

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE

DISSERTAÇÃO

A INSERÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES NOS CIRCUITOS DE
COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS: UMA ANÁLISE SOBRE O CASO DE
PARÁ DE MINAS

Bianca Moreira Mariquito Naime Silva

2015



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE

A INSERÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES NOS CIRCUITOS DE
COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS: UMA ANÁLISE SOBRE O CASO DE
PARÁ DE MINAS

Bianca Moreira Mariquito Naime Silva

Sob a Orientação de
Renato Sérgio Jamil Maluf

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de **Mestre em Ciências**, no Programa de Pós Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade.

Rio de Janeiro,
Março de 2015

306.8098151

S586i

T

Silva, Bianca Moreira Mariquito Naime.

A inserção dos agricultores familiares nos circuitos de comercialização de alimentos: uma análise sobre o caso de Pará de Minas / Bianca Moreira Mariquito Naime Silva, 2015.

151 p.

Orientador: Renato Sérgio Jamil Maluf

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais.

Bibliografia: f. 141-144.

1. Mercados - Teses. 2. Agricultura familiar - Teses. 3. Circuitos comerciais - Teses. 4. Pará de Minas - Teses. I. Maluf, Renato Sérgio Jamil. II. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências Humanas e Sociais. III. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, a todos os agricultores e agricultoras familiares pelo ato de produzir alimentos, mas não pura e simplesmente qualquer alimento, mas aquele que corresponde à variedade presente nos nossos pratos de todo dia.

Agradeço aos agricultores familiares entrevistados em Pará de Minas, por terem dedicado parte do seu tempo de vida e de trabalho para conversar comigo. Agradeço imensamente aqueles que me ajudaram além: com uma carona, uma informação e um prato de comida durante o trabalho de campo! Obrigada em especial, aos membros da Associação dos Produtores Rurais da Floresta e à Amanda, que não mediram esforços para me ajudar nessa pesquisa! Agradeço também à Emater, ao Sindicato Rural e ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais por terem me recebido e me orientado. Obrigada aos membros da Prefeitura e do Museu que me receberam. Enfim, sem esses atores, a pesquisa não poderia ter sido realizada e é a vocês que eu a dedico.

Obrigada ao meu pai Élcio por ser produtor de leite e ter me ensinado coisas acerca do “mundo rural” e das dificuldades que os pequenos produtores enfrentam no seu dia a dia. Obrigada à minha mãe Sônia, por todos os ensinamentos de respeito ao próximo, pela luta por uma Pará de Minas melhor e por todos os contatos necessários para essa pesquisa acontecer. Obrigada ao meu companheiro Haliton e minha irmã Jéssica pela motivação e apoio incondicional sempre.

Obrigada ao meu orientador Renato por todos os ensinamentos e orientações. Agradeço também aos demais professores do CPDA que passaram pela minha trajetória acadêmica, pois cada um contribuiu para um pedacinho dessa dissertação. Agradeço a todos os meus colegas de mestrado, pois com a troca de experiências ao longo desses dois anos também engrandeceram esse trabalho. Mas mais do que isso, foram parceiros de muitos momentos alegres e companheiros na causa do desenvolvimento rural.

RESUMO

Silva, Bianca M. M. N. **A inserção de agricultores familiares de Pará de Minas nos circuitos de comercialização de alimentos.** 2015. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

Nas últimas décadas, ocorreram mudanças nas formas de intermediação entre a produção familiar e o mercado de comercialização dos produtos agrícolas. Esses mercados, agora mais especializados, exigem a adoção de novas estratégias para acessá-los. Essas estratégias compreendem desde a busca por melhor qualidade dos produtos e mais eficiência na distribuição, assim como o engajamento em formas associativas e o rompimento de barreiras burocráticas nas relações de compras institucionais. Dentro do universo da diversidade da agricultura familiar, que inclui desde a produção para subsistência até incorporação de inovações tecnológicas, a inserção nos diversos mercados poderá ser diferente para cada indivíduo ou grupo familiar. Este trabalho pretendeu, portanto, entender quais os fatores que favorecem o acesso a um ou outro tipo de mercado, suas potencialidades e limites para o acesso diferenciado do universo heterogêneo da agricultura familiar. Ainda, objetivou-se conhecer as estratégias adotadas pelos agricultores no enfrentamento dessas transformações. Para um olhar mais específico, selecionou-se o município de Pará de Minas, no estado de Minas Gerais, no qual foi possível estabelecer maior aproximação com os agricultores e demais agentes estudados. Contando com um número significativo de agricultores familiares, essa cidade de 84 mil habitantes, localizada próxima a uma Central de Abastecimento, possui uma diversidade de mercados que têm sido potencializados e cujos agricultores veem enfrentando suas dinâmicas. A modernização capitalista no campo exige maior emprego de tecnologias, maquinários e insumos, que num contexto de maior concorrência pode culminar no abandono da atividade agrícola. Já a permanência da agricultura familiar pode evidenciar uma adaptação às transformações dos mercados. Os resultados dessa pesquisa apontaram para a existência de velhos mercados em Pará de Minas ainda mantidos a partir do estabelecimento de relações sociais de confiança e reconhecimento, apesar da influência dessas transformações. Sendo assim, as estratégias adotadas pelos agricultores estudados vão em direção a uma diversificação da produção e do acesso a mais de um canal de comercialização. Dessa forma, os agricultores familiares entrevistados em Pará Minas ainda acessam majoritariamente o que a bibliografia chama de velhos mercados, enfrentando assim, antigos problemas, como a presença de atravessadores. Para responderem melhor a esses já conhecidos dilemas, falta a esses agricultores uma expansão de suas redes sociais e a criação de marcas e selos de qualidade a fim de que outros canais sejam construídos como opções de comercialização frente às essas novas exigências.

Palavras-chave: mercados, agricultura familiar, circuitos comerciais

ABSTRACT

Silva, Bianca M. M. N. **The inclusion of Pará de Minas's family farmers in food marketing channels.** Dissertation (Master in Development, Agriculture and Society). Institute of Humanities and Social Sciences, Social Sciences Post Graduation Program in Agriculture, Development and Society, Federal Rural University of Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, 2015.

In recent decades, there have been changes in the forms of intermediation between family production and the trading market for agricultural products. These markets, more specialized, require the adoption of new strategies to access them. These strategies range from the search for better quality products and more efficiency in distribution, as well as engaging in forms of association and the disruption of bureaucratic barriers in the institutional purchasing relationships. Within the universe of diversity of family farming, which includes everything from production to subsistence until incorporation of technological innovations, the insertion in the various markets may be different for each individual or family group. This study therefore, aims to understand the factors that promote access to either type of market, their potential and limits to the differential access of the heterogeneous universe of family farming. Still, the objective was to understand the strategies adopted by farmers in coping with these changes. For a more specific look, we selected the city of Pará de Minas, in Minas Gerais, in which it was possible to establish closer ties with farmers and other agents studied. With a significant number of farmers, this city of 84,000 inhabitants located near a Supply Center, has a range of markets that have been leveraged and whose farmers have been facing their dynamics. The capitalist modernization in the field requires greater use of technologies, machinery and inputs, which in a more competitive environment may result in the abandonment of agricultural activity. Although, the permanence of family agriculture may show an adaptation to changes in the markets. The results of this research pointed to the existence of old markets in Pará de Minas still kept from the establishment of social relations of trust and recognition, despite the influence of these transformations. Thus, the strategies adopted by farmers will toward a diversification of production and access to more than a marketing channel. Thus, the farmers interviewed in Pará de Minas still access mostly what the literature calls the old markets facing so old problems such as the presence of intermediaries. To better respond to these known dilemmas, is requiring from these farmers to expand their social networks and to create brands and quality labels so that other channels are constructed as marketing options in the face of these new requirements.

Key words: markets, family farms, commercial circuits

LISTA DE FIGURAS, GRÁFICOS, TABELAS, DIAGRAMA E ANEXOS

FIGURAS

Figura 1. Localização geográfica de Pará de Minas

Figura 2. Uso de agrotóxico segundo os mercados e os produtos comercializados.

Figura 3. Acesso ao Crédito

Figura 4. Mapa Povoados e Distritos com entrevistados – Pará de Minas, MG

GRÁFICOS

Gráfico 1. População residente rural e urbana, por faixa etária, em % - Pará de Minas, 2010

Gráfico 2. Produto Interno Bruto de Pará de Minas (em mil reais)

TABELAS

Tabela 1. População Urbana, Rural e Total do município de Pará de Minas - MG, anos 2000 e 2010

Tabela 2. Pessoas de 10 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, por situação do domicílio e a classe de atividade do trabalho principal, em porcentagem – Pará de Minas, 2010

Tabela 3. Número de estabelecimentos por grupos de área e grupos de atividade econômica – Pará de Minas, 1995

Tabela 4. Porcentagem de estabelecimentos por grupos de área, grupos de atividade econômica e sexo – Pará de Minas, 2006

Tabela 5. Estabelecimento e área da agricultura familiar - Pará de Minas, 2006

Tabela 6. Número de estabelecimentos com produção no ano, por tipo de produção, familiar e não familiar – Pará de Minas, 2006

Tabela 7. Produção da horticultura, em toneladas produzidas, da agricultura familiar e não familiar por destino da produção - Pará de Minas, 2006

Tabela 8. Número de estabelecimentos por tamanho da propriedade dos agricultores entrevistados, mercados mais acessados e produtos mais comercializados nos mercados

Tabela 9. Canais de comercialização por número de ocorrências, forma de pagamento, vantagens e desvantagens, segundo os agricultores familiares entrevistados – Pará de Minas, 2014

Tabela 10. Como e por que acessou esse mercado, por tipo de mercado, número de ocorrências e valores/aspectos relacionados – Pará de Minas, 2014

DIAGRAMA

Diagrama 1: circuitos de comercialização

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista semiestruturada realizada com agricultores familiares de Pará de Minas

Anexo 2. Fotos do campo

LISTA DE SIGLAS

ASCIPAM – Associação Comercial e Industrial de Pará de Minas
ASSOLEITE – Associação dos Produtores Rurais de Cachoeira das Almas
ASSPROF – Associação dos Produtores Rurais de Floresta
CAE – Conselho de Alimentação Escolar
CEASA – Central de Abastecimento Sociedade Anônima
COGRAN – Cooperativa dos Granjeiros do Oeste de Minas
Conab – Companhia Nacional de Abastecimento
COOPARÁ – Cooperativa Mista Regional Agroindustrial de Produtores Rurais de Pará de Minas
COOPERGRANEL – Cooperativa dos Produtores de Leite Grelizado da Região de Pará de Minas
COOPEROESTE – Cooperativa dos Produtores Rurais do Oeste de Minas Gerais
COOPERONÇA – Cooperativa dos Empresários Rurais de Onça do Pitangui LTDA
COSUIPAM – Cooperativa de suinocultores de Pará de Minas
CREDIRURAL – Cooperativa de Crédito
CTBC – Companhia Telefônica do Brasil Central
DAP – Declaração de Aptidão ao Pronaf
EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
FNDE – Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
PAA – Programa de Aquisição de Alimentos
PIB – Produto Interno Bruto
PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
USIPA – Usina Siderúrgica Paraense
VAF – Valor Adicionado Fiscal

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I. O município de Pará de Minas e os mercados agrícolas	19
1.1- Histórico de Pará de Minas e o papel do setor agropecuário	19
1.2- Caracterização Socioeconômica	22
1.3- A produção agropecuária	29
1.3.1 – A estrutura fundiária.....	32
1.3.2 – A produção familiar	35
1.4 – Desafios da inserção mercantil de agricultores em Pará de Minas	39
CAPÍTULO II. Mercados agrícolas e agricultura familiar.....	48
2.1 Agricultura familiar: tipos de análise	49
2.2 Velhos e novos mercados	54
2.2.1 A certificação como valorização do pequeno varejo.....	58
2.2.2 Aprendizados sobre a valorização do PNAE como um mercado.....	64
2.3 A categoria mercado e a Nova Sociologia Econômica	70
2.3.1 A ação do poder público municipal no acesso dos agricultores aos mercados	76
2.3.2 Ação coletiva e cooperativismo na formação de mercados.....	83
CAPÍTULO III. A inserção mercantil de agricultores familiares de Pará de Minas.....	88
3.1 Metodologia do trabalho de campo	88
3.2 Analisando as entrevistas	93
3.2.1 O processo de comercialização	102
3.2.2 Construção social dos mercados.....	107
3.3 Considerações acerca da inserção mercantil dos Agricultores familiares entrevistados.....	116
CONSIDERAÇÕES FINAIS	124
Bibliografia	141
Anexo 1: Entrevista semiestruturada realizada com agricultores familiares de Pará de Minas	145
Anexo 2: Fotos do campo.....	147

1- INTRODUÇÃO

O interesse pelo desenvolvimento do tema da inserção dos agricultores familiares nos mercados surgiu ao longo do mestrado, enquanto cursava algumas disciplinas. Comecei a despertar o interesse pelo tema e passei a observar mais os mercados agrícolas em Pará de Minas, cidade na qual morei por 12 anos e que ainda tenho contato. Sempre gostei de ir a uma feira comprar verduras, mas também criei o hábito, desde a adolescência, de ajudar meus pais a fazer as compras de verduras e legumes nos “sacolões” da cidade. Decidi então conhecer melhor a dinâmica do mercado agrícola em Pará de Minas, em função de algumas transformações vislumbradas nos últimos anos, tais como: o enfraquecimento da feira e uma nova proposta de sua revitalização; um aumento da comercialização de produtos embalados e processados nos supermercados; crescimento do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE e também do número de “sacolões” na cidade. Todas essas observações instigaram o interesse de analisar o meio rural paraminense. Para isso, além da observação e da pesquisa de campo, busquei os dados do Censo Agropecuário do IBGE dos últimos anos para uma análise descritiva-comparativa. Para entender essas mudanças comecei por conhecer os produtores rurais, sua produção e logística de comercialização nos mercados da cidade e foi assim que começou essa pesquisa.

A problemática dessa dissertação, que será apresentada logo a seguir, foi desenvolvida a partir das minhas pesquisas de campo em Pará de Minas, das leituras que fiz durante o mestrado e das orientações que recebi nas disciplinas. Os questionamentos que levantei tiveram como fim maior elaborar um trabalho que pudesse contribuir para o município, deixando um material para consulta acerca das características da produção agropecuária local. Além disso, foi possível levantar as dificuldades e potencialidades encontradas por agricultores familiares na inserção nos mercados, deixando assim, como contribuição, possíveis soluções ou caminhos para lidar com os problemas. Este trabalho tem a humilde pretensão de ser lido/criticado/apreendido pelos vários agentes envolvidos no processo de comercialização de alimentos em Pará de Minas, desde os agricultores, passando pelo poder público municipal e comerciantes, até os consumidores.

A agricultura familiar sempre utilizou diferentes estratégias para sua reprodução e resistência à expropriação dos seus meios de produção. A família, compreendida como unidade social e não somente produtiva, possui autonomia quanto às estratégias reprodutivas e de articulação

com as condições externas. Nessa unidade, o parentesco e as relações de solidariedade e afetividade ditam mais as regras sobre as relações de trabalho do que a busca por lucro. É o núcleo familiar que referencia as relações sociais travadas pelos membros de uma família de agricultores, dentro ou fora dos limites da unidade produtiva e da unidade doméstica. Ou seja, é a família que responde pela organização técnica da produção, pela execução das atividades e pelo destino de seus resultados (Carneiro, 2008). Dessa forma, por agricultura familiar entende-se: “uma unidade de produção onde trabalho, terra e família estão intimamente relacionados” (Carneiro, 1999). Contudo, essa definição abarca um imenso conjunto de situações que refletem a complexidade do processo de diferenciação promovido pela intensificação da exploração capitalista na agricultura, prevalecendo tendências contraditórias.

Esse processo, que fez manter tendências contraditórias no campo, não resultou na extinção das unidades familiares de produção, mas sim na adoção de diferentes estratégias frente às novas condições de adaptação. Essas estratégias podem transformar as formas de produção já estabelecidas ou criar uma nova combinação de mecanismos já existentes a fim de manter a produção agrícola. Nesse sentido, Carneiro (1999) defende que o recurso às práticas pluriativas, assim como diferentes formas de inserção nos mercados, podem ser mecanismos adotados frente a essas transformações.

Assim, a análise desse trabalho é focada na agricultura familiar, nas diversas formas que ela se relaciona com os mercados, sem restringir a uma análise da unidade produtiva exclusivamente. A agricultura familiar sustenta uma rede de relações sociais diversificadas e também cumpre um papel importante no abastecimento alimentar das cidades, possuindo traços como: diversidade cultural na produção de alimentos, manutenção dos recursos naturais e produção de alimentos mais frescos e saudáveis. Além disso, a agricultura familiar também possui uma ampla gama de estratégias adotadas para sua reprodução e manutenção no processo de comercialização de seus produtos, inserindo-se assim em mais de um tipo de mercado.

Nesse sentido, o enfoque dessa pesquisa é a relação estabelecida pelos agricultores familiares com os mercados, procurando conhecer como os agricultores familiares têm se inserido nos diversos tipos de canais de comercialização como estratégia para sua reprodução social e

econômica¹. Para auxiliar no entendimento da dinâmica de reprodução da agricultura familiar, também é fundamental olhar para os indivíduos e os valores que orientam suas ações, nesse caso, ao acessar diferentes e diversos mercados.

