação entre mercados e pequenos produtores (Maluf, 2004; Wilkinson, 2008; Van der Ploeg, 2008). Esses produtores permaneceram restritos a mercados locais e nichos específicos, como artesanato e agroindústria tradicional. Mas, ponderada essa restrição estrutural, nos anos mais recentes os produtores redesenharam suas estratégias de produção e comercialização desde quando receberam dois apoios principais: os incrementos de renda monetária vindos de transferências públicas (principalmente aposentadorias e Bolsa Família), e o conjunto crescente de programas de apoio à produção familiar (Pronaf, Minas sem Fome, PCPR, Territórios Rurais).

Mais que oferecer recursos, esses programas o fizeram estimulando ao mesmo tempo a produção e o consumo, às vezes conseguindo “fechar” circuitos de pequenos negócios locais. Este é o caso do Programa “Leite pela vida”, gerido pelo Instituto de Desenvolvimento do Norte e Nordeste de Minas Gerais, Idene, com recursos do Programa Fome Zero e do Governo de Minas Gerais, que compra de *pronafricanos* para distribuir nas áreas de insegurança alimentar; do Programa de Aquisição de Alimentos, gerido pela Conab/MAPA, que compra de lavradores para distribuir entre organizações sociais da região. A combinação de incremento de renda monetária, ações locais/territoriais e participação política deu novo sentido aos programas públicos. Num movimento quase imperceptível, lavradores ingressaram em programas que se tornaram alavancas para consumir, aumentar e melhorar sua produção. Essa década, marcada pela universalização dos programas governamentais, viu surgir um novo dinamismo nos mercados locais.

Na agricultura familiar tradicional o essencial é assegurar a reprodução; assegurada esta, o dinheiro vindo de vendas, trabalho para terceiros ou programas públicos que não se consome é considerado excedente e costuma ser transformado em pequenos animais, grandes animais e por fim em imóveis - bens *mais parados*, como definem aos bens imobilizados. Esses bens alavancam a produção, contribuem para elevar a renda monetária e, novamente, o consumo e o investimento dessas famílias. Os acréscimos de renda proporcionados pelos programas públicos na região alimentaram a produção e o consumo nos mercados locais, e isso se percebe no crescimento das redes de trocas de produtos agrícolas, no crescimento dos consumidores nas feiras livres e no destino da produção da agroindústria rural.⁴

⁴ Sobre gestão de orçamentos camponeses ver Sigaud (1979), Herédia (1979), Garcia Jr. (1991) e Woortmann e Woortmann (1997); sobre estratégias de reprodução ver Schröder (2004) e Ribeiro e Galizoni (2007).

É preciso notar que esse movimento não é apenas econômico: tem um componente político forte. Antes da dinamização de programas, já existia uma dinâmica camponesa que fortalecia as organizações de base – associações comunitárias, sindicatos de trabalhadores rurais, grupos de trabalho de comercialização. Desde os anos 1990, um dos esforços feitos por essas organizações, talvez o maior deles, foi para “construir” mercados, ou seja, descobrir e ocupar espaços e pontos de venda, agregar valor à produção agrícola, conquistar novos consumidores. Existem na região notáveis casos de sucesso, como as associações de apicultores, os pólos de excelência do artesanato em argila e da indústria doméstica. O esforço para construir mercados se combinou com a ocupação de espaços políticos de captação de novos projetos, numa disputa política travada no âmbito dos conselhos de desenvolvimento, dos programas territoriais, das secretarias municipais e compreendeu também a criação de estruturas de suporte, como redes de assistência técnica e fundos rotativos de crédito. Esses movimentos devem ser lidos também à luz da emergência política de povos tradicionais, que trouxe à tona, entre outras, a causa da valorização da dieta local e da soberania alimentar e, na medida em que se sedimentaram, estimularam a conquista de pontos de comércio nos mercados locais de municípios basicamente rurais.⁵

As feiras livres são expoentes desses mercados, componentes essenciais do cotidiano dos municípios rurais que apresentam características associadas aos costumes e à cultura material. Feiras são bastante impermeáveis às mudanças econômicas gerais e não são reguladas somente pelas normas que vigoram nos grandes mercados, mas pautadas pela particularidade, pela solidariedade, pela complementaridade e pela informalidade que resultam da sedimentação histórica das relações locais.

