

A feira e o trabalho rural no Alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina, Minas Gerais *

The market and the rural work in Jequitinhonha Valley: a case study in Turmalina, Minas Gerais *

Eduardo Magalhães Ribeiro **

José Luis G. Ângulo ***

Alíria Bicalho Noronha ****

Boaventura Soares de Castro *****

Flávia Maria Galizoni *****

Juliana Sena Calixto *****

Luiz Henrique Silvestre *****

Resumo: Este artigo analisa a produção familiar rural e a comercialização em feira no nordeste de Minas Gerais como espaços de reprodução e geração de renda. Revela que a feira representa uma experiência bem-sucedida de abastecimento regular do centro urbano, de perenização de renda rural e alocação da produção regular das famílias dessa região. Com investimento mínimo, a feira pode se constituir um espaço fundamental para o desenvolvimento municipal.

Palavras-chave: Agricultura familiar, feiras locais, vale do Jequitinhonha

Abstract: This article analyses rural family production and commercialization at market in the northeast of Minas Gerais as spaces for income development. It shows that the market represents a successful experience for the regular supplying of the urban center, and for the consistency of rural income and allocation of the regular production of families who live in the area. With minimal investment, the market constitutes itself a fundamental space for municipal development.

Key words: Family farming, local food markets, Jequitinhonha valley

* Pesquisa financiada pelo CNPq (AF 520792/01-7) e realizada em parceria com o Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica, CAV, de Turmalina, alto Jequitinhonha, MG (vicentenica@ligbr.com.br). Versão preliminar desta pesquisa foi apresentada ao XLI Congresso Brasileiro de Economia e Sociologia Rural

** Economista, professor do DAE/Universidade Federal de Lavras, pesquisador CNPq, eduardo@ribeiros.net.

*** Agrônomo, mestre em administração, doutorando no PPGDA/UFRRJ

**** Cientista social, mestre em administração, aliriabicalho@bol.com.br

***** Agricultor, técnico em comercialização do CAV, Rua São Pedro, 43, Turmalina, MG; vicentenica@ligbr.com.br

***** Antropóloga, IFCH/Unicamp, bolsista CNPq, flaviagalizoni@yahoo.com.br

***** Engenheira Florestal; jujulcalixto@yahoo.com.br

***** Graduando em administração, bolsista CNPq, DAE/Universidade Federal de Lavras, lhsilvestre@yahoo.com.br

1. Mercados rurais

Estudos sobre as dificuldades para a agricultura familiar conseguir um espaço nos mercados formam um vasto capítulo da literatura sobre o meio rural. Desde os anos 1950, quando os mercados brasileiros começaram a se integrar e a oferta passou a ser guiada por uma sinalização nacional de preços, este tema começou a interessar pesquisadores. A questão fundamental posta na época era: é possível enfrentar, com produção atomizada e contando com uma chance razoável de sucesso, um mercado oligopolizado e exigente? O tema esteve presente nas preocupações dos extensionistas e sociólogos dos anos 1960, freqüentou a literatura técnica quando a agropecuária se modernizou nos anos 1970, animou as reivindicações dos movimentos sindicais e sociais rurais dos anos 1980 e foi incorporado às preocupações das ongs e das políticas públicas nos anos 1990. Os saldos dessas discussões foram duas orientações que acabaram se firmando como as saídas "naturais" para a produção familiar: o associativismo e o acesso a mercados específicos.

A proposta associativista ganhou fôlego porque – acreditava-se – os pequenos produtores isolados dificilmente alcançam as escalas de produção necessárias para realizar uma comercialização rentável. Agir em conjunto seria fundamental: os custos da comercialização seriam menores, a associação dos produtores garantiria a regularidade do abastecimento, a negociação por preços seria mais fácil, escalas viáveis de produção seriam atingidas pelo grupo maior. Esta perspectiva costuma surgir nas propostas de organizações sindicais (Contag, Fetags), de mediação (CPT, MST, ongs) e de extensão (Emater, órgãos privados). Apesar dos bons princípios que animam essa proposta, ela enfrenta dificuldades para afirmar-se no meio rural, e, aos sucessos raros e localizados, correspondem dezenas de experiências mal-sucedidas de implementação.

A outra alternativa – que muitas vezes complementa a anterior – é a busca de mercados específicos para agricultores familiares. Como a maior parte da pauta produtiva deles passa por complexos processos de elaboração, mais artesanais que manufatureiros ou industriais, seriam criados diferenciais qualitativos – ambiental, cultural ou social – que permitiriam uma inserção em mercados segmentados, onde estariam ausentes ou menos presentes os fantasmas do oligopólio e da economia de escala. Assim, uma comercialização eficiente seria possível em mercados distantes, que teriam mais apreço por produtos marcados pelas especificidades do socialmente justo, culturalmente valioso e ambientalmente sustentável. Embora muitas experiências nessa direção sejam notáveis exemplos de sucesso, existem

ainda grandes entraves: a regularidade de oferta, a dificuldade para garantir os mercados conquistados à distância; a diversificação da produção familiar que joga contra a oferta contínua de determinados bens sazonalizados ou específicos; a logística que exige especialização; a contabilidade à distância que provoca freqüentes desentendimentos. Isso tem impedido, muitas vezes, o deslanchamento dessas propostas.

No correr do tempo muitas experiências já foram ensaiadas, mercados mudaram de perfil, sucessos foram alcançados, mas a questão básica persiste: é possível encontrar um lugar ao sol para a pequena produção familiar, que remunere seus custos e viabilize sua reprodução?

A concepção do mercado como entidade nacional e a valorização das especificidades culturais e ambientais da produção familiar podem ter sombreado uma alternativa importante nessa comercialização: a solução local, por meio das feiras; estas são fundamentais nas estratégias familiares. Com dimensões variadas de tamanho, inserção e resultados, a feira semanal é um espaço dinâmico de comercialização, geração de renda e abastecimento. É também, sem dúvida, um espaço privilegiado para a criação de políticas públicas de apoio às famílias agricultoras.