Com as recentes transformações nos sistemas de regulação e organização no acesso aos mercados, segundo Wilkinson (2008) os produtores se veem impelidos a adotar novas estratégias para a comercialização de seus produtos. Da mesma forma que se ampliou o ambiente concorrencial com o surgimento de economias de escala, aumentaram-se as exigências quanto à qualidade e ao tempo de distribuição dos produtos. Por outro lado, também têm crescido nichos de mercado, como os orgânicos, para elevar o rendimento dos produtores. Ao mesmo tempo, surgem políticas públicas de compra institucional de alimentos da agricultura familiar, proporcionando uma certeza maior quanto à garantia de venda para o produtor familiar e a possibilidade de comercialização de produtos *in-natura* (Wilkinson, 2008). Contudo, concomitante a esse cenário, persistem ainda em diversas regiões, “velhos mercados”, como a tradicional forma de venda através de feiras, que se configura como garantia de recebimento à vista pelos produtos para os agricultores, além de ter um protagonismo simbólico e cultural. Persiste ainda a forma de venda direta, em domicílio ou diretamente em postos comerciais e varejo local, nos quais há a busca por alimentos frescos e onde a confiança é o carro chefe da relação.

Assim, essas diversas formas (e outras possíveis que serão trabalhadas ao longo do texto) de acesso aos mercados, possuem vantagens e desvantagens e são mais acessíveis ou não a diferentes agricultores familiares, dentro do perfil heterogêneo deles. É sabido que muitos acessam mais de um desses mercados por necessidade de complementação de renda ou destinação de excedentes; ou mesmo por pressão e exigências do mercado (quanto a tempo e formas de empacotamento) e de distribuição dos produtos (distâncias e acessos).

No conjunto das transformações que atingem o sistema agroalimentar, como a desregulamentação e a globalização dos mercados, a transnacionalização dos atores dominantes e as mudanças nos padrões de consumo, assim como as relações conflituosas com o agronegócio e o uso intensivo de insumos químicos, a agricultura familiar sofreu

¹ Por estratégia de reprodução social e econômica serão consideradas aqui as ações dos agricultores orientadas para se afirmar a agricultura familiar como forma social de organização do trabalho e da produção, mantendo e transmitindo o capital social de geração para geração e viabilizando economicamente a unidade produtiva. (Schneider, 2001 e Badalotti, 2007).

modificações. Dessa forma, novas estratégias foram sendo tomadas para que essa agricultura permanecesse existindo, assim como novos mercados, construídos. Para auxiliar no estudo sobre a construção desses mercados para a agricultura familiar, foi utilizado o referencial teórico da Nova Sociologia Econômica, que considera que os mercados são construídos socialmente, por meio das relações de confiança e sociabilidade entre os agentes. A ação dos indivíduos no acesso aos mercados não seria pautada unicamente pela racionalidade econômica, mas sim pela busca de valores simbólicos como reconhecimento, proximidade entre produtor e consumidor, facilidade de venda, relações pessoais, assim como aspectos culturais e ambientais de valorização do produto.

Para entender como se dá o acesso aos mercados pelos agricultores familiares frente a essas novas e velhas dinâmicas, tomamos o caso do município de Pará de Minas, localizado a 84km da capital do estado de Minas Gerais, Belo Horizonte. De acordo com o Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, em 2010, Pará de Minas tinha cerca de 84 mil habitantes. E segundo o Censo Agropecuário de 2006, possuía 345 estabelecimentos da agricultura familiar² com produção de leite, hortifrutis (verduras, legumes e frutas) e criação de aves e suínos. Em uma pesquisa inicial constatou-se que o município possui uma gama variada de mercados acessados pela agricultura familiar: uma feira semanal, um programa de compra institucional direta (Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE), pequenas indústrias de beneficiamento (leite e aves, principalmente), uma Central de Abastecimento próxima (em Contagem, a 76km de Pará de Minas) e “sacolões” e supermercados.

A abordagem proposta na presente dissertação se justifica em função dos desafios impostos pelas novas dinâmicas às quais os produtores familiares se veem impelidos para acessar os mercados de comercialização de alimentos. Tal conhecimento auxiliará na disseminação de experiências exitosas que possam ser replicadas no futuro, assim como o diagnóstico de erros a serem evitados. Já quanto à escolha de Pará de Minas como um estudo de caso, ela se deve à existência de diversos mercados no município, da diversidade de produtores familiares e da antiga e reconhecida tradição agropecuária que ainda se mantém importante para a economia. Além disso, é a cidade em que morei, possibilitando-me aplicar uma lente mais criteriosa quanto às relações sociais existentes entre os agentes e suas implicações. Este projeto também se justifica pela importância da divulgação de dados sistematizados sobre a produção

² Este conceito de agricultura familiar, utilizado pelo Censo Agropecuário do IBGE, é baseado na Lei nº 11.326.

agropecuária do município, assim como das dificuldades e potencialidades dos agricultores familiares no acesso aos mercados, a fim de subsidiar políticas públicas que atendam a esses atores.

O presente trabalho, portanto, pretendeu investigar quais fatores determinam as “escolhas” (ou a falta delas) de 31 agricultores familiares de Pará de Minas, em termos de inserção mercantil, no que se refere às estratégias adotadas ou aos mecanismos limitantes do acesso aos diferentes mercados. Para entender as estratégias dos produtores e as dificuldades para inserção nos mercados, foi necessário conhecer melhor os agentes envolvidos. Abordou-se com mais frequência a produção de hortifrutis, em função de uma orientação da pesquisadora para abranger uma variedade maior de mercados e conseguir melhor compreender a problemática da inserção mercantil em Pará de Minas. Na literatura sobre o mundo rural é recorrente a afirmação de que os produtores de hortícolas acessam uma variedade maior de mercados, possibilitando-nos assim, ampliar o leque de canais estudados. Além disso, segundo a Emater de Pará de Minas, são esses agricultores que estão inseridos em uma variedade maior de canais no município. Destinou-se maior atenção também aos circuitos curtos de alimentos por envolverem maior participação de agricultores familiares e possibilitarem vantagens na aproximação produtor-consumidor.

Como será apresentado no primeiro capítulo, a pecuária leiteira é uma atividade muito tradicional que também mantém sua importância na economia do município. No trabalho de campo, ela apareceu sendo realizada por grande parte dos agricultores entrevistados, mas principalmente como atividade complementar à horticultura. Embora não se possa afirmar com certeza qual atividade complementa o quê, sabe-se que além desses agricultores se apresentarem como agricultores e não como produtores de leite ou pecuaristas, a Emater os indicou como sendo agricultores de hortícolas. Assim, o fato da horticultura aparecer mais vezes entre os produtores estudados foi resultado de uma orientação intencional dessa pesquisa, uma vez que, estando estes agricultores presentes em uma maior variedade de mercados fez com que essa pesquisa identificasse que a horticultura apresenta uma gama maior de desafios a serem enfrentados.

Dentre os objetivos específicos, procurou-se identificar os mercados mais acessados pelos agricultores familiares entrevistados, os ativos dos mercados que os levaram a acessá-los e os

valores imbricados na escolha individual ou familiar (valores simbólicos de sociabilidade, reconhecimento e confiança). Uma hipótese levantada é se haveria uma tendência maior aos mercados locais, de compra e venda direta com o consumidor. Outra hipótese postulada é quanto à possibilidade desses mercados acessados serem socialmente construídos através das relações criadas entre os agentes envolvidos (Estado, comerciantes, atravessadores, etc).

Para responder a essas questões, optou-se por estudar uma parcela dos agricultores familiares de Pará de Minas, sem a pretensão de construir uma amostra representativa do universo desses agricultores. O recorte dos agentes entrevistados corresponde à classificação da agricultura familiar supracitada, considerando uma variedade de situações e partindo do trabalho realizado pela Emater-MG, ou seja, embora eu tivesse como pressuposto a noção de agricultura familiar preconizada por Carneiro (1999), foi a partir da indicação do que os funcionários da Emater consideram como agricultores familiares, que comecei minha pesquisa. De fato, os agricultores estudados, indicados pela Emater e mesmo por outros agricultores e agentes, abarcam a variedade de formas discutidas em Carneiro (1999), ou seja, são agricultores cuja família é quem predominantemente trabalha na produção e decide sobre as estratégias de acesso aos mercados, não sendo estas de caráter estritamente econômico, mas que respondem a valores como sociabilidade e reconhecimento. De acordo com a Emater, o público mais assessorado por eles são agricultores familiares e a grande maioria deles, entre os quais os que me foram indicados, possuem as características relatadas na Lei 11.326/2006 que serve como referência para o acesso ao Programa Nacional da Agricultura Familiar – Pronaf definindo o perfil do que seria considerado como agricultor familiar.

Dessa forma, por considerar que é a Emater quem tem um contato mais próximo com a realidade rural, suas informações serviram como referência para o campo da pesquisa. As referências foram: onde estava localizado um número maior de agricultores familiares; quais povoados ou distritos tinham maior produção; se os entrevistados se caracterizavam como agricultores familiares segundo a Lei supracitada; e se a parcela de pessoas que eu entrevistei tinha uma correlação com a realidade de todo o município, no que se refere aos tipos de atividades desenvolvidas. O ponto de partida, portanto, foram os agricultores familiares da horticultura, como já mencionado anteriormente.

Iniciada a pesquisa de campo, depois de colher algumas informações com a Emater, com os Sindicatos Rural e dos Trabalhadores Rurais, com funcionários da Prefeitura e com os

proprietários dos “sacolões” e supermercados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas³ com 31 agricultores familiares. A entrevista procurou levantar dados quanti e qualitativos, com perguntas fechadas e abertas. Quanto a informações complementares sobre a produção do município (produtos e quantidades), características da população rural (ocupação, atividades, perfil demográfico) e dados econômicos (agropecuária e indústria) utilizaram-se os Censos Agropecuário 2006 e Demográfico 2010, do IBGE e demais fontes.

Partindo do pressuposto da Nova Sociologia Econômica quanto à premissa de que os mercados são construções sociais, procurou-se tentar distinguir o tipo de racionalidade que impele o agricultor familiar a buscar um mercado em detrimento de outro e quais aspectos contam mais na hora da inserção, se seriam aspectos econômicos, ambientais, culturais ou de facilidade de acesso. Como salientou Ferreira (2013), a opção por mercados pode refletir não uma busca única por lucro, mas a manutenção de laços de parentesco e reciprocidade, resgate de heranças ou conservação de aspectos ambientais na produção/manejo do alimento.

Portanto, esse trabalho não consiste unicamente em uma comparação entre os diferentes mercados, mesmo que as informações coletadas possam avançar nesse sentido. A metodologia focará nas estratégias de acesso aos mercados pelos agricultores familiares, mas não entendendo as decisões como fruto de uma racionalidade individual, mas sim inseridas em contextos que traduzem a necessidade de reprodução social e econômica das famílias. Para isso, se fez necessário analisar não só a fala dos agricultores, como também interpretar seu comportamento frente às relações imbricadas nos mercados.

Por fim, quanto à organização da dissertação, ela está dividida em três capítulos mais as considerações finais. Em anexo, as perguntas aplicadas e algumas fotos ilustrativas do campo. No primeiro capítulo contextualizou-se o objeto, tratando do recorte geográfico que é o município de Pará de Minas - com foco na zona rural, com uma apresentação de sua história e do papel da agropecuária na economia. Foram levantadas as peculiaridades do município quanto à produção de alimentos e a diversidade de mercados encontrados para a agricultura familiar. Também se problematizou o objeto de estudo, para entender quais as dinâmicas presentes nesse território e por que e como se dá o acesso aos mercados pelos produtores familiares de Pará de Minas.

³ Por entrevista semiestruturada entende-se: “É uma entrevista informal feita a partir de um roteiro de questões previamente elaboradas com os tópicos e informações que se desejam levantar” (Ruas, 2006). Pode-se combinar questões abertas e fechadas possibilitando discorrer sobre os assuntos sem se prender ao roteiro.

No segundo capítulo abordou-se o referencial teórico que dará suporte para responder às questões do objetivo da pesquisa e auxiliar na análise da problemática. Buscou-se tratar de diferentes análises sobre a agricultura familiar discutidas na literatura. Ainda trabalhou-se o tema da inserção mercantil, a partir do olhar da construção social dos mesmos, assim como do entendimento da dinâmica das relações sociais estabelecidas entre os agentes e de suas atuações. Também se resgatou uma discussão sobre ação coletiva e capital social para comparar as diferentes trajetórias dos produtores na sua inserção nos mercados e, assim, entender como essas formas podem potencializar o acesso aos mercados. Também foram trabalhados alguns estudos de caso brasileiros de desenvolvimento de canais de comercialização a partir da construção de certificações de qualidade, normas de confiança e ações de cooperativismo que servissem de subsídio para o caso de Pará de Minas.

O terceiro capítulo junta empiria com teoria, explicando a metodologia de como foi realizada a pesquisa de campo e trazendo seus resultados. Também contém as análises elaboradas de acordo com os preceitos das abordagens teóricas discutidas no segundo capítulo. Nesse capítulo buscou-se responder as hipóteses levantadas fazendo uma sistematização dos dados coletados e estabelecendo correlações. As correlações foram realizadas entre as próprias respostas dos entrevistados e os dados levantados no primeiro capítulo. Concluindo o trabalho, a parte final objetivou-se levantar as minhas observações sobre a pesquisa, sobre os resultados encontrados, identificando como a teoria auxiliou na análise do meu objeto. Complementarmente, foram sugeridas algumas recomendações quanto à problemática da inserção mercantil de agricultores familiares de Pará de Minas à luz dos exemplos trazidos para o debate no segundo capítulo.

CAPÍTULO I. O município de Pará de Minas e os mercados agrícolas

Este capítulo é dedicado à apresentação do município de Pará de Minas e suas particularidades quanto à problemática estudada. Inicia-se com uma breve contextualização histórica, salientando a importância da atividade agrícola na economia municipal, desde seu surgimento até os dias atuais, e o papel de alguns setores específicos no desenvolvimento da cidade. A descrição socioeconômica do município vem logo a seguir, com dados de população, IDH, renda, PIB e ocupação, a fim de caracterizar e conhecer melhor a área estudada. Também serão apresentadas informações quanto à produção agropecuária, principais atividades e empresas importantes do setor e seu papel na geração de emprego e renda para o município. Para saber quem são os agricultores paraminenses, também utilizando dados dos últimos Censos Demográfico e Agropecuário do IBGE, algumas tabelas foram manipuladas com informações quanto à estrutura fundiária, tipo de produção por tamanho de estabelecimento e comercialização.

Essas informações foram complementadas com uma descrição dos mercados agrícolas vislumbrados em Pará de Minas (feira, PNAE, “sacolões”, supermercados, Ceasa, laticínios e indústrias de beneficiamento de frango e suíno), suas particularidades quanto às dificuldades e potencialidades que oferecem no processo de comercialização. A partir dessa descrição, ainda no final deste capítulo, analisei esses mercados à luz da problemática da inserção dos agricultores. Essa parte subsidia a pesquisa desenvolvida, pois apresenta seu ponto de partida, ou seja, as dificuldades encontradas pelos agricultores no acesso aos mercados agrícolas em Pará de Minas e região. Essa análise pôde ser realizada a partir das minhas observações e de conversas com os atores sociais (agricultores, extensionistas, funcionários dos Sindicatos e da Prefeitura e varejistas).

1.1- Histórico de Pará de Minas e o papel do setor agropecuário

A origem de Pará de Minas está ligada ao deslocamento de aventureiros e bandeirantes à procura de ouro e pedras preciosas, no final do século XVII. O Município surgiu com a descoberta das minas de Pitangui, local que se tornou centro de fixação na área compreendida entre os rios Paraopeba, São João e Pará. Às margens do Ribeirão Paciência, principal rio do município e afluente do Rio Pará, muitos se fixavam dedicando-se ao trato da terra e à criação de animais. Entre os que permaneceram no local estava o mercador Manuel Batista, apelidado

de “Pato Fofó”, em virtude de seu peso excessivo e de sua baixa estatura (Museu Histórico de Pará de Minas, acessado em 03 de setembro de 2013).

Manuel Batista estabeleceu-se em uma fazenda que passou a explorar, e foi resultado de seus esforços, a construção da primeira Capela do povoado, intitulada “Nossa Senhora da Piedade do Patafufo”. O local ficou conhecido como Arraial do Patafufio ou Patafufo, corruptelas de “Pato Fofó” (IBGE, 2011). O arraial estabelecido foi descrito em 1800 como um pequeno núcleo de povoação que cuidava de plantações e tecidos (Sebrae, 1997). Com a Lei Provincial nº 882, de junho de 1858, recebeu o nome de Vila do Pará e somente se emancipou de Pitangui, em dezembro de 1874, tornando-se município e tendo como sede a Vila do Pará. Foi somente em 1921, por força da Lei nº 806 que adquire o nome de Pará de Minas.

O final do século XIX e início do século XX foi um período de modernização do município, com o surgimento da iluminação pública. Nesse processo, instalou-se a primeira indústria têxtil, em 1906, a Companhia Industrial Paraense. Logo depois, a Companhia Pará Industrial e em 1920, a Companhia Melhoramentos Pará de Minas, ambas incorporadas posteriormente pela Companhia Industrial Paraense. Em 1923, foi inaugurada a Companhia Fiação e Tecidos São Gonçalo. Nesta década a produção de algodão do município já não se mostrava suficiente, necessitando sua importação para a demanda das fábricas. O algodão chegava à cidade pela estrada de ferro, construída em 1912 (Sebrae, 1997).