No Jequitinhonha as feiras respondem por parte importante do abastecimento da população conforme a Tabela 1, que calcula o atendimento da população total, considerando o número de consumidores e de membros de suas famílias em municípios selecionados. Percebe-se que as feiras abastecem entre 16,70 e 44,22% da população total.

Tabela 1. Vale do Jequitinhonha: participação total e percentual dos consumidores da feira na população de municípios selecionados, 2007.

Município	Consumidores presentes na feira	Número de membros das famílias	Total de consumidores atendidos pela feira	População municipal	População atendida (%)
Veredinha	336	4,19	1.408	5.541	25,41
Carbonita	719	3,69	2.653	9.452	28,07
Berilo	491	4,36	2.141	12.819	16,70
F. Badaró	607	4,01	2.434	10.357	23,50
Virgem da	1.544	3,87	5.975	13.513	44,22

⁵ Sobre construção de mercados para agricultores consultar Maluf (2004) e Wilkinson (2008); sobre a organização da comercialização no vale do Jequitinhonha consultar Ribeiro (2007).

Lapa					
------	--	--	--	--	--

Fonte: Ribeiro (2007).

A Tabela 2, abaixo, apresenta informações sobre os bens da indústria doméstica rural, produtos de maior valor agregado da agricultura familiar da região. A segunda linha da Tabela revela a parcela da produção vendida para cooperativas, indústrias, empresas integradoras e compras institucionais. Naqueles que podem ser denominados como produtos tradicionais da indústria doméstica rural (farinha de mandioca, farinha de milho, queijo, requeijão e rapadura) e referências em termos de soberania alimentar os canais de comercialização cooperativos, integrados ou institucionais não chegam a absorver 1% da produção. E os canais mais usuais de destino da produção são: i) o consumidor direto, e aí se trata principalmente da feira livre, e secundariamente dos processos comunitários de circulação de bens com o agricultor vendendo de porta-em-porta, na quarta linha; ii) o intermediário - que geralmente é o comerciante próximo, o dono da banca no mercado ou *mercadante*, o dono da venda ou por fim o parente que recebe em consignação a produção da localidade para levar até a feira - conforme se nota na terceira linha; ou, finalmente, iii) o autoconsumo, que responde por uma parcela importante do consumo desses produtos tradicionais, variando de 2,87%, no caso dos produtos mais sofisticados como queijo e requeijão, a 33,61% no caso da farinha de mandioca, o produto mais cotidiano e autoconsumido. Vendidos para intermediários, vendidos diretamente ao consumidor em mercados próximos e circuitos curtos, ou autoconsumidos: essas três possibilidades responderam por quase 100% do destino dos produtos da indústria doméstica do Jequitinhonha, revelando que produtos tradicionais têm um destino também “tradicional”.

Tabela 2. Vale do Jequitinhonha: destino da produção de farinha de mandioca, polvilho, rapadura, queijo e requeijão, em percentual, 2006.

Produto/ Destino	Farinha de mandioca	Farinha de milho	Queijo e requeijão	Rapadura
Vendido para cooperativas, indústria, integradora ou governo	0,00	0,00	0,65	0,00
Vendido para intermediários	18,93	0,00	35,32	18,98
Venda direta ao consumidor	47,46	82,14	61,16	47,59
Consumido no estabelecimento	33,61	17,86	2,87	33,43
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário 2006.

No vale do Jequitinhonha ficam 8,87% dos estabelecimentos rurais de Minas Gerais, mas na região estão 30% dos estabelecimentos que produzem farinha de mandioca em Minas Gerais, que respondem por 42,05% da produção do estado. Dentre os municípios da região, 6 apresentam um forte destaque na produção de farinha: Padre Paraíso, Medina, Itaobim, Novo Cruzeiro, Minas Novas e Turmalina. Esses municípios respondem por pouco mais de 90% da produção da região, revelando expressiva concentração. Um aspecto destacado na produção

de farinha de mandioca é o peso relativamente reduzido das vendas: tanto no estado, quanto na região e nos municípios o autoconsumo supera a metade da produção.

Da produção mineira de rapadura, menos de 5,00% está no vale do Jequitinhonha. Entre os municípios produtores se destacam Berilo, Francisco Badaró, Turmalina, Itamarandiba e Padre Paraíso, que respondem por praticamente 80,00% da produção. O mesmo percentual de 5,00% se aplica ao caso da farinha de milho e fubá produzido no estado, e essa produção se associa ao município de Chapada do Norte, revelando uma forte concentração municipal, o que parece ser característico dos produtos da indústria rural.