O objetivo deste artigo é analisar a experiência de produção familiar e comercialização em uma feira no Vale do Jequitinhonha, nordeste de Minas Gerais. Investiga a feira municipal de Turmalina como espaço de produção, comercialização e geração de renda, envolvendo pequenos produtores com apoio do setor público e de organizações locais. Revela que, mais que outros espaços, a feira representa uma experiência bem-sucedida de abastecimento urbano regular, de elevação da renda agrícola e de alocação da produção das famílias rurais dessa região, sempre considerada tão problemática nos aspectos sociais, econômicos e ambientais.

2. Método

Este artigo resulta de pesquisa realizada entre dezembro de 2000 e novembro de 2002 na feira de Turmalina e nas áreas rurais deste município e de Veredinha e Leme do Prado, no alto Jequitinhonha. Grande parte da pesquisa foi financiada pelo CNPq e contou com uma equipe multidisciplinar originária de universidades (Universidade Federal de Lavras, professores, mestrandos e graduandos; Unicamp, doutoranda) e a equipe técnica da ong Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica, CAV, de Turmalina, que atuou em

parceria, no acompanhamento de projetos de pesquisa e extensão universitária que desenvolvem em conjunto desde 1998.

Nessa pesquisa foram feitos dois recortes, um geral e outro específico. No plano geral, foram feitos acompanhamentos mensais do movimento da feira durante os anos de 2001 e 2002, para perceber as variações sazonais de quantidade e diversidade de produtos, frequência e perfil dos consumidores. A oferta foi avaliada por meio de apontamentos amostrais dos produtos, segmentando-os em cereais, hortícolas, do extrativismo, da indústria doméstica rural e artesanais. Dentro de cada categoria foi acompanhada a sazonalidade de comércio por meio da presença percentual em bancas de feirantes ao longo das estações do ano. O perfil do consumidor foi analisado por pesquisa qualitativa; o dimensionamento de seu número por meio de contagem da frequência às feiras de sábados, realizando apurações amostrais de entrada e saída do espaço do mercado a cada 5 primeiros minutos de cada hora entre as 7 e as 11 da manhã.

No recorte específico, foi pesquisada uma amostra representativa de 10 a 15% dos feirantes regularmente presentes¹. Esta amostra foi construída com assessoria de especialistas locais: do CAV e Sindicato de Trabalhadores Rurais, STR, usando os critérios de maior ou menor quantidade de produtos levados à feira, sexo do feirante, tipo de produto ofertado, frequência de oferta e comunidade rural de origem do feirante. Depois de construída a amostra pela combinação destes critérios, foram feitas duas entrevistas. Na primeira, procurou-se quantificar oferta, periodicidade e quantidade, efeitos sobre a renda familiar e ocupações criadas. Uma segunda entrevista, qualitativa, realizada na unidade de produção do feirante, compreendeu visita aos equipamentos da unidade produtiva e convívio com a família durante períodos de 3 a 4 dias; pesquisou-se a dinâmica da produção, a ocupação familiar na atividade, os processos de seleção dos produtos, a intermediação e as combinações entre feira e outras atividades.

O grupo de feirantes que constituiu a amostra foi acompanhado no local da produção, no transporte dos produtos à feira, nas relações com outros produtores e na feira. Foram observados nos processos de comercialização do seu produto para registrar as formas de negociação, com quem comercializam, quais parâmetros utilizam para colocar preço no produto e a troca produto/dinheiro. Por fim, para analisar as relações entre feirantes e as

¹ A variação aqui deve-se à flutuação no número de feirantes presentes em cada sábado, percebida pela equipe de pesquisa em sondagem preliminar.

organizações do município, foram pesquisados supermercados e agências locais, como a Secretaria Municipal da Agricultura, a EMATER, a STR, as associações e outras entidades.

As entrevistas com feirantes foram feitas em momentos que acarretassem menores dificuldades ao seu trabalho. Graças à ajuda do CAV e agricultores vinculados ao Sindicato de Trabalhadores Rurais, foram feitos os contatos com feirantes selecionados. Explicavam-se os objetivos de pesquisa, e pedia-se a cooperação para responder ao questionário. Em todos os casos, a receptividade foi boa, e os feirantes convidavam os pesquisadores para visitar suas comunidades, o que facilitou a etapa posterior da pesquisa nos sítios. Nas partes seguintes deste artigo serão apresentados os principais resultados desta pesquisa.

3. Jequitinhonha

O alto Jequitinhonha, no nordeste de Minas Gerais, é caracterizado principalmente pelo cerrado. O relevo é formado por grandes planaltos, as chapadas, que são entremeadas por vales profundos e estreitos, as grotas; naquelas, a terra pouco fértil e a vegetação rasteira ou arbustiva limitam as possibilidades de praticar a agricultura conforme os costumes locais. As grotas, pelo contrário, embora ocupem área menor na região, têm elevada fertilidade natural, presença de água e vegetação mais densa, denominadas localmente capões de mata.²

Historicamente, o povoamento do alto Jequitinhonha concentrou-se nas áreas de grotas, onde pequenos produtores familiares fizeram suas lavouras de mantimentos e utilizaram a abundância de recursos naturais: água, campos, áreas florestais que permitiam derrubadas, cultivos e pousios. Essas terras de grotas foram usufruídas e vêm sendo partilhadas entre lavradores desde começos do século XVIII; cada grotas, com seus recursos, nascentes e chapadas circundantes abriga uma rede familiar de domínio da terra e uma história compartilhada entre o grupo de parentesco denominado comunidade rural, que, geralmente, é conhecida pelo mesmo nome do córrego que a irriga ou pelo sobrenome da família majoritária no lugar.³

² Consultar Cemig (1993), Galizoni (2000) e Reis (2000).

³ Ver sobre o assunto Ribeiro (1996); Santos (1997); Galizoni (2000); Freire (2001) e Noronha (2003).

Embora no começo do século XXI sejam freqüentes os comentários sobre a pobreza do alto Jequitinhonha, essa região foi opulenta em recursos minerais; minas de diamante e ouro fizeram sua fama, registradas nas crônicas de Diamantina, Minas Novas e Grão Mogol, veiculada por uma rica história oral que valoriza este passado de abundância.⁴ Foram os estudos e artigos produzidos na segunda metade do século XX que apresentaram o Vale do Jequitinhonha sob outra perspectiva: associando-o à pobreza, estagnação, migração. Esta mudança de enfoque deve-se, fundamentalmente, a dois fatores: um, à integração das regiões econômicas nacionais; outro, mais local, associa-se aos processos técnicos e culturais regionais.