Para industrializar o algodão, o governo criou a Usina Inconfidência, beneficiando o produto em Pará de Minas e vendendo para o estado de Minas Gerais e para o restante do Brasil. Contudo, em 1960 ela foi desativada, pois o algodão, “com o surgimento da indústria de derivados do petróleo que proporcionou o aparecimento das linhas de poliéster, não era mais a única matéria prima utilizada pela indústria têxtil” (Museu Histórico de Pará de Minas, acessado em 14 de junho de 2014). A empresa gerou muitos empregos e trouxe riquezas para o município, mas foi assim que acabou o ciclo do algodão na região de Pará de Minas.

Em 1927, teve início a primeira fábrica de “manteiga, gelo e pasteurização”, de Artur Savassi. Pois, concomitante ao desenvolvimento da atividade têxtil, foi crescendo a criação de gado de corte e leiteiro. Os laticínios produzidos eram comercializados em Belo Horizonte, nas regiões da Savassi e do Barro Preto. O restante do leite produzido na região era

comercializado de porta em porta, e a figura do leiteiro só saiu de cena em 1970, com o aumento da fiscalização, que passou a exigir a esterilização do leite antes de ser vendido. Em 1935, o empresário Benjamin Ferreira Guimarães instalou na cidade o Instituto Agrícola de Artes & Ofícios, em parceria com o governo estadual. O objetivo era qualificar a mão de obra de jovens trabalhadores rurais. Como a produção leiteira da região se acentuou, o Instituto foi transformado em Fábrica-Escola em 1940, para formação de técnicos laticinistas, um dos poucos estabelecimentos do gênero no Brasil. Quando desativado em 1946, o Instituto deu lugar à Cooperativa dos Produtores de leite de Pará de Minas – Coopará, filiada, naquela época, à atual Itambé, cujas atividades foram iniciadas com esse nome somente em 1996 (Museu Histórico de Pará de Minas, 2014). Em 1997, é constituída outra cooperativa de produtores de leite, a Cooperoeste, Cooperativa dos Produtores Rurais do Oeste de Minas Gerais.

Em 1959, chega a Pará de Minas a siderurgia Alterosa e a Usina Siderúrgica Paraense – Usipa, e a Cia Telefônica do Brasil Central – CTBC. Em 1962, foi criada a Associação Comercial e Industrial de Pará de Minas – Ascipam. Mas foi somente em 1972 que se fundou o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pará de Minas. E em 1973, a Associação dos Trabalhadores nas Indústrias Metalúrgicas e Mecânicas de Pará de Minas, que se transformou em sindicato dois anos depois (Sebrae, 1997).

Na década de 1950 também aparecem as primeiras granjas de frango, responsáveis atualmente pela geração de muitos empregos e renda no município. Pode-se dizer que a empresa pioneira na produção e comercialização de frango foi a Francap, iniciada em 1965 (Museu Histórico de Pará de Minas, 2014). Em 1980 foi fundada a Cogran, Cooperativa dos Granjeiros do Oeste de Minas, com criadores da região de Pará de Minas. Pouco antes disso, em 1978 foi realizada a 1ª Festa do Frango, hoje tradicional e grande festa de exposição na cidade. Na década de 1990, surge outra atividade de grande importância, a criação de suínos. Em 1991, é fundada a Cosuipam, cooperativa de suinocultores. Nesse contexto é criada também a Cooperativa de Crédito, Credirural para usufruto desses agropecuaristas (Sebrae, 1997).

Essa breve caracterização histórica possibilitou-nos compreender a importância de setores, como o têxtil, nos primórdios da ocupação do município. Também se mostraram importantes a pecuária leiteira e a produção de alimentos para abastecer a população que ali se instalava.

A fabricação de laticínios se mostrou permanente e importante para economia até os dias atuais. E esta foi complementada pela criação de frango e suíno mais recentemente. Os dados que veremos na próxima seção subsidiam melhor essas constatações.

1.2- Caracterização Socioeconômica

O município de Pará de Minas está localizado no Colar Metropolitano da cidade de Belo Horizonte, em Minas Gerais, a cerca de 84km de distância da capital mineira. Seu território faz fronteira com os municípios de Onça de Pitangui e São José da Varginha ao norte; Esmeralda e Florestal a leste; Mateus Leme, Itaúna e Igaratinga a sul; e Conceição do Pará a oeste. Pará de Minas exerce efeito polarizador sobre os municípios de sua microrregião, nos aspectos de comercialização agropecuária, prestação de serviços e transações comerciais, quais sejam: Conceição do Pará, Igaratinga, Maravilhas, Pequi, Papagaios e Onça do Pitangui. Atualmente, o município possui 6 distritos: Pará de Minas (a sede), Carioca, Tavares de Minas, Ascensão, Córrego do Barro e Torneiros. A zona rural possui 18 povoados, são eles: Aparição, Bom Jesus do Pará, Bom Sucesso, Braz Correia, Caetano Preto, Córrego das Pedras, Floresta, Guardas, Limas, Mata de Cedro, Mata dos Pimentas, Matinha, Meireles, Muquem, Paivas, Paraíso, Penha e Trindade (Naime, 2005).

Figura 1. Localização geográfica de Pará de Minas



Em relação aos aspectos geomorfológicos, o município apresenta um relevo predominantemente ondulado, com somente 20% de áreas planas. Os tipos de rochas são gnaiss, granito-gnaiss, biotita-gnaiss e granodioritos associados. Os principais tipos de solo encontrados são cambissolos, latossolos e podzólicos, sendo esses dois primeiros mais propícios à plantação de culturas. Porém, devido ao tipo de relevo predominante, é dificultada a mecanização; e a alta concentração de alumínio em alguns solos os faz necessitarem de correção e adubação, limitando assim, o uso da terra para lavouras. A fitofisiologia dominante é o cerrado, com árvores de porte reduzido, de forma retorcida, com troncos grossos e folhas largas e peludas (Pará de Minas, 2006). Nas regiões mais declivosas observa-se um cerrado de mais alta estatura e mais fechado, ou seja, próximo às características do cerrado (formação florestal). O gradiente topográfico varia de 772m na foz do Ribeirão Paciência - o principal rio da cidade, a 1.190m aproximadamente, na Serra das Piteiras. A amplitude térmica anual média varia entre 7° e 35° (Pará de Minas, 2006).

O município possuía em 2010, segundo o Censo Demográfico do IBGE, 84.215 habitantes, ocupando uma área de 551,247km², sendo que o distrito-sede possuía 62,109km², e os demais distritos e comunidades rurais, 489,138km². Ou seja, o perímetro rural do município possuía uma área aproximadamente sete vezes maior que a sede, em 2010. Contudo, com uma recente aprovação de alteração no Plano Diretor do município em 2013, o perímetro urbano se ampliou, incorporando o antigo distrito da Matinha.

No mesmo ano, o PIB *per capita* anual, que significa a soma de todos os bens e serviços produzidos no município dividido pelo número de habitantes, atingiu R\$19.604,78 reais, próximo à média nacional para o mesmo ano (R\$19.509,00). O município apresentou também nesta data, um IDH⁴ de 0,725, considerado alto no ranking dos municípios. Comparativamente a 1991, cujo índice era de 0,48, o IDH de Pará de Minas teve um significativo aumento, sugerindo uma melhora no quadro geral de renda, educação e saúde do município (Brasil, 2014).

Segundo o Atlas do Desenvolvimento Humano Municipal de 2013, a educação, em termos relativos, foi a maior responsável por esse aumento. Em Pará de Minas, o Índice de Gini, que

⁴ O Índice de Desenvolvimento Humano, formulado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, é constituído por três indicadores: renda (que indica o padrão de vida), saúde (indicando vida longa e saudável) e educação (medida através do acesso ao conhecimento) (Brasil, 2014).

mede o grau de concentração da renda (indicando o grau de desigualdade social), era em 2010: 0,43 (Atlas do Desenvolvimento Humano, 2014). Em relação ao valor nacional de 0,56, informado pelo Censo Demográfico do IBGE, pode-se dizer que o município acusa uma situação mais positiva em relação à desigualdade de renda que a média nacional. No tocante ainda à renda do município, segundo o Atlas do Desenvolvimento Humano 2013, a renda *per capita* média de todo o município de Pará de Minas cresceu 80,08% nas últimas duas décadas, passando de R\$381,17 em 1991 para R\$686,42 em 2010.

Com relação aos aspectos demográficos, de acordo com os dados dos últimos Censos, o município tem apresentado aumento de sua população urbana, que em 2010 correspondia a 94,5% da população, enquanto a população rural sofreu declínio de sua participação entre 2000 e 2010, como pode ser visualizado na Tabela 1 abaixo. Pará de Minas segue a tendência geral dos municípios de perder população rural, mesmo tendo ainda uma expressiva área rural. Embora essa população tenha decrescido, soube-se, segundo informações dos dois Sindicatos Rurais, que os produtores tem além do estabelecimento rural, uma casa na cidade, podendo ter sido então, computados como residentes urbanos.

Tabela 1. População Urbana, Rural e Total do município de Pará de Minas, MG - 2000 e 2010

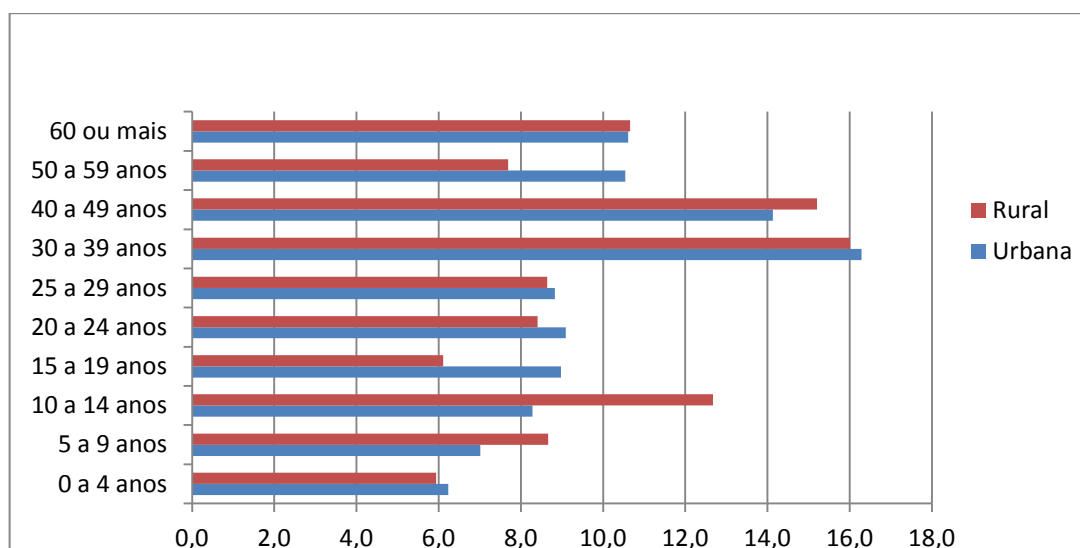
Urbana		Rural		Total	
2000	2010	2000	2010	2000	2010
67.993	79.599	5.014	4.616	73.007	84.215

Fonte: Censo Demográfico 2000 e 2010, IBGE

Para se conhecer melhor a estrutura etária da população de Pará de Minas e subsidiar a análise de campo, foram utilizados os dados do Censo Demográfico de 2010. Como mostra o Gráfico 1 abaixo, a faixa etária com maior população tanto rural como urbana é de 30 a 39 anos, seguida pela faixa de 40 a 49 anos. Observa-se que a população idosa, acima de 60 anos tem maior número que as crianças até 10 anos, mostrando que Pará de Minas já inicia sua transição demográfica, ou seja, uma alteração da pirâmide etária, com alargamento do topo e estreitamento da base. Como o foco dessa pesquisa é a população rural produtora de alimentos, salienta-se também um envelhecimento da população no campo e a diminuição de crianças até 4 anos. Como foi salientado pelos funcionários da Emater, há um êxodo de jovens do meio rural para trabalhar no setor de comércio, nas residências e nas indústrias da cidade e isso pode ser evidenciado pela queda brusca da participação da população rural na faixa de 15 a 19 anos, sendo que de 10 a 14 anos, a população do campo ainda era significativamente

maior, como visualizado no Gráfico abaixo. Os dados de população ocupada, tratados logo a seguir, também tendem a corroborar com essa suposição. Contudo, além de trabalhar, esses jovens podem estar indo para a cidade para cursar os três anos do Ensino Médio, sendo recenseados como residentes urbanos.

Gráfico 1. População residente rural e urbana, por faixa etária, em % - Pará de Minas, 2010



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010.

No tocante à economia municipal, segundo estudo do Sebrae realizado em 1997, os principais empreendimentos municipais encontravam-se dedicados à produção de leite, à criação de aves e suínos, às indústrias têxtil, metalúrgica, siderúrgica, cerâmica, extração mineral e comércio. De acordo com os dados da RAIS de 2013, detalhados no portal DataViva, dentre as exportações de Pará de Minas se destacam: ferro fundido com 84,39% de participação (em milhões de dólares), queijo com 7,32%, teares com 2,99% e borracha misturada com 2,52%. É interessante mencionar a participação do queijo, uma vez que o município tem muitas indústrias e empresas de fabricação de laticínios, com grande ocupação de mão-de-obra, gerando emprego e renda para a economia municipal. Contudo, parte do leite que é comprado e beneficiado por esses laticínios não é oriundo somente do município, mas também de toda a região do entorno. Além disso, sabe-se que parte do montante de produção de laticínios é oriunda de grandes produtores em Pará de Minas, segundo informações do Sindicato Rural, ou seja, esse volume exportado pode não ser proveniente unicamente da agricultura familiar.

Com relação à população ocupada, de 10 ou mais anos de idade, por classe de atividade (Tabela 2), infere-se que os setores com maior ocupação total são: *indústrias de*

transformação (20,06%); comércio e reparação de veículos (19,11%); construção (8,52%); e agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura (8,04%). Observa-se que na classificação por situação de domicílio, a população urbana acompanha as mesmas três primeiras posições das atividades supracitadas, contudo, o setor agropecuário perde posição para *serviços domésticos e atividades mal definidas*. Enquanto isso, o setor primário é quem mais demanda ocupação da população rural (2,96%), seguida com valores bem abaixo, os setores de *comércio (0,26%) e serviços domésticos (0,24%)*. No entanto, há mais pessoas residentes na zona urbana (5,08%), ocupadas no primeiro setor, do que na zona rural; o que pode ser justificado pelo número de trabalhadores rurais que tem casa na cidade. Por outro lado, infere-se também pela tabela, que parte da população rural que ainda vive no campo tem como local de trabalho a cidade, nos estabelecimentos de comércio e reparação de veículos automotores e nos serviços domésticos. Isso pode ser confirmado pelos depoimentos dos entrevistados e dos funcionários da Emater, ao afirmarem que os filhos (as) e as esposas dos agricultores têm realizado essas atividades na cidade.

Tabela 2. Porcentagem de pessoas de 10 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, por situação do domicílio e a classe de atividade do trabalho principal em Pará de Minas - 2010

Classe de atividade do trabalho principal	Total	Urbana	Rural
Total	100,00	95,72	4,28
Agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura	8,04	5,08	2,96
Indústrias extrativas	0,47	0,47	-
Indústrias de transformação	20,06	19,99	0,08
Eletricidade e gás	0,22	0,22	-
Água, esgoto, atividades de gestão de resíduos e descontaminação	0,56	0,53	0,02
Construção	8,52	8,36	0,16
Comércio, reparação de veículos automotores e motocicletas	19,11	18,86	0,26
Transporte, armazenagem e correio	5,19	5,08	0,11
Alojamento e alimentação	2,82	2,80	0,02
Informação e comunicação	0,58	0,58	-
Atividades financeiras, de seguros e serviços relacionados	1,27	1,25	0,02
Atividades imobiliárias	0,14	0,14	-
Atividades profissionais, científicas e técnicas	2,34	2,34	-
Atividades administrativas e serviços complementares	1,69	1,64	0,05
Administração pública, defesa e seguridade social	4,05	3,97	0,08
Educação	5,11	5,05	0,06
Saúde humana e serviços sociais	2,36	2,34	0,03
Artes, cultura, esporte e recreação	0,60	0,60	-
Outras atividades de serviços	2,65	2,63	0,02
Serviços domésticos	7,41	7,18	0,24
Atividades mal definidas	6,80	6,62	0,19

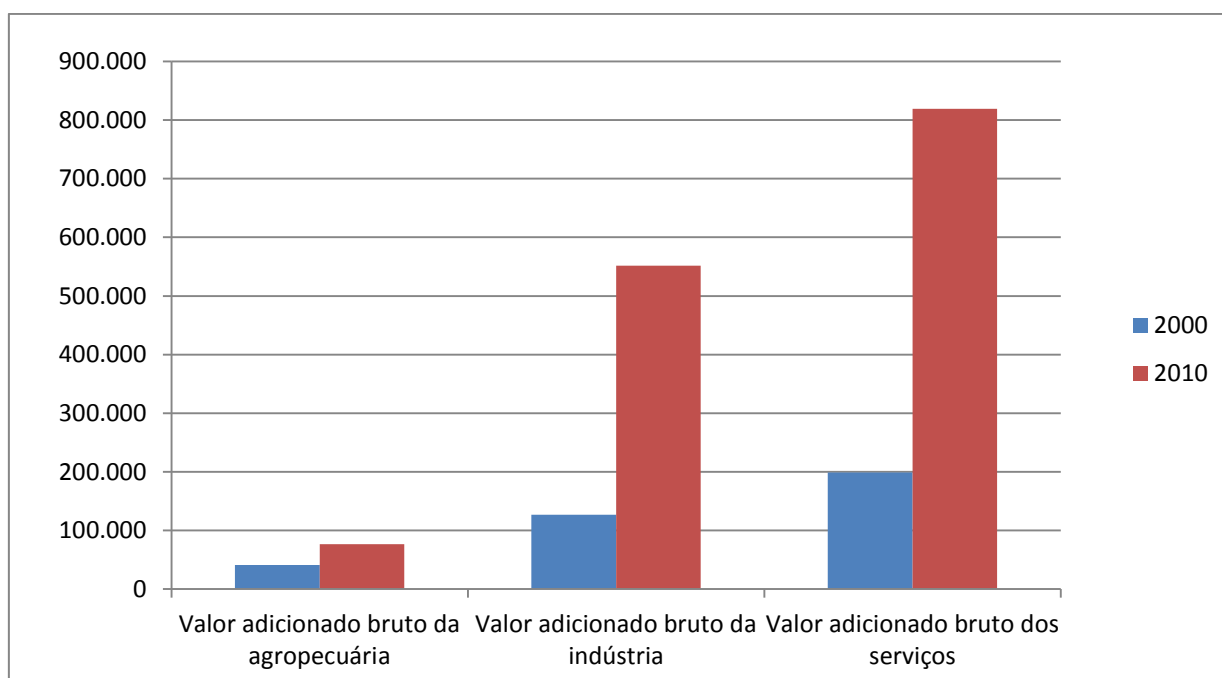
Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010.