O vale do Jequitinhonha respondia em 2006 por aproximadamente 20% da produção e das vendas de mel do estado. Turmalina, Minas Novas, Itamarandiba, Veredinha, Berilo e Francisco Badaró respondiam por 90% da produção e das vendas da região, diluindo um pouco a elevada concentração observada em outros produtos da indústria doméstica rural.

A Tabela 3 resume a participação percentual em termos de estabelecimentos e a concentração da produção por municípios no Jequitinhonha. A Tabela reforça a evidência de forte concentração da produção em poucos municípios. Apenas a cadeia produtiva da farinha de mandioca apresenta maior disseminação, estando presente em pouco mais de 8% dos estabelecimentos. As cadeias produtivas da cana-de-açúcar e do milho ocupariam relevância menor em termos de distribuição, participando de menos de 1% dos estabelecimentos recenseados. Observe-se também na Tabela a elevada concentração que a cadeia produtiva de maior disseminação apresenta: há elevada concentração nos 4 municípios que respondem por 90% da produção.

Tabela 3. Distribuição de produtos selecionados da indústria doméstica rural em 38 municípios do vale do Jequitinhonha, 2006

Unidade	Percentual de estabelecimentos	Número de municípios com mais de 80% da produção
Vale do Jequitinhonha	100,00	-
Farinha de mandioca	8,18	6
Tapioca e goma	2,68	2
Rapadura	0,61	5
Farinha de milho e fubá	0,27	1
Mel	0,68	2

Fonte: Censo Agropecuário 2006

A Tabela 4, abaixo, apresenta uma síntese das pesquisas feitas nas feiras livres no Alto Jequitinhonha. A Tabela combina dados de 2 fontes diferentes: Censo Agropecuário 2006, que publicou a estimativa preliminar das unidades produtivas da agricultura familiar e pesquisa direta em feiras desses municípios.

Os dados da Tabela 4 revelam em primeiro lugar a forte participação da feira como espaço de comércio para agricultores familiares: 27,48% deles têm pontos de vendas nas feiras dos sábados, praticamente uma em cada três famílias. No entanto, essa participação percentual é muito diferente entre os municípios, e compreende desde aqueles com expressiva presença desses agricultores na feira (Angelândia, Capelinha, Carbonita, Itamarandiba e Turmalina), até aqueles onde a feira absorve participação mais reduzida (Felipe dos Santos, Senador Modestino, Leme do Prado e Minas Novas). Esta participação desigual é determinada por dois fatores principais: a dimensão econômica do centro urbano e a presença de programas de apoio às feiras. Sedes municipais com maiores população e renda conferem maior dinamismo às feiras, e o exemplo mais emblemático é de Capelinha, onde o número de pontos de venda ultrapassa o número de agricultores familiares, absorvendo produção de diversos municípios vizinhos. E os programas de apoio às feiras, principalmente no quesito transporte, funcionam como estímulos para agricultores familiares e até permitem que acessem com as vendas volumes de recursos superiores àqueles dos programas de transferência de renda e aos mercados institucionais (Ribeiro, 2007). Os dados revelam também a expressividade da presença da indústria doméstica, presente em 29,36% dos pontos de vendas nas feiras, ou seja: um em cada três pontos de vendas. Esta presença é desigual, e em alguns municípios a participação é maior que outros.

Tabela 4. Pontos de vendas nas feiras, agricultores familiares no município e pontos de indústria doméstica rural nas feiras de municípios selecionados do Alto Jequitinhonha, 2010/2011.

Município	Pontos de venda	Agricultores familiares (famílias)	Feirantes como percentual da agricultura familiar	Pontos de venda indústria doméstica rural	Percentual indústria doméstica rural
Angelândia	75	155	48,38	24	32,00
Capelinha	344	284	121,13	103	30,00
Carbonita	80	135	59,26	35	43,75
C.Magalhães	22	95	23,15	10	45,45
Diamantina	37	275	13,45	16	43,24
F.dos Santos	16	175	9,14	5	31,25
Gouveia	73	279	26,16	27	36,98
Itamarandiba	335	438	76,38	96	28,66
L.do Prado	16	84	19,05	4	25,00
M. Novas	133	693	19,19	27	20,30
S.Modestino	22	140	15,71	3	13,66
Turmalina	188	230	81,74	50	26,60
Veredinha	53	149	35,57	14	26,41
Totais	1.410	5.130	27,48	414	29,36

Fonte: pesquisas de campo 2009/2011; IBGE, Censo 2006.