A integração econômica dos mercados nacionais, ocorrida nos anos 1950/70, absorveu e diluiu as especificidades regionais: passou a medi-las por um padrão único, geral e nacional. Desde então, as diversas economias regionais – que até aí eram quase ilhas de economia independente – passaram a competir entre si em termos de custos, produtividade e rentabilidade. À medida que os diversos mercados locais integravam-se num único mercado nacional, as economias ilhadas sofriam a competição daquelas regiões que se beneficiavam de economias de localização e escala. Assim, desapareceram nichos industriais e áreas agrícolas que foram prósperos enquanto permaneceram autônomos e dominaram um mercado local cativo. Simultaneamente, a unificação do mercado nacional criou a possibilidade de comparação: do Jequitinhonha com o Norte do Paraná, São Paulo e Sul de Goiás; num mercado único, as regiões passaram a ser avaliadas por parâmetros obrigatoriamente comuns e quantitativos como PIB, Renda *Per Capita*, Produção Industrial. As especificidades microrregionais se diluíram e o local subordinou-se ao nacional; esta hierarquização criou, em termos relativos, um Jequitinhonha muito pobre porque compara grandezas diferentes.⁵

O outro aspecto, igualmente importante, que explica o empobrecimento relativo do Jequitinhonha é a combinação de técnicas agrícolas, uso de recursos naturais e regimes de apropriação fundiária utilizados na região. Os agricultores empregaram sistemas de produção exigentes em recursos naturais, que, ao mesmo tempo, demandam técnicas delicadas e têm possibilidades reduzidas de expansão da produção; a incorporação de

⁴ Sobre história do Nordeste mineiro consultar Santos (1976) e Salles (1993); sobre história oral ver Ribeiro (1996).

⁵ Sobre regiões mineiras e integração de mercados consultar Diniz (1981) e Dulci (1999); sobre a idéia de pobreza ver Sahlins (1978); uma discussão sobre a construção da idéia de pobreza no Jequitinhonha está em Amaral (1988).

tecnologia industrial química, mecânica e biológica – que produziu abundâncias e problemas nas áreas planas do cerrado – foi limitada regionalmente pela topografia, relações sociais e culturais de apropriação da terra. Cristalizou-se, então, uma economia local pouco diversificada em termos de bens para comércio, especializada na produção de alimentos básicos de pouca competitividade, dependente do meio, que permaneceu autárquica e impossibilitada de agregar muito valor à produção. Como os macroindicadores regionais – dados agregados de PIB, produtividade agrícola e mecanização – não captam a sutileza da produção de quem "come feijão de si mesmo", conforme se definem os lavradores do alto Jequitinhonha, freqüentemente se confunde ausência de renda monetária com pavorosa miséria rural. Assim, a agricultura regional vai para a vala comum das políticas de combate à pobreza; mas esses lavradores mereceriam, antes de tudo, ter sua especificidade cultural e produtiva respeitada.⁶

Assim, os problemas de desenvolvimento do alto Jequitinhonha devem-se mais aos aspectos ambientais, aos desacertos de intervenções públicas e à falta de reconhecimento das especificidades locais do que à dificuldade para a agricultura local produzir e acessar mercados. As propostas e intervenções planejadas para a região têm, quase sempre, o propósito de criar uma produção mercantil para elevar renda e melhorar a qualidade de vida. Mas, na maioria das vezes, são esquecidas as experiências já desenvolvidas. Por isto é importante avaliar experiências locais; casos como as feiras municipais revelam que a população e as organizações criaram soluções, às vezes em circunstâncias adversas, que permitiram elevar rendas.

No Brasil, as feiras livres são das mais antigas formas de comércio a varejo, com forte presença no Sudeste e Nordeste. Elas desempenham um papel importante na comercialização, principalmente de verduras, legumes e frutas na maioria dos centros urbanos. Nos municípios de pequeno porte, são mais que simples programas de abastecimento alimentar para populações de escassos recursos: são iniciativas de âmbito local, que relacionam o abastecimento com a produção agroalimentar. A feira facilita acesso a bens de primeira necessidade e serviços para pessoas do campo que participam como vendedores, e serve para distribuir bens de consumo acabados e semi-acabados em

⁶ Para uma discussão mais detalhada consultar Amaral (1988) e Ribeiro e Galizoni (2000).

áreas onde a ausência de dinheiro torna impossível a manutenção de grandes estoques e movimentação mercadorias e dinheiro em áreas de economia estagnada.⁷

O ponto de partida para compreender a trama de relações que giram em torno da feira sustenta-se na lógica econômica dos feirantes e na sua estabilidade no mercado local. Por isso, aspectos culturais dos feirantes e as relações sociais construídas na feira estão ligados como partes relacionais no mesmo assunto. As organizações de desenvolvimento definem os grupos beneficiários, principalmente com base em critérios quantificáveis; porém, verifica-se que a vida rural do alto Jequitinhonha é muito influenciada por dimensões qualitativas e que, geralmente, não são manifestos ao primeiro olhar. Portanto, não se enxerga a feira só como o espaço reduzido onde acontece a comercialização: feira é o espelho de uma sociedade construída pela população, pela economia, pela cultura, pelas instituições locais.

4. A feira de Turmalina

4.1. Antes da feira: a produção

Os agricultores do alto Jequitinhonha, e principalmente os agricultores feirantes, produzem em família: raramente se concebe produção de alimentos fora da família; dificilmente algum membro do grupo doméstico é excluído do trabalho; é o trabalho da família que faz o terreno.

A casa é associada à lavoura, e numa mesma mirada avista-se a casa, com horta, curral, varanda do engenho e roça de mantimentos. Os terrenos são pequenos, e menores ainda seus trechos de terras férteis, como ocorre nas áreas de cerrado; por isso, as roças são espalhadas por todo o espaço, em busca das glebas mais férteis. Planta-se milho e feijão nas vazantes, cana próximo ao córrego, mandioca em terras carrascosas mais altas. As famílias conhecem os diversos solos da região pela vegetação e cor da terra; ao avistar um terreno onde há certo tipo de árvore, é possível saber se que aquele terreno é fértil e próprio para lavoura.