Da tabela original do Censo Demográfico de 2010, outras informações podem ser úteis para a referida análise. Ao destrinchar a classe de atividade da *agropecuária, produção florestal, pesca e aquicultura*, observa-se que a divisão que tem maior ocupação de pessoas é *criação de aves*, seguida pela *lavoura*. Isso pode ser justificado pelo maior número de mão-de-obra necessária nesses setores, mas também evidencia maior importância desses para a economia local. Esses dados podem ser acompanhados aos da ocupação no setor de *indústrias de transformação*, que emprega mais nas divisões *fabricação de produtos alimentícios e bebidas*, seguida por *abate e fabricação de produtos de carne e pescado, e laticínios*. Como o foco dessa pesquisa é o mercado de produtos agropecuários, ainda que seja o quarto setor que mais ocupa pessoas, pode-se dizer que ele é significativo para a economia do município, no tocante à geração de emprego e renda para a população.

Outro indicador econômico, o PIB, apresentou significativo aumento em Pará de Minas de R\$367.284,00, em 2000, para R\$1.447.503,00, em 2010. Todos os setores contribuíram para esse aumento. A agropecuária, que mesmo tendo a menor taxa de crescimento, alcançou uma participação relativa de 5,3% no total do PIB, acompanhando a média nacional que era 5,8%, em 2010. No setor agropecuário estão agrupadas as atividades: agricultura, pecuária, silvicultura, exploração florestal e pesca, e assim, todos os produtos rudimentares e não licenciados beneficiados no estabelecimento rural⁵. O Gráfico 2 ilustra esse crescimento. Um dos fatores que podem ser apontados para o significativo aumento do PIB na indústria é o beneficiamento da cadeia de aves, suínos e leite, uma vez que o setor de indústria de transformação é o que mais emprega, como visualizado na Tabela 2.

⁵ De acordo com a nota técnica do IBGE: *O beneficiamento de produtos agropecuários, realizado em estabelecimentos rurais com instalações rudimentares e não-licenciados, foi incluído como indústria rural dentro das atividades agropecuárias e os produtos obtidos classificados com os códigos de indústria correspondentes, constituindo-se em produção secundária da atividade agropecuária* (IBGE, 2010).

Gráfico 2. Produto Interno Bruto de Pará de Minas (em mil reais)



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000 e 2010.

O significado do retorno do PIB ao município é o Valor Adicionado Fiscal, que *corresponde ao valor que se acrescenta (adiciona) nas operações de entradas/saídas de mercadorias e/ou prestações de serviços de transporte e de comunicação em seu território, em determinado ano* (Associação Mineira de Municípios, 2014). Ou seja, é o valor das mercadorias saídas (baseadas em sua receita bruta), acrescido do valor das prestações de serviços, no município, deduzido o valor das mercadorias entradas. Significa o índice de participação daquela atividade no repasse das receitas, baseado inicialmente na declaração individual dos contribuintes. E ele pode ser dividido por setores, indicando a movimentação de mercadorias. Para o que nos interessa, o setor agropecuário, segundo a Receita Fazendária do Estado de Minas Gerais, correspondeu em 2010, a 31% (317.849.187) do total do VAF de Pará de Minas (1.007.715.510), evidenciado a relevância do setor para a economia do município. Dentro dessa representatividade, as atividades com maiores valores, por ordem decrescente, são: fabricação de laticínios (31%), produção rural de pessoa física (18%), abate de bovinos (12%), comércio atacadista de leite e laticínios (10%), abate de aves (8%), produção de pintos (8%) e fabricação de alimentos para animais (7%). Infere-se a partir desses dados, que a produção industrializada de laticínios gera muita receita para o município, mas a produção individual de pessoa física, sem caráter empresarial, como a horticultura e a produção de leite, também se mostram importantes.

1.3- A produção agropecuária

A cidade de Pará de Minas é conhecida por sua vocação agropecuária com produção de leite e laticínios, hortícolas (verduras e legumes), aves e suínos. De acordo com alguns produtores da região, donos de supermercados e “sacolões” e funcionários da Emater do município, esses produtos são comercializados em diferentes circuitos. A avicultura e a suinocultura aparecem inseridas em cadeias industriais de beneficiamento, destinadas a médias e grandes empresas ou cooperativas da região. A produção de leite é destinada às cooperativas e pequenas indústrias de derivados. Já as hortícolas vão, em grande parte, para a Central de Abastecimento de Minas Gerais (Ceasa-MG), localizada em Contagem. Contudo, segundo os produtores e os proprietários de “sacolões”, as folhosas e algumas frutas e legumes são adquiridas com os produtores do local. Há também a venda de hortifrutis (hortícolas e frutas) em uma feira semanal e a destinação para as escolas, através do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). O município possui dois sindicatos rurais que atendem os produtores rurais: o Sindicato Rural de Pará de Minas e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pará de Minas.

Para entender melhor a importância e a inserção econômica de cada tipo de produção supracitada, ater-me-ei a cada uma em especial. A avicultura é uma importante atividade do município, chegando a nomear Pará de Minas como a maior produtora de frangos do Brasil, na década de 1990 e em 2011, segundo informações retiradas dos jornais antigos do Museu. A maior parte dos produtores atualmente sobrevive em sistema de integração com uma granja ou indústria, ou seja, o criador ganha os pintos e a ração e os cria para entregar para a granja. Nesse sistema, a autonomia do indivíduo é pequena, além dos riscos serem altos, uma vez que se o frango passar do tempo exato para o abate ou do peso certo, o criador não ganha pelo frango. Além disso, o preço do frango oscila muito, não sendo uma garantia fixa para o criador que depende da empresa integradora. Muito embora, esse sistema tem permanecido, indicando uma opção satisfatória para os produtores. Em Pará de Minas, parece haver poucos produtores independentes de aves, que conseguem acessar os mercados sozinhos, em função do aumento das exigências da vigilância sanitária, dos custos com ração e da competitividade com os grandes granjeiros (segundo informações da Emater e do Sindicato Rural). Atualmente, em Pará de Minas, existe uma única indústria que é responsável por toda a cadeia produtiva do Frango, a Francap. Há ainda uma Cooperativa de Granjeiros, a Cogran, que

também funciona pelo sistema de integração. Outras granjas presentes são: Granja Brasília, Osper e Pôr do Sol. Em Pará de Minas há também uma unidade da empresa Pif Paf, onde foi instalado seu primeiro incubatório, em 1974.

Outro ramo que tem se expandido desde a década de 1980 é a suinocultura, com aumento do emprego de trabalhadores e do número de matrizes (rebanho reprodutor). Destaca-se nessa atividade a Cosuipam, Cooperativa dos Suinocultores de Pará de Minas, com produtores de toda a região do entorno da cidade. O sistema é realizado de forma independente, com a criação de suínos para venda nos abatedouros da cidade. A atividade tem se capitalizado e modernizado, tanto que em 2004, a região de Pará de Minas foi a 2ª maior produtora de suínos do estado de Minas Gerais.

A atividade mais expressiva na cidade é a pecuária leiteira, por número de estabelecimentos, segundo dados do Sebrae (1997). A média de leite produzido em Pará de Minas era de 4,0 litros/dia por vaca, taxa maior que a média nacional, que é 3,0 litros/dia. Mesmo esses valores sendo baixos em relação a outros países como Argentina e Uruguai, há produtores no município que chegam a tirar, em média, 17 litros/dia. Segundo os dados do IBGE de 2006, a criação de bovinos corresponde ao maior número de estabelecimentos. Em trabalho de campo, pôde-se perceber que muitos estabelecimentos tinham algum rebanho, sendo que alguns deles não utilizavam ainda a ordenha mecânica. Os laticínios presentes na cidade são: Champ, Sibebe, Itambé e as cooperativas: Coopará, CooperOnça, Coopergranel e Cooperoeste (Pará de Minas, 2006). Há também uma Associação (Assoleite) fornecedora da empresa Embaré.

Em relação à horticultura, segundo dados do IBGE e pesquisa realizada em campo, os alimentos mais produzidos atualmente e no passado são: tomate, pimentão e abóbora. Esses, em sua maioria são comercializados na Ceasa Minas. Mas há também uma vasta produção de horticultura, que será tratada mais a frente. Segundo o diagnóstico do Sebrae (1997), há pouca mecanização no município, muito em função de sua característica topográfica, mas há uma modernização da produção com utilização de gotejamento. Segundo uma pesquisa de notícias de jornais antigos da cidade, encontrada no Museu Histórico de Pará de Minas, a região foi em 2004, a 4ª maior produtora de tomate, pimentão e abóbora do estado de Minas Gerais.

O município possui também uma empresa de apoio à produção agrícola, o Grupo Agro. O Grupo Agro está em Pará de Minas há 20 anos, e tem como objetivo oferecer produtos e serviços para agregar valor ao agronegócio, através de planejamento e ações que tornem a produção agrícola mais competitiva e rentável (informação retirada de sua publicidade). O Grupo possui uma “fazenda modelo”, onde produzem mudas, desenvolvem tecnologias, como a irrigação (gotejamento, aspersão e cultivo protegido) para hortícolas, e oferecem cursos de capacitação para jovens, filhos de produtores rurais. De acordo com o proprietário, eles utilizam (e comercializam) sementes híbridas, insumos químicos e defensivos, mas seu trabalho com os agricultores capacitados é de tornar a agricultura familiar empresarial, através de “boas práticas”, mas não necessariamente com produção orgânica. Em relação ao acesso aos mercados, aqueles produtores que são “integrados” ao Grupo se beneficiam do contato que a empresa faz diretamente com grandes redes de supermercados. Contudo, segundo o proprietário, em Pará de Minas não há mais “integrados”, somente na região do entorno. Isso é justificado por ele devido à diminuição do interesse ou da produção dos agricultores de Pará de Minas.

Essa empresa realiza um papel de intermediador com o mercado, e em Pará de Minas eles estão inseridos em algumas redes de supermercados, comercializando tomate e uva embalados de produtores da região. Contudo, atualmente não há nenhum agricultor paraminense integrado à empresa, e, também nenhum dos 31 entrevistados nessa pesquisa. O Grupo Agro possui como premissa a disseminação de um modelo de produção com *hábitos de atuação responsável* no transporte, no armazenamento, no manejo, na irrigação e no uso de defensivos agrícolas, etc. Mas como é um sistema de integração, no contrato feito com o produtor estão previstos: assistência técnica, treinamento e insumos, assim como auxílio para construção de estufas. Porém, parte do valor da produção fica com a empresa Agro. Acredita-se que esse sistema pode não ter se apresentado interessante ou benéfico aos agricultores familiares, uma vez que o rendimento da produção de horticultura nem sempre é regular ou suficiente para ainda ser dividido. Para essa pesquisa, não foi de interesse aprofundar nessa relação, justamente por entender que essa empresa funciona como um intermediador que não atende às necessidades dos agricultores entrevistados. Mesmo se mostrando positivo o treinamento para “boas práticas”, não é intuito da empresa desincentivar o uso de agrotóxicos, uma vez que ela comercializa esses defensivos em suas lojas, e segundo os agricultores, a preços altos.

1.3.1 – A estrutura fundiária

Para conhecer melhor a estrutura fundiária do município, foram analisados os dados do Censo Agropecuário de 1996 e de 2006 para uma análise comparativa. Selecionou-se, assim, uma tabela com a distribuição de estabelecimentos por área, segundo a atividade econômica exercida no mesmo. A Tabela 3 indica que a maioria dos produtores de Pará de Minas, em 1996, tinha de *10 a menos de 50 hectares* (405) em um total de 1031 estabelecimentos; em seguida 378 estabelecimentos tinham até *10 ha*. Na distribuição por grupo de atividade, observa-se que 60% dos estabelecimentos exercem a pecuária e que em ordem decrescente, a lavoura temporária está 2º lugar, com 18% das unidades. A produção mista, de pecuária com lavoura, aparece em 14,6% dos estabelecimentos, evidenciando a complementaridade que as duas atividades exercem na unidade produtiva.

Tabela 3. Número de estabelecimentos por grupos de área e grupos de atividade econômica em Pará de Minas - 1995

Grupo de atividade econômica	Total	(%)	Até 10 ha	10 a menos de 50 ha	50 a menos de 100 ha	100 a menos de 200 ha	200 ha e mais
Total	1031	100	378	405	116	85	45
Pecuária	622	60,3	219	242	79	54	26
Lavoura temporária	186	18,0	75	79	15	9	8
Produção mista (lavoura e pecuária)	151	14,6	43	65	19	17	7
Horticultura e produtos de viveiro	29	2,8	24	5	0	0	0
Lavoura permanente	28	2,7	16	9	0	3	0
Silvicultura e exploração florestal	13	1,3	1	4	3	1	4
Produção de carvão vegetal	2	0,2	0	1	0	1	0

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário 1996.

Comparativamente, a Tabela 4, de 2006, nos mostra os mesmos dados, contudo, com algumas mudanças na nomenclatura dos grupos de atividades. As tabelas nos indicam uma redução do número total de estabelecimentos, passando de 1031 para 578, de 1996 para 2006. Essa significativa redução foi questionada por um dos funcionários da Emater, mas foi apontada por ele como sendo possivelmente resultante do processo de expropriação dos meios de produção de muitos dos produtores da avicultura, ou mesmo em função da tendência geral de diminuição da população rural com aumento do processo de chacreamento e parcelamento.

A Tabela 4, subsequente, indica que ainda é predominante o número de estabelecimentos com atividade pecuária e criação de outros animais (aves, suínos, equinos) correspondendo agora a

86% dos estabelecimentos e a maioria (189) continua no intervalo de *10 a menos de 50 ha*. Muito abaixo em termos de participação, aparece a lavoura temporária, em apenas 7% das unidades, demonstrando uma queda também significativa na produção de alimentos, que em 1996 correspondia a 18%. A horticultura aumentou sua participação de 2,8% para 5%, assim como a pecuária, que passou de 60% para 86% de participação no número de estabelecimentos. Isso pode ser explicado devido ao crescimento da demanda e, conseqüentemente, do consumo de carne, leite e derivados.

Em termos relativos, a faixa que mais diminuiu o número de estabelecimentos foi *até 10 ha*, passando de 36% do total em 1996, para 28%, em 2006. Isso indica que são os pequenos produtores que mais tem parado de produzir. Por outro lado, a faixa de *50 a menos de 100 ha*, teve um leve aumento de sua participação, passando de 11% em 1996, para 12% em 2006. Percebe-se, portanto, que a atividade pecuária ainda é a principal do setor agropecuário de Pará de Minas por número de estabelecimentos, embora ela tenha sido somada à criação de outros animais em 2006. A categoria produtor sem área foi incluída no Censo de 2006, para contabilizar aquela produção do pessoal empregado no estabelecimento, mas que não é proprietário da terra que reside (IBGE, 2010). Esse dado correspondeu a 18 estabelecimentos.

Tabela 4. Porcentagem de estabelecimentos por grupos de área, grupos de atividade econômica e sexo do produtor em Pará de Minas - 2006

Grupo de atividade econômica	Total	(%)	Até 10 ha	10 a menos de 50 ha	50 a menos de 100 ha	100 a menos de 200 ha	200 ha e mais	Produtor sem área	Masculino	Feminino
Total	578	100	164	223	72	67	34	18	95	5
Pecuária e criação de outros animais	498	86	136	189	64	61	31	17	81,49	4,67
Lavoura temporária	40	7	19	17	1	2	1	0	6,75	0,17
Horticultura e floricultura	29	5	9	13	4	2	0	1	4,84	0,17
Produção florestal - florestas plantadas	5	1	0	2	2	0	1	0	0,87	0
Lavoura permanente	4	0,7	0	2	1	0	1	0	0,69	0
Produção florestal nativa	2	0,3	0	0	0	2		0	0,35	0

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário 2006.

Um dado interessante de analisar, também indicado pela Tabela 4, é a classificação dos grupos de atividade por sexo do produtor do estabelecimento. Em 2006, a predominante participação na atividade agrícola é do homem, em 95% dos casos, sendo que a mulher fica apenas com 5%. Isso pôde ser evidenciado no trabalho de campo dessa pesquisa, uma vez que não fui recebida por muitas mulheres, mas predominantemente por homens. Esses dados confirmam o que a literatura tem relatado sobre a participação da mulher na atividade agrícola, pois essas se tornam invisíveis quanto à participação nas atividades do estabelecimento, uma vez que ou estão ocupadas em alguma parte do tempo nas atividades domésticas, do âmbito do privado, ou não se incluem nas estatísticas como força de trabalho ocupada na produção (Carneiro, 1987). Como o número de mulheres residentes no meio rural (2.011) não é tão significativamente menor que o de homens (2.605), acredita-se que elas realmente estejam sendo invisibilizadas nas estatísticas de produção. No trabalho de campo, percebeu-se que ou elas estavam na cidade fazendo compras ou trabalhando (segundo relato dos maridos), ou dentro de casa em afazeres domésticos ou ainda, poucas, participando da entrevista ao lado do parceiro.