Essa produção da indústria doméstica se baseia em alguns pilares. Primeiro, num conhecimento material enciclopédico e tradicional sobre produtos e processos específicos, passado de um para outro agricultor, sempre a cada dia enriquecido, renovado e adaptado. Segundo, numa profunda ligação dos produtos com os hábitos alimentares, os preceitos de saúde e a cultura do território. Terceiro, por um cruzamento entre conhecimento e gosto que

faz do produtor um consumidor requintado, que é por isso mesmo muito exigente consigo e cativo ao gosto do lugar. Por fim, essa produção se aferra a nichos territoriais de mercados tão exclusivos que costumam, ao mesmo tempo, impedir que se produza em escala industrial e protegê-la de produtos similares que passam por processamento industrial.

Graças à forte base rural da cultura material que vem de começos do século XVIII, o Alto Jequitinhonha é uma região de reconhecida excelência nestas atividades. Nesta região de cerrado e catinga, com período seco bem marcado no ano entre abril e novembro, as famílias rurais investem o tempo do longo ciclo da seca no beneficiamento de produtos da agricultura, da pecuária e do extrativismo.

A indústria doméstica rural do Jequitinhonha, ao contrário do que sugere o conceito, não é realmente uma indústria. Os processos produtivos são muito específicos, definidos antes de mais nada pelo tipo de recursos que existem no lugar. Por outro lado, o produtor conhece, comanda e executa todas as etapas da produção, o que faz com que se diferencie muito da produção fabril. Por fim, uma boa parte da produção é para autoconsumo. Assim, a agroindústria doméstica cria um produto artesanal, que tem inserção em mercados locais, que resulta da combinação entre arte e manufatura, revela a sofisticação da cultura material, mas revela outro aspecto importante: no contato freqüente do produtor com o consumidor eles *negociam* também o padrão territorial de gosto e qualidade.

A qualidade – ou *capricho* como dizem os agricultores – tem sua origem associada a dois critérios: de um lado o padrão costumeiro de apresentação do produto; de outro lado a exigência do consumidor. O padrão costumeiro de apresentação do produto tem suas raízes na formação da cultura material do território, vem da combinação de influências do sudoeste baiano por um lado e do próprio Alto Jequitinhonha mineiro, por outro. Essas matrizes apresentam diferenças sutis: o Alto Jequitinhonha tem, por exemplo, uma presença discretamente maior dos derivados de cana e milho; o Médio e Baixo Jequitinhonhas têm um pendor mais baiano, um gosto maior para processar os derivados de mandioca. Mas, além disso, a apresentação dos produtos propriamente diverge em formas que variam do sutil ao muito explícito, e muda cor, composição, paladar, ponto de cozimento, textura do alimento.

No entanto, essa definição de padrões de qualidade sofre uma influência constante e repetida no contato semanal do gosto do consumidor com o gosto do próprio produtor. Estes produtores-especialistas têm uma relação muito próxima, pessoal e interativa com seus consumidores, conhecem pessoalmente quase todos eles nas feiras, quando apresentam aos produtores seus comentários pessoais sobre o produto. Assim, consolidam um padrão alimentar local de qualidade. Como o agricultor na maioria das vezes é ao mesmo tempo produtor e negociante da sua produção nos mercados locais e esta condição só pode ser mantida se for conservada a qualidade, isso o leva a informar ao freguês quando o produto não está totalmente bom ou de acordo com o que se considera o padrão local de qualidade.