⁷ Garcia Júnior (1989) investigou as feiras do Nordeste e descreve o cálculo camponês, a “alternatividade”, que se caracteriza pela decisão de consumir ou vender os alimentos diretamente. Comercializar um alimento ou reservá-lo para a família não indica que o mercado não seja levado em consideração: ao definir o que é para o “gasto” e o que é para “exportação”, o agricultor manifesta sensibilidade aguda aos preços do mercado. Assim podem vender um produto porque precisam comprar outros alimentos que, combinados, lhes permitam um consumo satisfatório. Para adquirir valores de uso, precisa da renda que obtém ao vender alimentos que não são necessariamente excedentes. Consultar também Forman (1979) e Maluf (1999).

No terreiro são criados animais domésticos, aves e porcos, cultivam-se flores e ervas medicinais; as famílias têm um amplo conhecimento destas, e utilizam suas folhas, frutos, cascas e raízes. Perto do terreiro tem a horta, cultivada na época da seca pelas mulheres e filhos quando não é comercial e sua produção não é de mantimentos, e sim para mistura: os acessórios da comida. Mas, noutros casos, a horta já é produzida para a feira; nesses casos, toda a família pega junto na produção, e o trabalho atravessa todo o ano, embora seja mais concentrado na estação da seca. Mantimentos são feijão, milho e mandioca: vêm da roça, que pertence ao domínio do homem; vender mantimentos não é muito freqüente, porque seus preços não são muito elevados e, em princípio, qualquer agricultor pode produzi-los. Acontece, às vezes, de levar à feira produtos recém-colhidos na roça pois, nesse caso, as vantagens do produto "novo" contribuem para melhorar seus preços. De todo modo, raramente alguém leva apenas mantimentos para vender na feira. Já as frutas são consideradas dons que o quintal produz sem a ação humana; algumas famílias as vendem nas safras, outras se especializam em produzi-las; mas aí, já são bens, são mais caprichadas.

O alto Jequitinhonha tem duas estações bem definidas - "seca e s'águas"- que duram oito e quatro meses por ano, respectivamente. As estações regulam atividades familiares; lavoura ou beneficiamento de produtos são operações que dependem da chuva ou do sol. A seca vai de março a outubro; as chuvas começam em outubro e se estendem, com menor intensidade, até depois do mês de fevereiro. Nos anos bons de chuva, a estação das águas vai de novembro a fevereiro, é quando são cultivados os mantimentos que alimentam a família durante o ano que se segue. No período das águas, os esforços são concentrados na lavoura; nos meses da seca, os esforços vão para o beneficiamento de produtos e sua comercialização.

Essa combinação de atividades permite que, em diferentes períodos do ano, as famílias façam esforços distintos que garantem a alimentação básica – com a lavoura – e renda monetária para adquirir os bens que não produz – com a indústria doméstica, a feira e/ou a migração sazonal.

Na estação da seca, o trabalho intenso de processamento dos produtos agrícolas exige que a família acorde muito antes de o sol nascer. Quando beneficia mais de um produto, como ocorre em muitas famílias, o trabalho se torna ainda mais apurado. Nas famílias em que os filhos saem pela manhã para estudar fora da comunidade, eles acordam uma ou duas horas

antes da saída e auxiliam em parte do processamento, como a moagem: moem o suficiente para que seus pais façam uma alambicada de cachaça, um tacho de rapadura ou açúcar mascavo. O aproveitamento rigoroso do tempo se deve ao fato de que as matérias-primas (cana e mandioca principalmente) estão no ponto ideal para beneficiamento no período da seca, e serão desperdiçadas se passar do tempo.

Próxima à casa de morada encontra-se a varanda do engenho. Depois que a cana é plantada, cortada e levada para o engenho, faz-se a moagem para produzir a rapadura, cachaça ou mascavo. Utiliza-se, para a moagem, pelo menos uma pessoa, que coloca a cana no engenho tocado pelo boi ou pelo burro e que vai orquestrando a moagem, emitindo sons para que o animal ande ou pare, conforme a necessidade. Do engenho, a garapa desce aos recipientes próprios para recebê-la; se for a primeira alambicada do dia, vai direto para o tacho, mas se este já estiver cheio, será conduzida até o cocho. Isso permite que a moagem possa continuar enquanto certa quantidade de garapa está no tacho fervendo, até chegar ao ponto que se quer, rapadura ou mascavo.

As casas de farinha geralmente ficam em espaços comunitários, em terreno central normalmente doado por um membro da comunidade, de cuja construção os moradores participam. A produção de rapadura começa cedo, o beneficiamento das farinhas termina tarde; isto vale tanto para a farinha de mandioca como para a farinha de milho. Conforme a quantidade de matéria-prima a ser processada, as famílias costumam entrar pela madrugada com a torração. Na parte de fora da casa de farinha fica o espaço destinado a descascar a mandioca; dentro, fica o bolinete, equipamento que tritura a mandioca para virar massa depois de descascada e lavada. A massa da mandioca passa depois pela prensa, que é composta por quatro paredes de madeira em forma de caixa, dentro das quais se colocam sacos com a massa; sobre os sacos desce uma tábua de madeira, pressionada manualmente. Saindo da prensa, a massa é novamente triturada no bolinete para "afinar", e então vai para o forno, sobre o qual fica uma laje de pedra própria para torrar farinha. Depois de torrada, a farinha de mandioca é peneirada, e a croeira ou rolão, parte grossa que fica na peneira, é novamente triturada no bolinete e misturada à farinha fina. Terminando, a farinha está pronta para ser consumida. As famílias costumam levar a farinha de mandioca à feira no dia seguinte à produção, e para isso reservam as quintas e sextas-feiras para o beneficiamento.