Em atividades da agricultura familiar, onde a unidade do trabalho confunde-se com a organização familiar, muitas vezes, a participação da mulher não é vista como um trabalho, mas sim, como uma “ajuda”, não recebendo um salário por isso e nem se apropriando da renda gerada pela comercialização do alimento que produz junto ao marido. Dessa forma, elas não entram nas estatísticas, assim como não tem em seu nome a documentação necessária para a comercialização, ficando o domínio desse processo e do dinheiro nas mãos dos maridos (Siliprandi e Cintrão, 2011).

As Tabelas 3 e 4 acima nos mostram que o município tem uma predominância de estabelecimentos rurais até 50 ha, como já havia sido confirmado pelos extensionistas da Emater. Contudo, essas tabelas correspondem a todos os tipos de agricultores, ou seja, não se pode afirmar que esse perfil corresponda somente aos agricultores familiares. Como esta categoria é o foco desse trabalho, atentar-me-ei mais a eles na próxima seção. Assim, para o Censo Agropecuário de 2006, foi utilizado o conceito de agricultor (a) familiar segundo a Lei nº 11.326. Conhecida como *Lei da Agricultura Familiar*, ela oferece instrumentos destinados à formulação das políticas públicas direcionadas à Agricultura Familiar e Empreendimentos

Famíliaes Rurais. Os elementos definidos por essa lei para classificar os produtores rurais como agricultores familiares são:

“(i) não deter, a qualquer título, área maior do que quatro módulos fiscais, (ii) utilizar predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do estabelecimento ou empreendimento; (iii) ter renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento; e (iv) a direção do estabelecimento ou empreendimento ser realizada pela própria família” (Sacco, 2013, p.6).

Em Pará de Minas, quatro módulos fiscais correspondem a 80ha, sendo que em 2006, o município tinha 345 (59,7%) estabelecimentos da agricultura familiar (segundo a Lei supracitada), ocupando somente 20% do território, enquanto 233 (40,3%) estabelecimentos não familiares ocupavam 80% (vide Tabela 5).

Tabela 5. Estabelecimento e área da agricultura familiar em Pará de Minas - 2006

Agricultura familiar - Lei nº 11.326		Não familiar	
Estabelecimentos	Área (ha)	Estabelecimentos	Área (ha)
345	6 184	233	25 184

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário 2006.

1.3.2 – A produção familiar

Segundo a Emater de Pará de Minas, dentre os agricultores familiares do município, em setembro de 2013, somente 117 possuem a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional da Agricultura Familiar (DAP), que é um instrumento de identificação do agricultor familiar para acessar políticas públicas como o Pronaf. Esse número, sendo reduzido em relação ao total de AF que o Censo Agropecuário recenseou, explica-se, segundo a Emater, em função das famílias não mais atenderem a todas as exigências da Lei (pois possuem outras rendas maiores que as oriundas do estabelecimento) ou não terem requerido a DAP.

A Tabela 6 abaixo caracteriza melhor o tipo de atividade da agricultura familiar e não familiar. Observa-se que a tabela é referente a *estabelecimentos com produção no ano pesquisado*, mostrando uma redução no número total de estabelecimentos, de 578 para 474, sendo que destes, 268 são familiares. A tendência do número de estabelecimentos por tipo de

produção segue a das Tabelas 3 e 4, sendo que a produção animal é predominante tanto para a agricultura familiar quanto para a não familiar, estando a criação de animal de grande porte em primeiro lugar e a horticultura em segundo. Observa-se que a agricultura familiar é predominante por número de estabelecimentos em quase todos os tipos de produção, menos silvicultura, extração vegetal e floricultura. A maior diferença entre o número de estabelecimentos da produção familiar e não familiar é na atividade pecuária de animal de grande porte (bovino, equino, bubalino, asinino e muar, - sendo que segundo o Censo 2006, os dois últimos não existem em Pará de Minas) e na horticultura. Ou seja, essas duas atividades são as mais exercidas pela agricultura familiar por número de estabelecimentos.

Tabela 6. Número de estabelecimentos com produção no ano, por tipo de produção, familiar e não familiar em Pará de Minas - 2006

Tipo de produção	Total de estabelecimentos	Não familiar	Agricultura Familiar
Total	474	206	268
Animal	443	196	247
Animal - de grande porte	374	165	209
Vegetal	161	63	98
Vegetal - horticultura	96	34	62
Vegetal - lavouras temporárias	85	33	52
Animal - aves	79	39	40
Animal - de médio porte	70	32	38
Vegetal - lavouras permanentes	7	2	5
Vegetal - silvicultura	3	3	-
Animal - pequenos animais	2	-	2
Vegetal - extração vegetal	2	2	-
Agroindústria	2	1	1
Vegetal - floricultura	1	1	-

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário 2006.

Ainda segundo o Censo Agropecuário de 2006, Pará de Minas apresenta uma produção de lavoura permanente com os seguintes itens: banana, café arábica (em grão), borracha (látex coagulado), maracujá, laranja, goiaba e uva. E dentre as lavouras temporárias: abacaxi, cana, feijão (preto e verde), mandioca, milho (em grão e forrageiro), sorgo (em grão e forrageiro), arroz, batata-doce e tomate.

A fim de identificar os mecanismos de comercialização mais acessados pelos agricultores da produção de hortícola em Pará de Minas, a Tabela 7 identifica os principais destinos dessa produção, que segundo a tabela original do IBGE são: *diretamente a intermediários; vendidos ou entregues a programas do Governo (federal, estadual ou municipal) e diretamente ao consumidor*. Os demais mecanismos de venda como *exportados; entregues à empresa*

integradora; vendida para indústria; entregue à cooperativa ou não vendida, não aparecem como canais em praticamente nenhum dos produtos relacionados na tabela (salvo os casos mencionados no final da Tabela 7). Pode-se perceber que esses dados confirmam as informações coletadas na pesquisa de campo, mas não se mostram completos, pois parte da produção destinada aos programas do Governo Federal, evidenciados nessa pesquisa, não está na tabela.

Tabela 7. Produção da horticultura, em toneladas produzidas, da agricultura familiar e não familiar por destino da produção em Pará de Minas - 2006

Produtos	Agricultura Familiar, Lei 11.326			Não Familiar		
	Venda diretamente a intermediários	Vendido, entregue ou doado ao Governo	Vendido diretamente ao consumidor	Venda diretamente a intermediários	Vendido, entregue ou doado ao Governo	Vendido diretamente ao consumidor
Abobrinha	13			22	x	x
Aipo			x			
Alecrim	x					
Alface	x		x	25		
Almeirão	x		x	x		
Batata-doce				x		
Berinjela				x		
Beterraba			x			
Brócolis	x		x	x		
Cará	x			x		
Cebolinha	x		x	x		
Cenoura			x			
Chicória	x		x			
Chuchu			x	x		
Coentro			x			
Cogumelos						
Couve	x		x	22		
Couve-flor	x			x		
Espinafre	x		x			
Hortelã			x			
Jiló				x		x
Milho verde (espiga)	x		x	x		
Mostarda (semente)	x					
Pepino	x			3		x
Pimenta				x		
Pimentão	x		x	x		
Quiabo	x		x	9		x
Rabanete	x					
Repolho			x			
Rúcula	x					

Salsa	x	x	x
Tomate estaqueado	569	x	639
Vagem	x		x

Obs. Segundo a tabela original do IBGE, cogumelos são exportados pela agricultura familiar; e pepinos, pimentões e tomates são entregues à empresa integradora pela AF.

Os dados das Unidades Territoriais com menos de 3 (três) informantes estão desidentificados com o caracter X.

Fonte: IBGE, Censo Agropecuário, 2006.

Pela tabela acima, infere-se que são produzidos pela agricultura familiar 28 variedades da horticultura, e pelos não familiares, 20. Nas duas situações, o destino que mais aparece é a *venda para intermediários* (com 20 ocorrências da produção não familiar e 21, familiar), seguida da *venda ao consumidor* (com 4 ocorrências da produção não familiar e 19, familiar), ou seja, é a agricultura familiar que majoritariamente mais vende direto ao consumidor, mas os agricultores familiares do município ainda vendem muitos produtos para os atravessadores. Os alimentos mais produzidos, em termos de quantidade, segundo a Tabela 7, são: tomate, abobrinha, alface, couve, quiabo e pepino. Contudo, a tabela demonstra que praticamente não há venda para o governo, sendo que o PNAE, um mercado institucional de compra direta, tem atualmente bastante representatividade de produtores do município, mas que pode não ter sido computada sua produção no ano do Censo Agropecuário de 2006. Correlacionando essa tabela com outros dados do Censo Agropecuário por número de estabelecimentos, tem-se que, no ano de 2006, essa produção correspondia a somente 112 unidades produtivas, ou seja, 19% do total de estabelecimentos (578). Desses 112, 54 são não familiares e 58, familiares. Ou seja, muitos estabelecimentos rurais (81%) não produziram alimentos para comercialização ou não foram computados no recenseamento.

Para se conhecer melhor a importância da compra realizada através do PNAE, foram levantados os dados da Associação dos Produtores Rurais de Floresta, responsável pela entrega de 18 produtos para as 38 escolas e creches municipais e 9 escolas estaduais (dados fornecidos em setembro de 2013). Segundo produtores membros da Associação, ela foi criada no início da década de 2000 com 12 integrantes, cujo intuito era lutar por melhores preços de insumo e por um espaço de comercialização no Mercado Livre do Produtor⁶ (também conhecido como pedra), na Ceasa. Com o tempo, ficaram sabendo pela Emater, da compra da merenda escolar e passaram a fornecer produtos para as escolas e hoje já contam com

⁶ Mercado Livre do Produtor é uma área aberta na Ceasa Minas destinada à venda livre dos produtores, preferencialmente os hortigranjeiros. Disponível em: <http://www.ceasaminas.com.br/informacoesmercado/artigos/produtor.pdf>. Acesso em: 26 de maio/2015.

aproximadamente 40 associados. Mesmo assim, muitos continuaram a comercializar sua produção na Ceasa. Embora a ASSPROF seja formada por agricultores de toda a região de Pará de Minas, é significativa a produção oriunda do município. No início do período letivo de 2014, na primeira chamada pública para a Merenda escolar, a ASSPROF oferecia somente de produtores de Pará de Minas: abobrinha, alface, jiló, pimentão, pepino, vagem, tomate, banana, mandioca, goiaba, couve, salsinha e cebolinha. Esses produtos, que segundo funcionária da ASSPROF, são oferecidos na chamada pública do PNAE, não constam na Tabela 7, retirada do Censo de 2006. O que pode ser resultante de uma necessária atualização dos dados de 2006 até os dias atuais, ou ainda, porque quando o Censo foi realizado não havia compra da agricultura familiar para a merenda escolar em Pará de Minas na amplitude que tem hoje.

Esses e outros produtos também são comercializados na pequena feira semanal da sede municipal, que em 2014 contava com 8 produtores fixos, sendo vendidos: folhosas e mudas em geral, tomate, morango (com certificação de orgânico), cenoura, beterraba, abobrinha, cebola, milho, feijão, jiló, banana, mandioca, farinha de mandioca, ovos, frango, cachaça, bolo, pão, mel, peixe, pimenta, geleia, suco (com certificação orgânica) produtos naturais e medicinais como própolis e pomadas. A feira atualmente está sendo ampliada e padronizada com barracas doadas pela ONG AMA Pangeia, podendo chegar até 25 produtores rurais e urbanos. Contatou-se que alguns feirantes não são do município, mas sim de localidades vizinhas, como é o caso dos produtores de morango e suco orgânicos.

1.4 – Desafios da inserção mercantil de agricultores em Pará de Minas

A partir da apresentação das características sociais do município, é importante salientar aspectos a serem problematizados que levaram à escolha desse município como objeto de pesquisa. Para subsidiar a caracterização feita acima, assim como a problematização da inserção de agricultores familiares de Pará de Minas nos mercados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com caráter de conversas abertas (sem um roteiro específico), com alguns agricultores familiares da ASSPROF (indicados pela Emater ou conhecidos), com o presidente do Sindicato Rural, com uma representante do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, com os funcionários da Emater, da Secretaria Municipal de Agronegócio, Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente, da Secretaria de Educação (nutricionista) e

proprietários dos empreendimentos de varejo de Pará de Minas. Foram também coletadas informações no Museu Histórico de Pará de Minas e na Secretaria de Estado da Fazenda (quanto ao VAF). Segundo as entrevistas realizadas com os agricultores familiares da Associação (ASSPROF), todos eles vendem produtos para as escolas, contudo, somente esse mercado não é suficiente para o escoamento de toda sua produção, sendo parte dela destinada à Ceasa-MG. Foi colocada pelos agricultores a dificuldade de vender para os “sacolões” locais, pois por não haver grande possibilidade de barganha, os proprietários desse varejo oferecem baixos preços pelos produtos e, além disso, alguns já têm seus fornecedores fixos.

De acordo com os proprietários de “sacolões” e supermercados, que também foram entrevistados, essa é uma afirmativa correta. Mesmo sabendo da existência de alguma produção no município (sabem mais da produção de tomate, pimentão e folhosas, mas não sabem ao certo quantidade e variedade), os proprietários desse varejo preferem comprar os produtos todos na Ceasa-MG, em função da oferta mais vasta e regular de produtos, e do preço melhor pela grande quantidade que necessitam adquirir. Dessa forma, compram dos produtores do município somente as folhosas, algumas frutas (banana, goiaba e mexerica) e mandioca. Eles alegam que as folhas são compradas no município, pois tem maior perecibilidade, sendo necessário consumi-las próximo à hora de colheita. E os demais produtos ou são comprados porque são de melhor qualidade (do que os comprados na Ceasa) ou porque já conhecem o produtor. Os supermercados compram também produtos do Grupo Agro, como o tomate e a uva, ambos em bandeja. Contudo, em função dos custos de transporte e da chance de obter maior qualidade dos produtos, tanto os produtores quanto um dono de “sacolão” mencionaram a vontade de poder comercializar os produtos localmente, mas este último menciona que a variedade produzida na região é pequena. Foi relatado por um proprietário de “sacolão” que, quando ele não vai à Ceasa, ele entra em contato com um agricultor já conhecido da própria Ceasa e vai buscar em sua propriedade, em Pará de Minas. Mas quando é o produtor que vai até o “sacolão” oferecer, eles não conseguem vender pelo preço que pedem, que geralmente é o mesmo da Ceasa, segundo disseram alguns agricultores.

Entrevistando 5 estabelecimentos comerciais de varejo de hortifrutis diferentes (“sacolões”), constatei que três são da mesma família (tio e sobrinhos) e nos outros dois, os proprietários também detinham mais de um estabelecimento. Este fato pode dificultar ainda mais a inserção dos agricultores familiares no varejo local, uma vez que os “sacolões” encontram-se

concentrados em poucos proprietários. Assim como os supermercados, sendo que na sede municipal existem 4 redes: Supermercados Panelão, Paraense, BH e ABC, somente o primeiro compra bananas direto do produtor, os demais buscam tudo na Ceasa, menos as folhosas, como já relatado acima, e os produtos do Grupo Agro. Cabe salientar que o número e a variedade de hortícolas vendidas no supermercado é consideravelmente menor do que nos “sacolões”.

Embora a Ceasa-MG esteja localizada próximo a Pará de Minas, e seja uma opção de comercialização para os agricultores familiares, ela exige que se gaste com transporte até lá; e os preços ofertados no Mercado Livre do Produtor dependem da quantidade de produtos disponíveis à venda no dia. Cabe mencionar também que esse tipo de comercialização exige quantidades significativas de produção que compense os custos e, muitas vezes, isso acarreta utilização de insumos químicos e agrotóxicos para o longo transporte das mercadorias. Além disso, foi relatado por alguns agricultores que eles não tinham caminhões para ir à Ceasa, necessitando da figura do atravessador, ou mesmo contando com um vizinho ou um carreto para levar a mercadoria. Ou seja, mesmo estando próximos a uma central de abastecimento, os agricultores não são capitalizados o suficiente para serem responsáveis por todo o processo de comercialização (com transporte) de seu produto. Além disso, a permanência do atravessador (do vizinho ou do carreto) diminui o lucro, aumentando os custos para o agricultor. Percebe-se também que alguns agricultores mais capitalizados exercem o papel de intermediários, pois levam a produção do vizinho para vender na Ceasa, o que também foi apontado como negativo pelo funcionário da Emater.

No tocante ao funcionamento do PNAE, em Pará de Minas o número de escolas que compram alimentos da agricultura familiar aumentou após a promulgação da Lei 11.947 de 16 de junho de 2009, que traz uma importante contribuição para a Alimentação Escolar quanto ao aumento do número de estudantes beneficiados pelo Programa, alcançando além do ensino fundamental, também os alunos do ensino médio. Segundo agricultores entrevistados, houve há alguns anos atrás, uma reunião no Sindicato dos Trabalhadores Rurais com a Superintendência Regional de Ensino em Pará de Minas convocando todas as escolas estaduais a aderirem ao Programa. Segundo funcionária da ASSPROF também houve um crescimento da compra pelas escolas municipais, com diversificação dos produtos e aumento da quantidade, também respondendo às exigências da Lei e possivelmente, ao aumento do

valor da verba repassada. Segundo a nutricionista da Prefeitura, tem mesmo havido uma preferência em comprar dos produtores locais, tanto por causa da lei, como pela Prefeitura achar que é melhor investir na geração de renda para a própria cidade. Assim, houve uma busca maior dos agricultores por esse mercado, como relatado por funcionários da Emater.