Mas esses produtores sempre são, ao mesmo tempo, consumidores. Por isso, sua definição de qualidade depende do lugar e do gosto do freguês, mas também de seus critérios próprios de apreciação que geralmente são muito semelhantes aos de seus fregueses. Como os produtos artesanais são ao mesmo tempo produtos também de autoconsumo, o zelo pelo produto é parte do controle familiar de qualidade. A reputação de todos os produtos, da rapadura à farinha de mandioca ao mel ao fubá, passa pelo paladar. Identificam o bom produto com a boca, provando. A goma é aprovada pelo gosto azedo e a textura fina, tem que dissolver na boca. A farinha tem que ficar úmida no mesmo momento que entra em contato

com a língua; se a secura persistir a farinha não presta. A qualidade da rapadura se conhece pelo doce, que deve no começo lembrar a cana e no final ao mel, mas não pode nunca trazer ao final um travo de sal. Esses agricultores são provadores de sofisticação equivalente àquela que o *somelier* usa com os vinhos, pois eles afinal são parte importante dessa união engenhosa de soberania com segurança alimentar.

Por isso, para esses especialistas, qualidade é um aspecto sempre mais importante que quantidade. Mas é difícil para muitos técnicos de extensão rural e planejadores de desenvolvimento territorial compreender isso: eles pensam em produtividade e escala, e raramente percebem que os produtores dependem dessa qualidade cultivada no autobastecimento doméstico para conservar as posições que conquistaram nesses mercados ao mesmo tempo tão pequenos e tão exigentes que enfrentam todos os sábados. Dependem de manter a qualidade porque seus consumidores são visíveis e concretos na feira livre, e exigem o produto num padrão costumeiro e numa especificação bastante definida. Dessa maneira, a ênfase que as agências de mediação costumam colocar em produtividade esbarra nessa armadilha montada pela cultura material, que define que apresentação, qualidade, tipo e gosto se sobrepõem à quantidade, concebendo a agroindústria doméstica como parte da soberania alimentar, precisamente o contrário de um padrão fordista de alimentação.

Dado o estágio de maturação dos programas públicos, das iniciativas de economia solidária e de aprimoramento dos mercados institucionais, o processo de produção desses bens fica marcado por uma tensão contínua entre a produtividade, de um lado, e o padrão cultural e costumeiro de qualidade. Essa tensão influi na escolha do equipamento, na seleção das variedades agrícolas, do tipo de terra e na disponibilidade de trabalho familiar. Este, afinal, será determinante, pois é exatamente essa capacidade muito específica de agregar valor que fornece o diferencial entre uma farinha de fábrica e outra de farinha, a rapadura industrial e a rapadura de engenho. Ao final, o melhor processo será aquele que permitir combinar a maior qualidade com o menor dispêndio de tempo de trabalho.

Mas o desenho do produto é feito realmente nesses mercados limitados e soberanos. Os espaços de aceitação da farinha de mandioca, por exemplo, são restritos tanto em termos de número de pontos de venda quanto em termos de delimitação geográfica: cabem nas feiras livres e nas casas de comércio de poucos municípios. A limitação de mercados, combinada ao rigor da estacionalidade da produção, cria uma dificuldade estrutural para produzir por todo o ano. Há também uma bruta limitação na possibilidade de uso e investimento nos equipamentos produtivos: como investir dinheiro e trabalho na produção de farinha que ocupa – em tempo parcial – apenas 6 meses por ano? Como esticar a estação produtiva se a consequência será o produto fugir do padrão de qualidade, prejudicar o alimento da família e perder seu espaço na feira livre?

Esses produtores enfrentam uma dupla dificuldade de comercialização. De um lado, há dificuldade para produzir tudo que podem potencialmente produzir: levar o rendimento ao extremo quase que fatalmente criaria estagnação nas vendas porque é reduzida a dimensão dos mercados locais. De outro, há forte sazonalidade nas vendas e na produção, que se concentra no período das secas. Por isso há grande variação nos preços de produtos beneficiados ao longo do ano, que muda, como dizem, entre *seca-e-s'água*. Em Araçuaí, em agosto 2010, em plena estação produtiva, a rapadura de 2,5 quilos estava cotada a R\$ 4,50; 5 meses antes, em março de 2010, a mesma rapadura valia R\$ 8,00. A pesquisa em algumas feiras revelou a escassez às vezes absoluta de produto beneficiados no tempo da chuva. E se a

variação acentuada de preço revela a sazonalidade, revela também a fidelidade do consumidor ao produto e seu caráter essencial na dieta local.