O extrativismo e a coleta, por sua vez, são componentes ao mesmo tempo periféricos e fundamentais nos sistemas de produção das famílias. Periféricos, por não terem assiduidade: os agricultores extraem geralmente ao longo de uma caminhada, no retorno da roça, em passeios; assim, não existe uma garantia de produção regular dos produtos originários da extração, que raramente é realizada pelos trabalhadores adultos com esta intenção, restando geralmente para os idosos e crianças. Mas é um componente muito importante, fundamental mesmo, dada sua relevância na complementação da dieta, no fornecimento de matérias-primas, na produção de energia, de bens de uso doméstico (sabão, remédio, ornamento, etc.) e, certas famílias, em ocasiões e para produtos determinados, dedicam-se à extração para comércio, por exemplo: no fim das águas, a panã. Para vender coletam, de preferência, no início da safra, quando os preços desses produtos estão melhores e a oferta é escassa; depois a feira fica invadida por esses produtos, e aí o preço cai muito, já não compensa. Mas, enquanto o preço compensa, a família coleta unida e para comércio; já não é mais apenas atividade de crianças. É importante reparar que a coleta para comércio é feita por famílias que têm bancas na feira, que encaram o produto da coleta como atividade complementar à, por exemplo, produção da horta ou à produção de doces.

As famílias produzem mantimentos, frutos e criam animais; coletam especiarias em campos e chapadas que conhecem, beneficiam produtos da lavoura ou da coleta. Esses produtos podem ser consumidos ou vendidos, mas as famílias que vão à feira, em geral, levam grande variedade de bens, pois isto torna o transporte mais barato.

4.2. Na feira: o comércio

A feira livre de Turmalina acontece num galpão que fica no centro da cidade, num espaço cedido pela prefeitura, e funciona regularmente às terças e sábados. Os feirantes ficam em longas fileiras, em bancas onde exibem os produtos, que podem ser classificados em cinco categorias:

- Produtos da agricultura, cultivados e comercializados com um processamento mínimo, como alface, andu, mandioca, feijão, etc.;
- Produtos coletados na natureza e vendidos in natura, como pequi, panã, jatobá, etc.;
- Produtos da indústria doméstica rural, que recebem processamento, como doces (de leite, mamão, goiaba e fava), óleo de pequi, rapadura, geléia de mocotó, corante de

urucum, farinha de milho e mandioca, cachaça, fumo, pamonha; além desses produtos, são vendidos também alimentos para consumo imediato, como bolos, biscoitos, etc.;

- Produtos do artesanato, como peneiras, vassouras, colheres de pau, cangas de bois; artesanato ornamental de argila, etc.;
- Carnes de animais recém-abatidos, suínos e bovinos.

A oferta dos produtos varia de acordo com a época do ano: há maior oferta de rapadura e farinha de mandioca no período da estiagem; o queijo e o requeijão são mais encontrados nas águas, quando a pastagem e o leite são mais abundantes. A tendência de preço é inversa ao volume de oferta. Entretanto, os produtos como o óleo de pequi – apesar da safra ser no período do final de um ano para o início do outro – são encontrados em qualquer época, pois o armazenamento é mais fácil.

Os feirantes são originários de várias comunidades do município e seu espaço de comércio é preservado: a prefeitura proíbe a presença de revendedores ou de distribuidores. Intermediários raramente freqüentam a feira. Ocorre, às vezes, no âmbito do sítio, nas comunidades, alguém ir à feira comprar um ou outro produto do vizinho ou parente. Mas, em geral, feirantes costumam levar de bom grado o produto de um vizinho, parente ou amigo. Outras vezes, quem cuida do ponto de venda está ofertando produtos seus e de outras pessoas que estão na cidade, mas não no local de venda; essa alternância de vendedores é muito comum. Desse ponto de vista, a feira é uma mostra de cooperação e solidariedade, embora seja, às vezes, uma cooperação competitiva, porque disputam entre si um consumidor, embora cooperem em vários objetivos comuns.

A prefeitura coloca à disposição dos vendedores 108 bancas, e, geralmente, 100 são ocupadas com feirantes regulares; além disso, há os vendedores ambulantes, de carne, fumo e artesanato. Metade dos pontos de venda costumam ser atendidos por mulheres. A feira é freqüentada aos sábados por uma média de 450 pessoas, das quais 200 são mulheres e 250 são homens. As mulheres compram muito mais e são mais exigentes nas compras; homens vão à feira ver amigos, fazer negócios diversos e passear. Supondo que cada banca signifique a presença de 1,5 famílias rurais, e sabendo que existem em torno de 500 famílias na área rural do município, pode-se acreditar que 15% das famílias rurais participam da feira. Estimando-se, também, que os 450 freqüentadores da feira representam 300 famílias, conclui-se que comparecem à feira 15% das 2000 famílias urbanas, aproximadamente. É um mercado que envolve 15% das famílias de Turmalina.

O início da feira acontece muito cedo, nas madrugadas, quando os grupos de feirantes chegam em diversos meios de transporte: caminhões, ônibus, burros, a pé. Com o nascer do sol a feira se transforma num lugar de negociação, mas também num ambiente de contato, troca de informações, diversão, de acordos diversos e de cooperação. A prefeitura municipal coloca caminhões para transportar pessoas das comunidades rurais à cidade, gratuitamente, mas obedecendo a duas condições: ser maior de 14 anos e levar algo para vender. Como o transporte gratuito não cobre todas as comunidades com a mesma regularidade (havendo para algumas frequência quinzenal ou mensal) o número de pessoas que vai a cada feira varia de uma para outra semana. Feirantes afirmam que ninguém tem lugar fixo no espaço da feira, mas percebe-se que os produtores com maior volume de oferta ocupam um lugar mais definido, sempre estão no mesmo ponto. O tempo que consideram necessário para a comercialização do seu produto não é o momento da feira, e, sim, o tempo gasto em transporte, descarga na feira, venda e, às vezes, o prazo para receber o pagamento de algum conhecido; entre o sítio e a venda do produto na feira, gasta-se em média 12 horas.