Foi mencionado pelo presidente da ASSPROF que o pagamento realizado pelas escolas não é à vista - chegando a demorar até 3 meses; e que a burocracia para acessar o Programa ainda é grande. O crescimento recente desse mercado é alvo interessante de investigações, pois além de ter tido aumento da verba repassada e das escolas participantes, o fato da compra ser constante e a preços satisfatórios para os agricultores, pode ter os atraído mais. Funcionários da Emater têm sido procurados por outros agricultores para participar da venda às escolas, devendo assim se tornarem membros da Associação, pois em Pará de Minas a compra é realizada unicamente através da ASSPROF. Acredita-se que essa exigência da Lei pode fortalecer o caráter da ação coletiva da Associação nas negociações da comercialização com as escolas.

Mesmo com a exigência da Lei de que no mínimo 30% do total dos recursos financeiros repassados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) às Entidades Executoras, sejam destinados para a aquisição de gêneros alimentícios oriundos da Agricultura Familiar local (as especificidades desse tipo de mercado de compras públicas serão abordadas no próximo capítulo), sabe-se que o restante do recurso é utilizado para compras de outros fornecedores. Essa hipótese é levantada em função das respostas de alguns agricultores e da funcionária da ASSPROF relatando que *às vezes as escolas diminuem a quantidade de produtos comprados da Associação, pois estão comprando dos “sacolões” e mercadinhos da cidade*. A compra das escolas estaduais é feita por escola, ou seja, ela é a entidade executora. Já no caso das escolas municipais, é a Prefeitura, por intermédio da nutricionista, que elabora o cardápio e define a quantidade de alimentos a ser comprada. Quem realiza a compra para todas as escolas municipais é o setor de compras da Prefeitura, que também adquire alimentos - mas não necessariamente da agricultura familiar, para fornecer a outras Instituições. Embora elas atendam aos 30% da compra da Agricultura Familiar, segundo agricultores entrevistados parece haver uma preferência da nutricionista e das escolas em comprar do varejo local, em função da maior facilidade e menor burocracia para prestação de contas.

De acordo com uma das nutricionistas da Prefeitura, o PNAE atualmente funciona em 32 escolas municipais, sendo 22 sediadas na área urbana e 10 na área rural, atendendo 7591 alunos. Nas creches, para crianças de período integral, são servidas 4 refeições (desjejum, almoço, lanche e “barriguinha cheia”, antes de irem embora). Na pré-escola e no ensino fundamental, os alunos frequentam a escola em tempo parcial e recebem 1 refeição. Desde setembro de 2014, aproximadamente 290 alunos são atendidos pelo Programa Mais Educação (Programa do Ministério da Educação para implantação de dois turnos na escola, funciona em Pará de Minas somente em três escolas na zona urbana e duas na rural) no ensino fundamental. Esses alunos ficam em período integral na escola e recebem 3 refeições. Desde 2003, a Secretaria Municipal de Educação contava com uma nutricionista responsável pelo PNAE, porém, a partir de 2013 essa equipe ampliou-se para duas nutricionistas e outros funcionários que integram a parte administrativa (de compras e contratos).

A aquisição de gêneros para a elaboração da Alimentação Escolar ocorre via processo licitatório, geralmente através de Pregão Presencial, na modalidade registro de preço. Os gêneros provenientes da Agricultura Familiar são adquiridos através de processo licitatório na modalidade Chamada Pública. Segundo a nutricionista, atualmente são destinados 35% da verba do Fundo (valor maior do que determinado por lei) para aquisição de gêneros da agricultura familiar, mas, além disso, a Prefeitura complementa com recurso próprio, alcançando um custo médio, apurado no ano de 2014, de R\$0,64 por refeição servida – enquanto a média repassada pelo Fundo é de R\$0,30. O município recebe do Governo Federal R\$1,00 por aluno de creche, R\$0,50 por aluno de pré-escola, R\$0,30 por aluno do ensino fundamental e R\$0,90 por aluno do Programa Mais Educação.

De acordo com a nutricionista, a Associação tem conseguido atender a demanda das escolas municipais, com uma ampla e variada gama de alimentos e é ela a única fornecedora por meio dessa exigência da Lei 11.947 de 2009. Contudo, como a Prefeitura também realiza compras para outras unidades e Instituições Públicas Municipais, há aquisições realizadas com fornecedores da Ceasa (que trazem até Pará de Minas) e com o “sacolão” da cidade, Hortiminas. Foi relatado pela nutricionista que quando o preço solicitado pelos produtores da Associação está maior que o do varejo local, ela entra em contato com eles para negociar os valores ou compra dos sacolões. Esse conflito parece ter ocorrido mais de uma vez até o ano passado, contudo, segundo a nutricionista, eles foram superados nesse ano de 2015.

Observa-se que o fato da Prefeitura recorrer ao varejo local para comprar alimentos para as escolas é retratado de forma divergente pelos agentes. De acordo com os agricultores, falta uma maior “boa vontade” e interesse da Prefeitura em comprar mais (quantidade) da Associação, sendo mais cômodo recorrer ao varejo. No entanto, segundo a nutricionista, os preços dos gêneros da Associação, às vezes, estão mais altos que o mercado local, prejudicando assim, as contas da Prefeitura. Além disso, houve uma denúncia à Prefeitura, de que os agricultores estavam comprando produtos na Ceasa para complementar os pedidos da merenda escolar, ou seja, para darem conta de atender toda a demanda das escolas. Esse procedimento não é permitido pelo PNAE, segundo a nutricionista. Contrapondo-se a isso, é interessante mencionar mais uma vez aqui, que alguns dos agricultores entrevistados que participam da chamada da merenda escolar, também vendem seus produtos na Ceasa. Ou seja, aqueles produtos que eles estão buscando na Ceasa para atender aos pedidos da merenda não devem ser os mesmos que eles produzem, ou eles não estão conseguindo produzir no tempo necessário da demanda da escola. Além disso, pode ser que os produtos já foram vendidos em outros canais quando sai a chamada pública da Prefeitura.

Retira-se dessa divergência uma hipótese de que falta nessa relação uma organização entre oferta e demanda, na qual os agricultores consigam produzir os gêneros necessários ao consumo escolar em quantidade e variedade suficiente, assim como um compromisso da Prefeitura em comprar aquilo que foi acordado e no preço mais justo. É claro que essa dinâmica não possa ser muito facilmente equilibrada, pois o tempo de produção nem sempre corresponde ao tempo do consumo. A nutricionista chegou a mencionar que já demandou dos agricultores uma organização maior da quantidade produzida para abastecimento das escolas. Mas como sabemos também por essa pesquisa (e será melhor analisado no terceiro capítulo), os agricultores familiares têm dificuldades na gestão financeira de seu processo de produção e comercialização, não sabendo muitas vezes, relatar as quantidades com precisão. Sem falar que a natureza não responde a cálculos matemáticos precisos, variando mesmo as quantidades produzidas e colhidas em cada safra. Outra observação que se tira a partir desse conflito é que a decisão quanto ao preço dos produtos, segundo os agricultores, leva em conta o custo do frete, pois é a Associação que leva os alimentos nas escolas, tendo a Prefeitura assim, uma economia nos custos da logística do atendimento. Esse cálculo então, precisa ser melhor esclarecido e discutido a fim de se chegar a um consenso sobre os preços dos produtos.

Acredita-se que esse conflito possa ser solucionado com um estreitamento da relação entre Prefeitura e Associação, o que parece já estar sendo feito, segundo relatos da nutricionista. Ainda, precisaria haver uma organização maior por parte dos agricultores da Associação a fim de atender toda a demanda das escolas no intuito de não ser preciso recorrerem à Ceasa, ou à Prefeitura ou ao varejo local.

Mencionou-se também pela nutricionista que havia sido articulada uma iniciativa de realizar a compra de leite para as escolas municipais por parte da Prefeitura. Para atender às exigências do PNAE, o leite precisaria ser comercializado por uma DAP jurídica, ou seja, precisaria ser comprado de uma unidade que beneficiasse o leite. Dessa forma, a Cooperá foi procurada para ser, então, o intermediador do produtor com a Prefeitura. Contudo, para conseguirem uma DAP jurídica era necessária uma porcentagem de produtores associados que tivessem a DAP pessoa física. Segundo a nutricionista, a compra do leite não foi realizada ainda em função dessa dificuldade em articular e juntar produtores associados com DAP em número suficiente. Acredita-se que esses e outros avanços no PNAE vão acontecer com uma maior articulação entre os agentes, mas podem ser impulsionados por um interesse despertado entre os produtores.

Em uma primeira conversa realizada com os agricultores da feira, foi mencionada por eles a dificuldade de vender seus produtos para supermercados e “sacolões”, devido à sua baixa quantidade de produção e ao preço pago por esse varejo não ser compensador; a feira se torna então, a única opção de comercialização desses agricultores familiares. Muitos feirantes mencionaram o desejo de aumento da feira em quantidade de consumidores e amplitude de comercializações (com mais barracas e mercadorias). Em função da comercialização pelos supermercados e “sacolões” ser *tão forte* (palavras de um dos feirantes e do funcionário da Emater), muitos consumidores nem conhecem a feira. Um conflito percebido em relação à feira é a expressiva influência dos “sacolões” em inibir o crescimento da mesma. Enquanto eu realizava as entrevistas, encontrei um dos proprietários de um “sacolão” na feira observando as barracas, mas sem comprar nada.

Em informações coletadas no Museu Histórico de Pará de Minas, soube-se que a feira já teve maior visibilidade e maior número de integrantes, na década de 1990, situada naquela época, em frente ao Sindicato Rural. Com a diminuição do número de feirantes e de consumidores,

em função da concorrência com os “sacolões”, e com a mudança de local (segundo relato de feirantes), passando hoje para a Praça Simão da Cunha, a feira perdeu importância. Mas com o projeto da Emater de expansão da feira, reinaugurada dia 06 de junho de 2014, com barracas padronizadas e mais integrantes, era esperado pelos membros da feira recuperar sua clientela.

Logo, observa-se que os agricultores familiares do município em questão, inserem-se na vasta diversidade de classificações utilizadas por Carneiro (1999). Em Pará de Minas existem aqueles agricultores com pequena produção que vendem na feira e direto ao consumidor; dentre esses e muitos outros consomem os alimentos que produzem também para sua subsistência. Há também agricultores que acessam os mercados institucionais, sendo que alguns desses e outros (fora da Associação) precisam também comercializar na Central de Abastecimento mais próxima (ou até em outras mais distantes). Há produtores inseridos na cadeia da indústria alimentar do frango, do suíno e do leite, este último através de cooperativas ou diretamente com laticínios da cidade e da região. Há também produções mistas de horticultura com criação de animais. Alguns produtores têm relação mais dinâmica com os mercados, pois estabeleceram uma rede de contatos, já outros ficam à mercê dos compradores.

Ainda não mencionada, a participação do Governo Municipal tanto no incentivo à feira, com suprimento de infraestrutura, apoio informacional e divulgação, quanto nos trâmites da efetivação do Programa Nacional de Alimentação Escolar e na relação com a Associação, se mostraria de grande valor, embora ainda não seja satisfatória, pois não tem conseguido sanar os conflitos. O que se verificou foi a atuação da Emater nesses mercados, tanto na interlocução dos agricultores com a ASSPROF para acesso à Merenda escolar, como no projeto de ampliação e revitalização da feira. Pelas informações coletadas, a Prefeitura Municipal, ao longo de alguns anos, tem tido pouca atuação na amenização ou extinção de conflitos ou na facilitação da inserção dos agricultores familiares em outros mercados, como no varejo local. Essas questões serão melhor discutidas no terceiro capítulo.

Outra questão importante é quanto à função das cooperativas no apoio à inserção dos mesmos nesses mercados. O que se percebeu ao longo da pesquisa foi que nas instâncias de decisão das cooperativas, grandes produtores foram tomando o lugar dos pequenos, de forma a transformar o caráter dessas cooperativas (exs. Coopará e Cogran), em simples empresas, nas

quais os produtores só participam mandando seus produtos, enfraquecendo a autonomia e a participação dos mesmos. Isso pode ser confirmado pelas falas dos entrevistados ao não mencionarem serem membros das Cooperativas, embora mandem seus produtos para elas. Além dos agricultores, outros entrevistados também afirmaram que os “grandes produtores” têm maior poder de decisão nas Cooperativas ou Granjas.

Esse primeiro capítulo possibilitou, em síntese, mostrar a realidade vivida pelos agricultores familiares em Pará de Minas quanto ao processo de comercialização de seus produtos. Identificou-se a existência de uma permanente produção de alimentos (principalmente de leite, derivados e hortícolas), embora decrescente em número de estabelecimentos produtores. Objetivou-se aqui caracterizar melhor o município, seus aspectos sociais e populacionais; a economia agrícola, suas atividades e seu peso na geração de emprego e renda; e a agricultura familiar, sua estrutura fundiária e produção. Percebeu-se que a produção agrícola tem uma importância significativa na economia local, embora a população rural esteja diminuindo, tem crescido o número de agricultores interessados em participar do PNAE e da feira municipal, o que demonstra a resistência de alguns com a atividade agrícola. Ao mesmo tempo, embora o sistema de integração apresente aspectos negativos aos produtores, a criação de frango tem se mantido. Salienta-se que são permanentes as dificuldades enfrentadas com o acesso ao varejo local, na articulação política para o funcionamento do PNAE e com a presença dos atravessadores para a comercialização na Ceasa.

Dessa forma, este capítulo trouxe elementos sobre a problemática da inserção mercantil dos agricultores familiares de Pará de Minas para, no próximo capítulo, discutirmos as noções de mercado, apresentando as particularidades de cada um e as transformações que ele vem sofrendo e impelindo à agricultura familiar, a fim de melhor compreender a realidade vivenciada em campo.

CAPÍTULO II. Mercados agrícolas e agricultura familiar

A agricultura familiar apresenta particularidades, em comparação à agricultura patronal, na relação de trabalho, na valorização de aspectos culturais e simbólicos na produção de alimentos, e na sustentabilidade na relação com os recursos naturais. Nela, é o núcleo familiar que referencia as relações sociais travadas pelos membros da família de agricultores dentro ou fora dos limites de uma unidade produtiva e doméstica. Ou seja, é a família a responsável pela organização técnica da produção, execução das atividades e destino da produção (Carneiro, 2008). Não se trata aqui de uma agricultura capitalista ou não, que emprega força de trabalho externa à família, de produção em pequena ou grande escala, mas sim do entrelaçamento entre os domínios do parentesco e do trabalho. Contudo, além das relações de parentesco, é importante vislumbrar os valores que orientam os indivíduos em suas ações, como por exemplo, no processo de comercialização de seus produtos.

Acredita-se que a agricultura de base familiar seria o lócus para a promoção da equidade e inclusão social, concomitante a uma maior e mais diversificada oferta de alimentos produzidos de forma sustentável (Maluf, 2004). A família rural, considerada como unidade social e não só produtiva, desempenha um papel de manutenção da diversidade cultural e ambiental das áreas rurais. Assim, o ator principal desse trabalho é o agricultor familiar, considerando sua variedade de formas (capitalistas ou não-capitalistas) no universo dos estudados nessa pesquisa.

Tendo em conta os aspectos mencionados acima, serão abordadas nesse segundo capítulo, as características e particularidades da agricultura familiar e de cada tipo de mercado agrícola dos quais participam os agricultores estudados em Pará de Minas. A convivência de velhos e novos mercados e os desafios impostos pelas novas exigências do processo de modernização agrícola serão discutidos com o intuito de melhor analisar a realidade vislumbrada em campo. Em seguida, tratarei das relações sociais imbricadas nos mercados, utilizando os preceitos da Nova Sociologia Econômica, ressaltando os valores embutidos na adoção de estratégias dos diversos agricultores familiares na inserção mercantil e a atuação dos demais agentes envolvidos nesse processo.

Foram apresentados também, ao longo dessa discussão teórica, alguns exemplos (e seus fatores) de sucesso na inserção mercantil de agricultores familiares, a fim de subsidiar a

proposição de ações de fortalecimento ou criação de programas ou projetos em Pará de Minas que caminhem nessa direção. Ênfase que os casos apresentados também enfrentaram e ou enfrentam dificuldades em sua operacionalização e continuação, mas podem iluminar aspectos quanto a adversidades mais ou menos difíceis de lidar.

2.1 Agricultura familiar: tipos de análise

Encontram-se, na literatura acadêmica sobre agricultura familiar, diversas tipologias para análise. Essas classificações são definidas em ambientes de disputa político-ideológico numa tentativa de interpretar a empiria (Carneiro, 1999 e Schneider e Niederle, 2008). Dessa forma, a interpretação da realidade pressupõe uma escolha teórica que permite realizar classificações. Como não há uma teoria verdadeira, a escolha dessas tipologias corresponde à priorização de certos aspectos em detrimento de outros, em uma diversidade de formas nas quais se enquadra a agricultura familiar.