Como o produto é estacional, é preciso estocar para vender na entressafra. Mas as condições de armazenagem são limitadas, o produto perde qualidade e a freguesia da feira livre reclama. Além do mais, como a produção do agricultor é diversificada, no tempo das chuvas a família produz mantimentos e a outras atividades, em vez de enfrentar o risco de fugir aos padrões de qualidade, que desgosta os produtores e afasta seus fregueses costumeiros. Os especialistas preferem perder o dinheiro do tempo das águas a perder o cliente que aprecia a elevada qualidade do seu produto. E para manter essa relação ele fará todo esforço possível para adaptar variedades precoces à produção, porque neste caso precocidade será muito mais importante que produtividade.

Assim, o produto tem caráter artesanal, produção sazonal e de pequena escala. Isso cria uma impossibilidade para o produtor se dedicar mais e qualificar melhor seu produto artesanal. É um dilema que aparece com frequência nos fóruns de debate territorial, e nem sempre os programas públicos e os técnicos de extensão acertam a mão, pois costumam insistir no caráter industrial da agroindústria doméstica, e as sugestões de mudanças vão na direção da elevação da produtividade física e das escalas, algo que contraria os produtores e principalmente os consumidores que eles encontram todos os sábados nas feiras. Variedade de produtividade elevada pode implicar em maior demanda por trabalho, em maior custo na fertilização das terras, em maiores custos de transporte e, o mais importante: maior produtividade não assegura necessariamente melhores mercados.

Diante disso, os programas de melhoramento tecnológico da indústria doméstica deveriam cuidar antes de tudo de seu caráter artesanal. O que absolutamente não significa que inovações não devam ser propostas. Estas deveriam se pautar por: a) melhoramentos que contribuam para reduzir ainda mais a penosidade do trabalho; b) conhecimento etnopedológico e de usos das terras; c) estudos de variedades adaptadas sujeitas aos usos locais de terra; d) possibilidades de elevação dos rendimento físicos sem modificar as condições da produção e dos padrões microlocais de qualidade e sobretudo e) criar facilidades de acesso às feiras livres, que são o fundamento mesmo da existência desses produtos.

5. Bibliografia citada

- ALCOFORADO, I.G. Patrimônio e Desenvolvimento Local Territorial um approach da economia dos direitos de propriedade. In: XLI Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural, 2003, Juiz de Fora.
- BRANDÃO, C.R. O ardil da ordem. 2ª edição. Campinas, Papirus, 1986.
- FERNANDES FILHO, J.F. e CAMPOS, F.R. A indústria rural no Brasil. Revista de Economia e Sociologia Rural. 41 (4) Nov/Dez 2003.
- GARCIA JÚNIOR, A.R. O sul, caminho do roçado. São Paulo, Marco Zero, 1991.
- HERÉDIA, B.A. A morada da vida. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.
- IBGE. Censo Agropecuário, 2006.
- MALUF, R.S. O enfoque da multifuncionalidade da agricultura: aspectos analíticos e questões de pesquisa. In: Inovações das Tradições da Agricultura Familiar. CNPq. 2003.
- MALUF, R.S. Mercados agroalimentares e agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. Ensaios FEE, Porto Alegre, v. 25, n. 1, abr. 2004.
- MARX, Karl. O Capital. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1975.

- RIBEIRO, E.M. (org.) Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semiárido de Minas Gerais. Fortaleza, Etene/BNB, 2007.
- RIBEIRO, E.M.; GALIZONI, F.M. A arte da catira: negócios e reprodução familiar de sitiantes mineiros. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 22, 2007.
- SABOURIN, E. Aprendizagem coletiva e construção social do saber local: o caso da inovação na agricultura familiar da Paraíba. Estudos Sociedade e Agricultura, 16, abril 2001.
- SCHRÖDER, M. As demandas financeiras dos agricultores do sertão do Pajeú IN ABRAMOVAY, R. (org.) Laços financeiros na luta contra a pobreza. São Paulo, AnnaBlume/Fapesp, 2004.
- SIGAUD, L. A percepção do salário entre trabalhadores rurais. IN PINSKY, J. (org.) Capital e trabalho no campo. São Paulo, Hucitec, 1979.
- WOORTMANN, E.F.; WOORTMANN, K. O trabalho da terra. Brasília, Ed. UnB, 1997.
- VAN DER PLOEG, J. D. Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Editora da UFRGS. 2008.
- VAN DER PLOEG, J. D. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). A diversidade da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS, p. 13-54, 2006.
- WILKINSON, J. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Editora da UFRGS: Porto Alegre, 2008.