Os preços da feira seguem duas tendências: a do comércio varejista do município e aquela das próprias bancas. Durante a semana, alguns produtores vão à cidade, visitam os armazéns e supermercados pesquisando os preços correntes; no dia da feira, logo cedo, percorrem as bancas para fazer a mesma consulta antes de realizar uma transação. Arrumam suas bancas e vão "dar um giro", para verificar se vão encontrar muita concorrência, e a partir daí aumentam ou abaixam seus preços. Há ocasião que aguardam as ofertas dos primeiros consumidores para decidir a respeito do preço de venda. Perto das festas de fim de ano – época animada, com a chegada dos migrantes sazonais que retornam para festejar com a família – o preço dos produtos da feira também sofre variação. Mas os preços também variam ao longo do dia, desde as primeiras horas da manhã até o meio dia. O vendedor fixa o preço, que "corre" na feira, que geralmente predomina até as nove e meia ou dez da manhã; a partir desse momento, preços podem cair até 50%, pois o feirante não quer voltar com sua produção para casa. Os preços sofrem variações no correr do dia quanto no correr do mês e do ano. Variações ao longo do ano são muito acentuadas; os feirantes conhecem bem esta situação e concorrem para vender mais rápido e a melhor preço. Porém, aqueles que produzem na entressafra têm maior capacidade de influir no preço.

Ocorre uma certa especialização em algumas partes de beneficiamento e comercialização. Famílias que produzem e vendem farinha de mandioca, freqüentemente, também beneficiam e comercializam a farinha de milho. Da mesma forma, quem beneficia produtos à base de leite produz vários derivados, como queijo, requeijão e doce de leite. Igualmente, agricultores que beneficiam produtos extrativistas o fazem para diversos produtos: balaios, peneiras, colheres de pau e vassouras. E tende a vendê-los, embora sejam produtos diferentes, ao longo de todo o ano.

Quem comercializa aproveita a feira para vender sua produção e comprar aquilo que lhe falta: as verduras que a família não produz, a carne, etc. Muitas vezes trocam produtos: troca-se, por exemplo, uma medida de farinha de mandioca por rapadura, duas medidas de farinha de mandioca por um quilo de carne. E sempre, ao final das vendas, os feirantes se dirigem ao comércio local para comprar os produtos que não encontram na feira, como arroz, óleo, sabão, sal, roupas, calçados, etc. Os efeitos da feira ultrapassam o espaço físico do mercado municipal.

As formas de pagamento das compras variam em função da pessoa que compra o produto, mas poucos feirantes vendem fiado. Entre o consumidor e o feirante pode existir um acordo para pagar ao final da feira ou, então, três a sete dias depois. Ao final, o feirante arruma suas caixas para ir embora, na maioria dos casos com a totalidade do dinheiro das vendas; às onze horas, há um afluxo das pessoas para o comércio local. Feirantes fazem compras, acertam negócios ou contratam algum serviço (consulta médica, dentista, farmácia). Esse movimento acontece até às treze horas, quando os caminhões feirantes novamente retornam às comunidades rurais.

BOX

A feira apresenta, basicamente, cinco setores, distribuídos por tipos de produtos.

A. Área de comércio de produtos agrícolas, ocupando 80% do galpão onde ficam entre 90 e 100 postos de venda;

B. Área de venda de carne suína e bovina, onde ficam, aproximadamente, 12 a 15 postos de venda;

C. Área dos vendedores de fumo, que ficam dispersos em diversos setores da feira, embora alguns se agrupem num setor e seu número varia de 8 a 12;

D. Posto de venda de artesanato na entrada da feira, e ambulantes que vendem utensílios domésticos artesanais, em média 10 vendedores;

E. Comércio de alimentos preparados (bolos, café, chá, sucos, etc.), em torno de 8 vendedores;

F. Área de serviços públicos municipais;

G. Depósito;

H. Rua.

Alguns ambulantes andam pela feira vendendo produtos manufaturados em pequena quantidade: perfumes, fitas cassetes, roupas e remédios naturais. A feira possui extensão na rua, e nos arredores ficam muitas pessoas negociando com produtos diversos, como frutos da estação, frangos, etc.

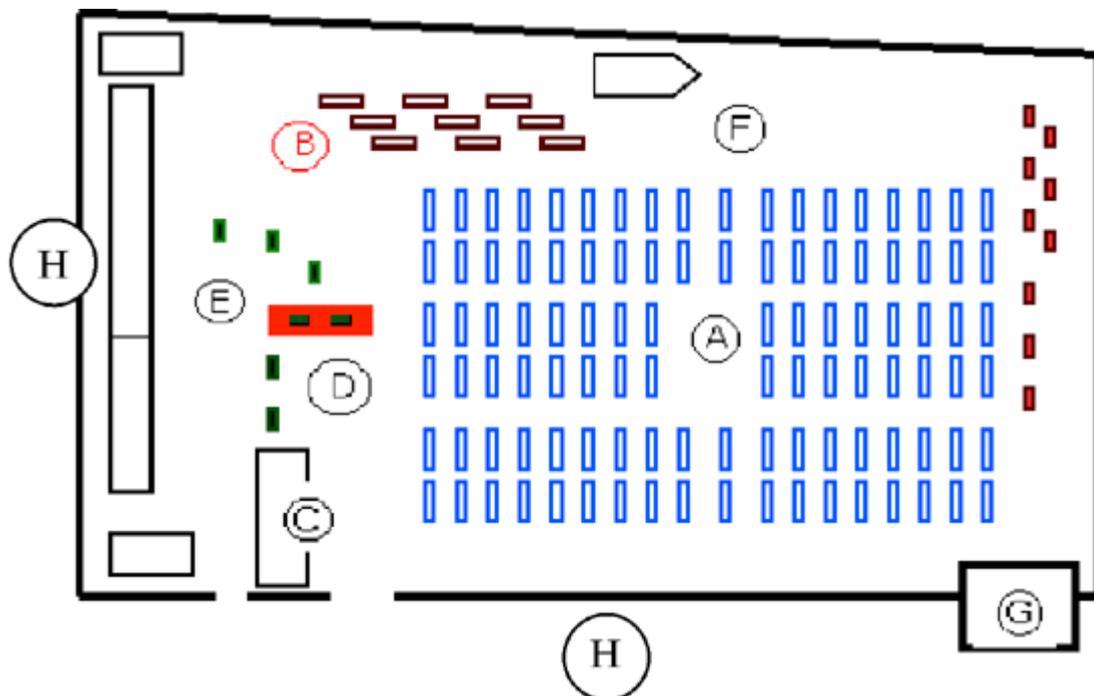


Figura 1. Croqui do espaço destinado à feira livre.