Esse tópico pretende trazer algumas dessas tipologias que atualmente estão sendo utilizadas para interpretar a realidade dos agricultores familiares, a fim de auxiliar na compreensão de quem são os atores entrevistados nessa pesquisa. O que tem sido comumente visto no universo da produção acadêmica sobre o mundo rural, nos conceitos de camponês e agricultor familiar é que, em ambos, trabalho, produção e família formam um conjunto unificado e sistêmico, criando condições materiais que garantam sua reprodução enquanto grupo social. Os diferentes enfoques teóricos priorizam ora aspectos econômicos, na relação entre unidades familiares e fatores de produção; ora aspectos culturais, políticos e identitários que caracterizam os grupos familiares (Schneider e Niederle, 2008).

Para Schneider e Niederle (2008) é necessário distinguir camponeses e agricultores familiares, mostrando que suas características são análogas:

“Embora tenha semelhanças entre si, como a propriedade de um pequeno lote de terra, o uso predominante do trabalho da família na execução das tarefas produtivas, o acesso à terra mediante herança, a manutenção dos vínculos sociais assentados em relações de parentesco, entre outras; o traço fundamental que distingue os agricultores familiares dos camponeses assenta-se no caráter dos vínculos mercantis e das relações sociais que se estabelecem à medida que se intensifica e se torna mais

complexa a sua inserção na divisão social do trabalho. Ou seja, é o maior envolvimento social, econômico e mercantil que torna o agricultor familiar, ao mesmo tempo, mais integrado e mais dependente em relação à sociedade que o engloba (Schneider e Niederle, 2008, p. 994).”

Assim, para esses autores, a análise das situações deve procurar identificar como se dá essa diferenciação, mediante manutenção de algumas características e superação de outras (Schneider e Niederle, 2008). Para eles, é principalmente a submissão do sistema produtivo às pressões sociais e econômicas externas que transforma e compromete os aspectos originais da agricultura familiar. Essas mudanças afetam a sociabilidade e a cultura dos atores, alterando seus modos de vida.

Por outro lado, segundo Carneiro (1999), a complexidade das transformações no mundo rural brasileiro se traduz em uma heterogeneidade de formas de organização social e da produção que só pode ser compreendida se a análise for orientada para as relações entre os agentes sociais na dinâmica de reprodução social. O foco passa a ser a unidade familiar, considerando sua estrutura pluriativa:

“Falar em agricultura familiar pluriativa requer ainda incorporar a complexidade das relações sociais que definem e redefinem a família. Nesta perspectiva, toma-se necessário redefinir também o universo de observação, privilegiando-se a família, como unidade social, e não apenas como unidade de produção como normalmente tem sido considerada quando o assunto é a agricultura familiar.” (Carneiro, 1999, p. 3)

Para a autora, o núcleo familiar não deve ser considerado como de caráter rígido, mas sim capaz de criar e reproduzir valores, ou mesmo individualizar-se, negando, rompendo ou recriando valores no espaço de negociação e tensões. Ou seja, sua análise deve ser dinâmica, sem classificações fechadas, considerando o núcleo familiar na organização social, com autonomia na formulação de estratégias reprodutivas (Carneiro, 1999). Entender que a família tem autonomia para formular estratégias, de forma a se adaptar às condições econômicas e sociais nos ajuda a entender suas diversas formas de lidar com os mercados.

Como salientado por Carneiro (1999), a adoção às práticas pluriativas também é uma estratégia familiar frente às mudanças. No que se refere à pesquisa desenvolvida nessa dissertação, observou-se que algumas atividades que a bibliografia considera no âmbito da

decisão familiar não são ainda estratégias adotadas pelos agricultores familiares entrevistados, pois não foi identificado no trabalho de campo experiências como turismo rural, artesanato ou outras formas de valorização do espaço rural. Consideramos então esse conceito aqui para podermos melhor avaliar as outras estratégias adotadas pelos agricultores e propor que atividades como essas (turismo e artesanato) também possam ser apropriadas pelos agentes para garantir outras formas de renda. O que se verificou mais entre os entrevistados são atividades resultantes de uma influência da dinâmica urbana de Pará de Minas nos últimos anos, como por exemplo, o forte crescimento do setor de comércio e serviços. No entanto, há de se mencionar pequenas iniciativas de beneficiamento, como o queijo e os doces a base de frutas.

As análises sobre o mundo rural têm privilegiado como observação a unidade produtiva, concentrando-se, muitas vezes, na relação produtor e mercado e nas respostas desse às exigências do segundo, classificando-os conforme maiores e menores graus de absorção de tecnologias modernas. Como redução aos aspectos econômicos, surgem tipologias como agricultor de subsistência versus agricultor integrado ao mercado ou “capitalista”. Contudo, para Carneiro (1999), não existe hoje no país, camponês ou agricultor familiar que não esteja vinculado de alguma forma, ao mercado, pois mesmo sua produção de subsistência e consumo familiar são parcialmente mercantilizados. Para Carneiro (1999):

“a relação com o mercado não pode, portanto, servir de critério classificatório, a não ser em termos relacionais onde a natureza do vínculo com o mercado pode oferecer informações sobre o tipo de estratégia das famílias no que diz respeito à atividade agrícola.” (Carneiro, 1999, p. 7)

Assim, a fim de subsidiar a compreensão de suas tipologias sobre a agricultura familiar, Carneiro (1999) levanta algumas premissas: 1) os agricultores não constituem um grupo social homogêneo, representam uma diversidade social de acordo com as diferentes condições de produção a que são submetidos, como: tamanho da propriedade, emprego de técnicas agrícolas, acesso a créditos, capital cultural e social disponível e relação com o mercado; 2) agricultura familiar não significa trabalho familiar, ou seja, a família é responsável pela definição de estratégias, isso não significa que não exista autonomização dos membros da família em relação ao mercado de trabalho; 3) a exploração agrícola familiar pressupõe uma unidade de produção onde propriedade e trabalho estão ligados à família, mas isso não se

traduz no fato de que a composição do grupo de trabalho corresponda à composição do grupo familiar; 4) a agricultura pode ser somente um componente da economia familiar, ainda que as estruturas da produção estejam ligadas ao núcleo familiar; 5) o recurso às práticas não-agrícolas não significa individualização da força de trabalho necessariamente, mas pode apontar para o resgate de laços de solidariedade intrafamiliares na combinação do trabalho individual com os interesses coletivos da família; 6) o trabalho familiar não deve ser reduzido à mão-de-obra exclusiva da família, pois a contratação de trabalho assalariado externo e o assalariamento de membros da unidade familiar fora do estabelecimento, não são suficientes para se afirmar a decomposição do caráter familiar da unidade de produção; 7) o caráter conceitual familiar exige que pelo menos um membro da família combine a função de administrador e trabalhador na produção; 8) o trabalho extra agrícola pode desempenhar mais de uma função, de acordo com a lógica da reprodução da família, podendo indicar uma complementação à exploração agrícola, ou uma secundarização da mesma; e 9) não se pode restringir a compreensão da situação da unidade familiar à dinâmica econômica (produtividade, rentabilidade, etc).

Assim, isso posto, compreende-se que a família é o núcleo responsável pela definição das estratégias, mesmo não estando toda a família ocupada na atividade agrícola principal. Contudo, ainda pode haver autonomização de um membro em relação ao mercado de trabalho, ou mesmo quanto a um dos processos envolvidos na mercantilização da produção (como a escolha quanto ao mercado acessado e à forma de comercialização). Essas premissas não abarcam a tomada de decisões no interior do núcleo familiar, a fim de melhor diagnosticar se a decisão é equilibrada entre seus membros. Como no trabalho de campo dessa pesquisa, constatou-se que a atividade agrícola é a principal geradora de renda da família e que em quase todos os estabelecimentos nenhum membro trabalhava fora. Porém, internamente ao núcleo familiar, não se pôde identificar o equilíbrio de forças na tomada de decisões entre, por exemplo, marido, esposa e filho (a).

Acredita-se que essa forma de abordar a agricultura familiar seja mais condizente com as características dos agricultores estudados nessa pesquisa. Embora o foco do trabalho seja a relação dos agricultores com os mercados, não há uma intenção de classificá-los conforme sua maior ou menor capitalização ou o emprego de técnicas modernas. Mas sim, entender como essa relação com o mercado implica na adoção de estratégias para sua reprodução social e

econômica. Pelo que foi visto em campo, essas características supracitadas como: variações no tamanho do estabelecimento, no emprego de tecnologia, no acesso ao crédito e na dotação de capital social estão presentes nos agricultores entrevistados, reafirmando a diversidade de formas e tipologias da agricultura familiar. Também foi verificado que pelo menos um membro da família era o administrador e trabalhador na produção, mas algumas unidades contavam com uma mão-de-obra externa. Na maioria dos casos, propriedade e trabalho estavam ligados à família.

A partir dessas características então, Carneiro (1999) pontua que existe uma agricultura pluriativa que abarca uma grande variedade de outras atividades como: ocupação no comércio, prestação de serviços diversos, turismo, manufaturas, artesanatos, transformações agroindustriais, etc.; e que o apelo a essas atividades não significaria unicamente uma alternativa à queda de rendimentos familiares ou à individualização do processo produtivo. Nem sempre as estratégias familiares são formuladas visando a atender determinações econômicas. Mas as atividades agrícolas permanecem frente à busca por outras atividades não agrícolas, em função também da valorização cultural do patrimônio territorial. Embora todas essas atividades possam fazer parte da estratégia familiar de garantia de sua reprodução social e econômica enquanto forma social de organização, algumas podem refletir mais uma influência da dinâmica urbana do município do que valorização do espaço e meio de vida rural, o que parece ser o caso dos agricultores estudados nessa pesquisa.

Alguns dos agricultores entrevistados mencionaram que quem trabalha na atividade agrícola ou é ele e a esposa, ou ele e o filho, sendo que alguns membros da família trabalhavam fora (comércio na cidade ou trabalho doméstico), sendo acionados em caso de serviços esporádicos, como na plantação ou na colheita. Embora a renda seja majoritariamente da atividade agrícola, percebeu-se no trabalho de campo, que as atividades não agrícolas, realizadas por alguns membros de poucas famílias, serviam como complementação de renda ou sustento daquele indivíduo em particular.

Como o objetivo aqui não é classificar os agricultores, mas sim conhecer e compreender sua vasta diversidade de tipologias que implicam numa heterogeneidade de formas de acesso aos mercados, não se restringirá a compreensão da unidade familiar à dinâmica econômica. Ou seja, como se o agricultor só decidisse suas escolhas respondendo às exigências econômicas

dos mercados. Há uma multiplicidade de relações sociais estabelecidas entre os agentes para sua inserção mercantil, na quais imperam valores simbólicos, culturais e sociais.

2.2 Velhos e novos mercados

Após a crise dos anos 1980 e o fracasso do modelo de substituição das importações, os países da América Latina passaram a adotar algumas medidas, pressionados pelos organismos estrangeiros de financiamento, como: o alinhamento com a Organização Mundial do Comércio e a adoção do crescimento por via das exportações (Wilkinson, 2003). Isso culminou na retirada do controle de preços pelo governo, no desmantelamento de serviços de extensão e eliminação de políticas setoriais. Tais medidas, associadas ao aumento das importações e a menor proteção tarifária, fragilizou fortemente a participação dos pequenos produtores e suas organizações tradicionais nos mercados. Isso se agravou ainda mais com a manutenção dos subsídios dos EUA e dos países europeus às exportações. Como resultado desse cenário, acentuou-se a pressão por eficiência econômica das unidades de produção familiar, com a redução de custos de produção e a constante introdução de inovações tecnológicas (Oliveira e Mello, 2006).

A onda de transnacionalização da economia, associada ao aumento de investimentos estrangeiros com a instalação de indústrias e aquisição de firmas, atingem todo o sistema agroalimentar, gerando um aumento no ambiente concorrencial, exigindo maiores níveis de eficiência, com modernizações e inovações tecnológicas. Dessa forma, a busca por eficiência econômica, gera a necessidade de especialização produtiva contínua, e assim de redução permanente na diversidade dos sistemas de produção da agricultura familiar (Oliveira e Mello, 2006).

Nesse contexto de modernização e industrialização da agricultura ocorreram mudanças na regulação, organização e nas formas de acesso aos mercados agrícolas tradicionais da agricultura familiar. Esse novo ambiente concorrencial estimulou a adoção de novas economias de escala (como as cadeias de aves, suínos e leite) prejudicando pequenos produtores que não conseguiram se inserir nesses novos mercados. Devido às exigências dos mercados mais especializados, como o de *commodities*, a agricultura familiar, além de perder competitividade, perde também elementos da sua diversidade, fundamentais para sua reprodução social.

Paralelamente, surgem alternativas de mercados, como os de nichos específicos (orgânicos, artesanais, solidários e de tradição associada a territórios ou parentesco), oferecendo novas oportunidades para inserção da agricultura familiar (Wilkinson, 2008). Contudo, esses mercados especializados também podem possuir exigências tecnológicas e mercadológicas que se configuram como barreiras aos agricultores mais tradicionais. Sendo necessária, assim, a adoção de formas adequadas de apoio e a existência de mecanismos compensatórios das desvantagens dos pequenos empreendimentos no acesso aos recursos e na concorrência com os agentes econômicos de grande porte (Maluf, 2004).

Além disso, a agricultura familiar pode ser uma alternativa à intensa utilização de insumos químicos e da especialização dos processos produtivos, caminhando na direção de uma desintensificação da agricultura (Wilkinson, 2008). A atividade agrícola continua sendo a principal fonte de reprodução social e econômica das famílias rurais com a produção de alimentos para o autoconsumo e a geração de renda monetária (Maluf, 2004), como identificado no trabalho de campo em Pará de Minas. No entanto, surgem também outras formas de geração de renda com valorização do espaço rural não-agrícola, configurando-se como uma complementação à produção de alimentos.

Para Wilkinson (2008) esses novos mercados que também exigem patamares de qualidade, implicam novas relações de poder. Assim, os agricultores familiares precisarão adotar estratégias para se capacitarem e fortalecerem, da mesma forma, montarem Associações ou Cooperativas para auxiliar esse processo. Ao mesmo tempo, a partir da construção de redes sociais mais extensas, devem fortalecer marcas e realizar certificações dos seus produtos para negociar a transição de mercados locais e/ou informais, para mercados maiores.

Dessa forma, Wilkinson (2008) identifica quatro formas tradicionais de acesso aos mercados, que vão paulatinamente sofrendo modificações, como: acesso direto (mercado local, informal); intermediação via atravessador; integração com a agroindústria e compras por parte do poder público.

“Hoje o acesso ao mercado local passa por uma maior fiscalização e pela necessidade da legalização com base em inspeção oficial. O atravessador continua, mas é certamente substituído pelo supermercado com exigências maiores em termos de classificação e logística. A agroindústria, por sua vez, exige patamares mais altos de qualidade e volume. Às compras do Governo Federal acrescentam-se licitações para atender

mercados públicos locais, com destaque para a merenda escolar. Assim, supermercados, poder local, ONGs e associações de consumidores são os novos intermediários estratégicos para a agricultura familiar” (Wilkinson, 2008).

Assim, o autor acredita que a redescoberta do mercado local e informal e seus aspectos relacionados, podem ser cruciais para avançar na capacidade de reinserir a produção familiar nos mercados (Oliveira e Mello, 2006). Acredita-se que o mercado local e informal, ao serem transformados e revalorizados pelos próprios agricultores familiares podem evitar a ocorrência de antigos problemas, como acontece em Pará de Minas, como baixos preços e queda na venda em função das mudanças nos hábitos de consumo.

A inserção da agricultura familiar nos mercados agroalimentares requer uma ótica de construção de mercados (Maluf, 2004), ou seja, construção do próprio valor dos produtos, as relações que se estabelecem entre os agentes envolvidos e a instituição de formas associativas na produção e distribuição dos produtos. Além disso, a construção de mercados não envolve somente o produto em si, mas também a abordagem espacial-territorial que considere a unidade familiar e seu ambiente. O aspecto espacial permite aproximar produtor – consumidor, cujas vantagens estariam não só no custo de transporte, como na qualidade e confiabilidade dos produtos. Essa proximidade também implicaria em vantagens de aglomeração, sendo que pequenos agricultores próximos e organizados podem dar origem à geração e difusão de inovações, ganhos de escala e qualificações, pois requer a existência de relações horizontais de cooperação, reciprocidade e ação coletiva (IDEM).

Para Maluf (2004), os agricultores familiares podem estabelecer, ao mesmo tempo, mais de um vínculo com o mercado, seja ele integrado às cadeias nacionais e internacionais ou com os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos. As cadeias integradas seriam: as cooperativas de grande porte, as corporações agroindustriais, a indústria alimentar, a intermediação mercantil e as redes de supermercados. Os circuitos regionais de produção se dariam no interior do país ou no entorno dos núcleos urbanos de pequena e média dimensões, quais sejam: cooperativas ou associações de pequeno porte e empreendimentos urbanos industriais e comerciais, como pequena indústria alimentar, pequenos supermercados, varejo tradicional, comércio especializado de alimentos e de refeições prontas (armazéns, empórios, quitandas, etc.) e equipamentos de abastecimento (feiras livres, varejões, “sacolões”, etc.). Está incluída ainda nos circuitos regionais, a venda direta produtor – consumidor (IDEM).

Os principais produtos agrícolas presentes nas cadeias integradas seriam, segundo o mesmo autor:

“grãos (soja e milho) destinados à exportação ou à agroindústria (óleos e rações); o trigo destinado à indústria de massas e à panificação; os animais destinados à agroindústria de carnes; o leite destinado aos laticínios; as frutas para consumo in natura ou para produção de sucos, doces e conservas” (Maluf, 2004, p. 307).