4.3 Os feirantes

A pesquisa permitiu distinguir dois tipos de famílias de feirantes:

- 1- Os que produzem visando principalmente sustentar sua família e destinam uma parcela para a venda. Estes feirantes têm menor renda nas vendas, sofrem influência das condições e das incertezas do transporte, do estado dos caminhos e da presença ou falta de água, situação que influi de maneira determinante. Estes produtores usam apenas força de trabalho familiar e são denominados e se denominam fracos, isto é, fazem um pequeno movimento.
- 2- Outro tipo de feirante usa mão-de-obra familiar e, às vezes, assalariada, tem maior especialização e condição de retirar da comercialização na feira grande parte do seu sustento, pela maior escala de produção e pela regularidade de oferta; é denominado forte.

Alguns produtores têm produtos que são "caprichados" e por isso mais procurados por fregueses. O termo "caprichado", usado pelos feirantes, é uma referência à resposta que dão à exigência dos consumidores, é um conceito de qualidade. Verificou-se que qualidade tem três conotações. Uma, se refere à boa aparência e manuseio, associada principalmente aos produtos transformados. Outra, se refere ao sabor que, às vezes, pode ir em oposição à aparência. Isto pode ser observado no caso de uma variedade de tomate usada na região, de tamanho pequeno e desuniforme, mas com sabor muito apreciado pelos consumidores. Outro exemplo é o caso dos frangos, que eram vendidos abatidos; depois, dada a preferência, consumidores passaram a comprar o frango caipira vivo. Por fim, qualidade também está relacionada a uma "marca", de uma pessoa ou comunidade: "A farinha do Luís do Gentio", "As verduras de Rancho Alegre", "A pinga de Morro Redondo". Estes, definitivamente, "capricham" e têm seu próprio mercado assegurado.

Há, assim, uma relação pessoal poderosa entre vendedores e consumidores de seus produtos, e isto influencia a mudança dos produtos para adequar-se ao gosto do consumidor; aprende-se na feira qual característica torna o produto realmente atraente e apreciado. Os feirantes pensam sempre em alterações que poderiam introduzir para agradar ainda mais aos fregueses, seja no processo de transformação ou na apresentação do produto. Isto, por exemplo, não acontece com os intermediários que, no caso da feira de Turmalina, têm presença mínima, reduzindo-se a uns poucos, ou aos marchantes, que compram carne de porco para revenda.

A oferta de produtos na feira é bastante sazonalizada. Uma cesta fundamental de produtos é encontrada em qualquer época do ano: é o caso das farinhas, verduras de consumo mais corrente e os produtos da agricultura ou da indústria doméstica rural, que podem ser estocados por prazos longos, como óleos, mel, pinga, rapadura. A oferta e a qualidade, porém, variam ao longo do ano. Outros produtos são realmente sazonais, como os frutos da coleta e do pomar, o feijão-andu, os derivados da fava (ver Quadro 1).

Mas este aspecto, que pode parecer limitante para o abastecimento, não é necessariamente compreendido assim pelos consumidores. Como a feira reflete um hábito de consumo fundamentalmente local, a estacionalidade da oferta de determinados produtos também faz parte dos costumes do comprador: ele gosta de comer panã no fim das águas, tanto quanto aprecia o andu e o pequi nas suas safras. A oferta do bem limitada à safra supre uma demanda que costuma ser levada aos seus extremos: come-se a fruta na sua safra até se

fartar, depois vem outra fruta e outra, e a feira espelha o que o trabalho conjunto do homem e da natureza dão conta de produzir.

4.4. Consumidores

Os consumidores são, em sua maioria, moradores da cidade, com idade entre 21 e 50 anos, com predominância do sexo feminino: 77% de mulheres e 23% de homens. A quase totalidade (71%) dos consumidores da feira compra legumes, verduras e folhagens; uma pequena parcela (17%) adquire frutas, o que pode revelar que as frutas entram em menor proporção na dieta alimentar do consumidor, ou eles já as têm disponíveis, ou as adquirem em outros pontos.

A maior parte dos consumidores gasta na feira entre R\$10,00 e R\$15,00. Uma feira média  as em torno de R\$ 4.174,00, o que representa, aproximadamente, R\$ 41,74 em vendas por feirante/semana e R\$166,96 por feirante/mês. A preços de 2002, isto representava 83% de salário mínimo por feirante/mês. Deve-se considerar, porém, que são dados médios, e estima-se que as diferenças devam ficar entre mínimos de venda em torno de R\$40,00 e máximos de venda, para feirantes fortes e mais especializados, em torno de R\$ 1.400,00 por mês.

Quadro 1. Produtos mais ofertados nas diferentes épocas do ano

Mês de maior oferta	Produtos
Janeiro	Pequi, milho, mamão, abacaxi
Fevereiro	Pequi, milho, manga, mamão, abacaxi
Março	Panã, laranja, mexerica, milho verde, andu, mamão, feijão de corda
Abril	Panã, mexerica, andu, cajá manga, cítricos, fava
Maiο	Cítricos, rabanete, alho, cebola, fava
Junho	Alface, repolho, mandioca, fava, pimenta, alho, cebola
Julho	Alface, repolho, urucum, cenoura, tomate, mandioca, alho, cebola
Agosto	Alface, repolho, tomate, cenoura
Setembro	Feijão da seca, caju
Outubro	Caju, abacaxi
Novembro	Banana, manga
Dezembro	Pequi, banana, manga

Fonte: pesquisa de campo, 2001/2002

Alguns agricultores, quando podem, optam por construir fonte de renda estável na feira. Especializam-se num determinado produto; “capricham”, trazendo produtos que identificam uma pessoa ou comunidade; transformam e agregam valor, criam animais que

são um quebra-galho quando não se tem o que vender; coletam frutos do mato e, em alguns casos, fazem pequenas intermediações. Para os produtores mais fracos, a feira possibilita uma certa regularidade no consumo: ganhos do trabalho assalariado, ganhos da venda na feira e produção doméstica garantem a reprodução da unidade doméstica. A feira pode não representar sua maior fonte de renda e, às vezes, a feira pode "não ser rentável", mas os feirantes participam porque os intercâmbios de valores de uso são fundamentais para estas famílias. Algumas famílias podem vender, em alguns momentos, uma parte dos seus produtos de consumo para obter dinheiro que permita comprar outros alimentos e completar este consumo.

No grupo dos feirantes mais fortes, alguns não somente melhoraram o autoconsumo, mas conseguiram alguma sobra de dinheiro, que tem permitido a eles algumas reinversões na atividade produtiva, de maneira que têm conseguido acrescentar e melhorar a oferta de produtos para vender.

Para qualquer dos grupos de feirantes, porém, uma constatação é certa: conseguem elevar a renda e diversificar seu consumo, porque a feira é espaço de vendas, mas também de trocas.

5. Recomendações

Dado o caráter mercantil e cultural fundamentalmente local da feira, sua expansão e melhoria deve ocorrer, conquistando novos consumidores da própria cidade; neste sentido, acredita-se que o primeiro passo a ser dado é promover um incentivo ao consumo local, à valorização dos produtos locais, pois só assim se justificará o aumento da oferta. Esse incentivo pode vir por meio da divulgação da produção originada da agricultura familiar e do próprio município. Trazer para a feira novos consumidores é uma forma de aumentar o consumo e motivar aumentos de produção. A divulgação poderia também incorporar o componente ambiental dessa produção, que normalmente dispensa utilização de agrotóxicos. O resultado é um alimento com baixo nível de contaminação.

Quanto às melhorias na feira, alguns pontos devem ser considerados:

- Há poucos produtores, entre os que atuam como feirantes, que conseguem produzir hortaliças na entressafra. Seria importante um programa de escalonamento de produção e produção agroecológica, disponibilizando técnicas produtivas e sanitárias. O

programa poderia ter como objetivo formar monitores que, posteriormente, disseminariam as técnicas, garantindo que houvesse solução de continuidade.

- Outro ponto está diretamente relacionado à oferta de crédito. Muitos desses produtores têm dificuldades para aumentar ou mesmo manter a produção pela falta de recursos; linhas de crédito rotativo, associados à presença na feira, poderiam alavancar muitos produtores. Vários deles reclamaram falta de recursos para adquirir pequenas bombas de água ou mangueiras de captação; como os créditos da agricultura familiar – dada a excessiva burocratização – raramente são acessíveis a esses produtores, outras formas mais locais e simplificadas de crédito precisariam ser criadas.
- Melhorar a assistência sanitária animal e vegetal.
- Propiciar melhorias às condições de acesso à armazenagem, limpeza e proteção dos produtos vendidos; para os marchantes, seria muito importante ter vitrines de proteção às carnes.
- Apoiar as iniciativas agroecológicas.
- Além de agregar valor à produção, por exemplo de cana e mandioca, seria importante também agregar qualidade ao produto, à sua apresentação e manuseio no comércio.
- Estimular alternativas agrícolas para jovens rurais, por meio de criações, hortaliças e mel, aumentando o trabalho da extensão para estas atividades.
- Estimular o mercado institucional local, formado pelas compras de alimentos feitas pelas diversas esferas de governo para atender às necessidades dos programas especiais (alimentação escolar, distribuição de alimentos às populações carentes) e serviços públicos regulares.

Referências bibliográficas

AMARAL, L. *Do Jequitinhonha aos canaviais*. Belo Horizonte, 1988. Dissertação (Mestrado em Sociologia) FAFICH - UFMG.

ÂNGULO, J.L.G. *Feira e desenvolvimento local: o caso de Turmalina, vale do Jequitinhonha, MG*. Lavras, 2002. Dissertação (mestrado), PPGA/UFLA.

CEMIG. EIA-RIMA da UHE de Irapé. Belo Horizonte, mimeog., 1993.

DINIZ, C.C. *Estado e capital estrangeiro na industrialização mineira*. Belo Horizonte: UFMG/PROED, 1981.

DULCI, O.S. *Política e recuperação econômica em Minas Gerais*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

FORMAN, S. : *Camponeses: Sua participação no Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

FREIRE, A.G. *Águas do Jequitinhonha*. Lavras, 2001. Dissertação (mestrado) UFLA.

GALIZONI, F.M. *A terra construída*. São Paulo, 2000. Dissertação (mestrado). FFLCH/USP.

GARCIA Jr. A.F. *Sul caminho do roçado*. Estratégias de reprodução camponesa e transformação social. Brasília: Marco Zero/UnB, 1989.

MALUF R. S. Ações Públicas Locais de Abastecimento Alimentar. *Polis papers*, n. 5, 1999.

NORONHA, A.G.B. *O tempo de ser, fazer e viver: modo de vida das populações rurais do alto Jequitinhonha*, MG. Lavras, 2003. Dissertação (mestrado), PPGA/UFLA.

REIS, T.A. *Levantamento etnobotânico numa comunidade do alto Jequitinhonha*. Lavras, 2000. Monografia (graduação) Depto Ciências Florestais/UFLA.

RIBEIRO, E.M. e GALIZONI, F.M. *Sistemas agrários e reprodução familiar: o caso dos lavradores do alto Jequitinhonha, Minas Gerais*. IN GAMA, H. e COSTA, H. População e meio ambiente. São Paulo: SENAC, 2000.

RIBEIRO, E.M. *Lembranças da Terra: histórias do Mucuri e Jequitinhonha*. Contagem: CEDEFES, 1996.

RIBEIRO, E.M., GALIZONI, F.M., CALIXTO, J.S. Regulação, normas e técnicas de extração de recursos naturais em áreas comunitárias do alto Jequitinhonha. Ouro Preto: *Anais... XIII Encontro Nacional de Estudos Populacionais*.

SAHLINS, M. A primeira sociedade de afluência. In: CARVALHO, E.A. (org): *Antropologia Econômica*. São Paulo: Ciências Humanas, 1978.

SALLES, J. de. *Se não me falha a memória*. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 1993.

SANTOS, G.R. dos (org). *Trabalho, cultura e sociedade no Norte/Nordeste de Minas Gerais*. Montes Claros: Best Comunicação e Marketing, 1997.