Parte desses produtos é também comercializada pelo varejo tradicional de pequeno porte, mas nos circuitos regionais transitam principalmente: as carnes diferenciadas (como a galinha caipira), embutidos, farinhas (mandioca, milho, trigo colonial, etc.), queijos e requeijões, frutas (frescas ou em polpa), hortaliças, pescados frescos, conservas e doces em geral, condimentos, etc. Segundo Maluf (2004) esses produtos podem ser expressões da diversidade da agricultura familiar por serem de cultivo tradicional de uma região, refletirem hábitos de consumo peculiares e guardarem relação com uma dada base de recursos naturais.

Sendo objeto de construção, os circuitos regionais são passíveis de controle por parte de agentes econômicos privados que se dediquem a organizá-los, nem sempre sendo benéfico aos agricultores familiares e aos consumidores. Por isso, cabe ao governo local implementar ações públicas visando promover a produção e o consumo de alimentos de qualidade a preços acessíveis e apoiando os agricultores familiares e suas entidades representativas (Maluf, 2004).

Os mercados agrícolas diretos, que preconizam a aproximação entre produtores e consumidores, têm sido vistos como contraponto aos sistemas de produção em larga escala, de mercados anônimos e impessoais. No entanto, como Schmitt (2011) salienta, essas iniciativas não são recentes. Para a autora:

“Em diferentes lugares, a capacidade de resistência dos mercados locais e das práticas de produção para o autoconsumo não está necessariamente ligada a um repertório político de contestação ao processo de modernização da agricultura, mas sim a laços fortemente enraizados na cultura, nos gostos e no modo de vida das populações urbanas e rurais. Tais laços figuram, inclusive, como componente-chave em um conjunto mais amplo de estratégias de reprodução econômica e social de famílias rurais, urbanas e periurbanas” (Schmitt, 2011, p. 1).

Pode-se dizer que a agricultura dependente de combustíveis fósseis e de agroquímicos, assim como o aumento da demanda e a especialização dos produtos contribuíram para o aumento da separação entre produtor e consumidor. Esse uso intensivo na agricultura desencadeou questões como a insustentabilidade do sistema agroalimentar e o aumento da contaminação dos alimentos. Segundo Schmitt (2011), os mercados podem ter o papel de reorientação dos fluxos de energia e materiais que implicam em formas mais equitativas de apropriação e distribuição da riqueza gerada pelo setor agroalimentar. Novos formatos de produção, processamento e consumo de alimentos, ou seja, a construção de novos mercados, onde o ator principal é o agricultor familiar, implicará em arranjos institucionais e instrumentos de política pública para viabilizá-los (Schmitt, 2011).

A comercialização direta entre produtor e consumidor, para Ribeiro *et al* (2003) pode ser apontada como uma das alternativas que melhor remunera os custos e viabiliza a agricultura familiar. Para o autor, as feiras livres seriam o *locus* ideal:

“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” (Ribeiro *et al.*, 2003, p. 3 *apud* Sacco, 2013).

As feiras, segundo Sacco (2013), sobreviveram em função do protagonismo simbólico e cultural, que vão além dos aspectos econômicos. Além disso, possibilitam geração de ocupação e renda para as famílias produtoras e maior controle sobre a procedência e a qualidade dos produtos, assim como a permanência das famílias naquele espaço (Sacco, 2013). O próximo item é um exemplo de casos de feiras que foram potencializadas em função de sistemas de certificação dos produtos, valorizando assim os produtos oriundos da agricultura familiar. Esse exemplo faz parte da tentativa de extrair caminhos potenciais para o caso de Pará de Minas.

2.2.1 A certificação como valorização do pequeno varejo

A certificação tem sido uma estratégia adotada pelos agricultores familiares para a valorização e manutenção das feiras ou mesmo da compra direta através de lojas especializadas. O processo de certificação agroecológica das experiências da Cooperagrepa

em Terra Nova – MT; das Feiras Agroecológicas da Borborema – PB; e da Rede Ecovida de Agroecologia, nos estados do Sul do Brasil (Sabourin, 2013) podem ajudar a entender melhor esse tipo de mercado.

Esses três casos se diferenciam quanto ao mercado acessado. No caso de Terra Nova, a comercialização é feita através da cooperativa de produtos agroecológicos para o mercado de exportação, nacional e regional. No caso do sul, a venda é realizada no circuito regional, supermercados e lojas especializadas. Já na Paraíba, a comercialização é realizada nas feiras. A Cooperativa de Agricultores Agroecológicos de Terra Nova tem 300 famílias produzindo guaraná, castanha, açúcar mascavo, café e mel. Eles adotaram um sistema de certificação proposto por uma empresa privada, a Ecocert Brasil, responsável pela auditoria externa e pelo controle interno, assegurando a inspeção e o conjunto de registros e documentos para cada unidade de produção. Contudo, o custo da certificação é pago pelos agricultores em parceria com o SEBRAE, uma vez que o valor pode chegar a ser alto (R\$1.000,00 por ano) dependendo do número de produtores certificados (Sabourin, 2013).

No caso da Rede Ecovida de Agroecologia, que abrange os estados de Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo, são 120 organizações de agricultores, com 23 unidades de apoio atingindo diretamente 1.500 famílias (Sabourin, 2013). O sistema de certificação adotado pela Rede foi a Certificação Participativa em Rede (CPR), baseado em conformidade social⁷. Esse processo envolve a adoção de sanções positivas, negativas e neutras, assim como reuniões com observação sistêmica que não recobrem um perfil tecnológico; as exigências de conformidade se referem às condições e fatores sociais de sua implementação; e esse sistema não depende de peritos, mas sim de técnicos e agricultores treinados em agroecologia, envolvidos diariamente com os grupos de produtores certificados. Há também visitas dos Comitês de Ética (técnicos, agricultores e consumidores) e revisão dos pares de dentro do grupo ou núcleo de certificação.

No estado da Paraíba, as feiras agroecológicas de Lagoa Seca, Campina Grande e Massaranduba foram organizadas pelo Polo Sindical da Borborema (PSB), e o preço dos alimentos não é mais caro que os convencionais, são até, mais baratos que os idênticos nos

⁷ Por conformidade social entende-se: “a alteração ou modificação do comportamento e crença de uma pessoa ou de um grupo, numa direção determinada por um grupo mais amplo.” (Ferrari apud Sabourin, p. 198, 2013) A conformidade repousa na pressão do grupo e nos “grupos de referência” como forças motivadoras. A conformidade se manifesta por variáveis interpessoais e cognitivas (Sabourin, 2013).

supermercados. O PSB levou a criar uma associação regional de agricultores agroecológicos e a estruturar o processo de certificação. Essa certificação é realizada por comissões de agricultores designadas pela associação, visitando regularmente o processo de manejo, o itinerário técnico e a natureza dos insumos utilizados (Sabourin, 2013).

“Cada agricultor pode se tornar avaliador ou avaliado. Os riscos de fraude são limitados por conta da pressão social e do interconhecimento. Mas antes de tudo, é porque o interesse primordial dos agricultores é manter uma clientela ainda frágil, e portanto, não trapacear na qualidade” (Sabourin, 2013, p. 199).

Segundo o autor, o sucesso dessas feiras é resultado de uma resposta qualificada, durável, coletiva e institucionalizada a uma demanda dos consumidores locais para produtos de qualidade e sem pesticida (Sabourin, 2013). Em uma comparação dos três tipos de certificação, o autor aponta as fragilidades e potencialidades de cada um. O caso de certificação por auditoria externa, como em Terra Nova, não faz distinção entre produtores do agronegócio e agricultores familiares, uma vez que as exigências e normas são as mesmas, independente do tamanho do estabelecimento e do produto. Esses procedimentos ISO ignoram as especificidades do local e as potencialidades das relações de cooperação. As exigências do mercado externo fazem com que as auditorias procurem um grau de excelência nas inspeções, gerando a exclusão de alguns agricultores familiares.

No caso da CPR, a certificação busca um objetivo comum de qualidade do cultivo e do processamento/embalamento, dando lugar a mecanismos de sanções e acordos estabelecidos entre os agentes, prevendo também um engajamento e compromisso dos consumidores. Tanto na Rede Ecovida, quanto nas feiras da Paraíba, a decisão de certificação é descentralizada e não há separação entre o processo de inspeção e certificação. Esse caráter possibilita o desenvolvimento de competências e conhecimento sobre as normas, controle de qualidade, gestão e contabilidade das operações por parte dos agricultores. No caso das feiras da Paraíba, embora a documentação reunida seja menor, há uma intensidade de intercâmbios orais, fazendo com que a informação mútua e a pressão social construam a reputação dos produtores. Embora os três tipos de certificação consigam reduzir a assimetria de informação e a ocorrência de fraudes, o fazem com diferenças de custos e procedimentos (Sabourin, 2013), além de gerar resultados distintos nas relações entre os envolvidos.

A maior diferença entre os sistemas de certificação está na autonomia e no aprendizado do agricultor, que no caso de Terra Nova é nulo e nos demais casos está presente, em maior grau na experiência das feiras paraibanas. O sistema de CPR seria então, para o autor, uma solução intermediária entre o sistema de reciprocidade e o de troca mercantil, pois mantém a autonomia e a construção de competências, mas permite o reconhecimento externo mediante normas para exportação. “A qualificação centrípeta ou ‘interna’ e o selo personalizado constituem uma das chaves para um desenvolvimento rural endógeno ou autocentrado que atenda às necessidades prioritárias das comunidades locais” (Sabourin, 2013).

Essas experiências de certificação são válidas para os agricultores familiares estudados nessa pesquisa, uma vez que evidencia como o processo de aprimoramento com valorização da produção, através da agroecologia, pode ser um mecanismo potencializador de comercialização para os pequenos agricultores. Os feirantes e alguns produtores que comercializam direto, fazendo entregas, assim como aqueles que comercializam nos “sacolões” e supermercados, podem conseguir melhores condições de venda se adotarem selos, e uma forma mais fácil e barata para isso pode ser por meio da Certificação Participativa. A melhor forma da feira se tornar um ponto forte de comercialização é por meio da produção orgânica ou agroecológica e do apelo local desse tipo de produto como um diferencial em Pará de Minas. Esse apelo, mesmo não vindo por iniciativa dos consumidores, pode ser impulsionado pelos próprios agricultores com ajuda dos órgãos de assistência técnica e da Prefeitura.

Além das feiras, o mecanismo de compra direta dos produtos da agricultura familiar pelo poder público também contribui positivamente para a reprodução social e econômica dos agricultores familiares gerando emprego e renda. Um dos programas federais de compra direta é o PAA – Programa de Aquisição de Alimentos, que operado por um Comitê Gestor de membros dos Ministérios do Desenvolvimento Agrário, Desenvolvimento Social e Combate a Fome e Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) realiza compras diretas dos agricultores familiares. As compras são destinadas ao atendimento de populações em situação de insegurança alimentar e nutricional e distribuição nas escolas, creches, hospitais públicos, restaurantes populares, entre outros; além da formação de estoques estratégicos. É uma das principais ações estruturantes do Programa Fome Zero e funciona como um

instrumento de política pública integrado à Estratégia de Segurança Alimentar. Instituído pela Lei 10.696 de 02 julho de 2003, tem como objetivos principais:

“a garantia de acesso aos alimentos em quantidade, qualidade e regularidade necessárias às populações em situação de insegurança alimentar e nutricional; assim como cooperar para que se formem estoques nacionais estratégicos; possibilitar aos agricultores familiares que estoquem os alimentos produzidos para comercialização futura, visando a preços mais justos e, ainda, promover a inclusão social no campo com o fortalecimento da agricultura familiar” (Guareschi, 2010, p.50).

A compra dos alimentos é realizada diretamente pela Companhia Nacional de Abastecimento – Conab, sem intermediários, sendo adquiridos e destinados na mesma região. Seu caráter de política pública está principalmente no fato de ser o Estado o responsável por garantir um mercado seguro para a agricultura familiar, ao mesmo tempo em que distribui alimentação para populações em situação de pobreza e vulnerabilidade social. Outros aspectos positivos são destacados pela Conab, como: ocupação do espaço rural garantindo a produção de alimentos; distribuição de renda, com pagamento certo e seguro, possibilitando garantia de trabalho para as famílias locais com melhoria da economia da própria região; combate à fome; valorização da cultura alimentar regional e preservação ambiental, estimulando manejos sustentáveis.

Embora se saiba da importância desse programa e dos benefícios para os agricultores familiares, sua implementação em Pará de Minas ainda está em vias de acontecer através da Secretaria Municipal de Assistência Social da Prefeitura. Segundo a nutricionista, os produtores estão sendo cadastrados para atender aos programas da Secretaria de Assistência Social e distribuição em Instituições da cidade. Para participar do programa é necessário possuir a Declaração de Aptidão ao Pronaf e para cada tipo de compra (compra direta, doação simultânea e formação de estoque) o limite disponível para cada família é de até R\$8.000 reais.

Foi relatado por uma funcionária da Emater que os valores pagos pelos produtos no PAA são mais baixo do que os praticados na cidade e no PNAE, explicando assim, porque não havia (em 2013, quando da data de sua entrevista) agricultores paraminenses nesse tipo de mercado. Também não foi mencionado por nenhum produtor entrevistado nessa pesquisa já ter vendido

seus produtos pelo PAA. Acredita-se que poderia haver o interesse por parte dos produtores em participar desse programa, contudo, podem não saber dos preços e procedimentos praticados no PAA ainda, quando da data dessa pesquisa. Pensa-se que os agricultores entrevistados podem ter maior retorno financeiro nos mercados onde estão inseridos atualmente, não sendo assim o PAA um mercado “procurado” por eles. Isso pode ser corroborado também pela fala da extensionista da Emater. Ainda, se existem outros agricultores que não foram estudados aqui, mas que enfrentam dificuldades e inseguranças nos atuais mercados em Pará de Minas acredita-se que o PAA pode ser importante para a inserção mercantil destes. Ou mesmo cumprir o papel de um complemento de mercado para aqueles inseridos no PNAE, no varejo local ou na Ceasa.

Outro mecanismo de compra direta, assim como o PAA também conhecido como mercado institucional, é o Programa Nacional de Alimentação Escolar. O PNAE passou a comprar produtos da agricultura familiar somente após a promulgação do PAA, sendo este então o pioneiro nesse tipo de compra governamental. O PNAE consiste na transferência de recursos financeiros do Governo Federal para que estados e municípios possam adquirir gêneros alimentícios destinados à merenda escolar de alunos de escolas públicas, de creches e pré-escolas até o ensino médio, incluindo instituições de educação indígena, especial e filantrópica e quilombola.

No caso do PNAE, os recursos financeiros são transferidos para as entidades executoras (estados ou municípios) em contas correntes específicas, abertas pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), que é o responsável pelo estabelecimento de normas, assistência financeira, coordenação, acompanhamento, monitoramento, cooperação técnica e fiscalização da execução do Programa. Cabem às entidades executoras, a administração do dinheiro e o complemento financeiro destinado à melhoria do cardápio da merenda escolar (Brasil, 2006). Para a adesão ao PNAE, as entidades executoras devem instituir um Conselho de Alimentação Escolar (CAE), como órgão deliberativo, fiscalizador, e de assessoramento; adquirir os gêneros alimentícios; prestar contas; e cumprir as normas do FNDE (Brasil, 2006).

O PNAE tem como pressuposto, instituído pela Lei 11.947, de junho de 2009, que 30% da verba repassada do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação para o programa devem ser utilizados para a compra de alimentos da agricultura familiar local. A Entidade

Executora do Programa (estados ou municípios) deve respeitar um cardápio elaborado por nutricionistas capacitados, com a participação do Conselho e levando em consideração os hábitos alimentares da localidade, sua vocação agrícola e priorizando alimentos *in-natura* e semi-elaborados (Brasil, 2006). Caso o município não possua nutricionista pode pedir assistência ao estado na elaboração dos cardápios, mas este não é o caso de Pará de Minas. Em Pará de Minas, há um Conselho que atua unicamente na prestação de contas, encontrando-se poucas vezes ao ano.

Sabe-se que a gestão do dinheiro das escolas municipais é feita pela prefeitura, por meio dos setores de compras e contratos, sendo as nutricionistas da Secretaria Municipal de Educação as responsáveis pelo cardápio. No caso de Pará de Minas, os problemas mais encontrados, de acordo com os agricultores entrevistados, são em relação às exigências de qualidade, tamanho e perecibilidade dos alimentos por parte das escolas, uma vez que estas recusam produtos não maduros ou maduros de mais, de tamanhos muito variados, além de não comprarem todos os produtos regularmente, prejudicando a logística de produção e venda dos produtores. Além disso, também encontram problemas com a irregularidade da frequência do pagamento por parte da Prefeitura. Já segundo a nutricionista, a compra de mais gêneros da agricultura familiar é prejudicada em função do preço dos produtos, algumas vezes, ser maior que os “de mercado”, ou seja, do varejo.

Cabem ao debate, também, as questões quanto à consolidação da segurança alimentar nas escolas, cujo PNAE pode servir como um mecanismo de garantia dessas condições na compra de alimentos de base familiar, mais frescos e podendo ser de melhor qualidade. Maluf (2012) considera o programa como um avanço quanto à multiplicidade de atores envolvidos e à criação de um elo institucional, entre escola, ensino e agricultura familiar. Além da exigência de participação conjunta dos atores, o cardápio do programa precisa incluir frutas e hortaliças (verduras e legumes) e restringir o consumo de gorduras, açúcares e alimentos com alto teor calórico (IDEM).

2.2.2 Aprendizados sobre a valorização do PNAE como um mercado

Alguns exemplos de operacionalização do Programa Nacional de Alimentação Escolar podem auxiliar no enfrentamento de desafios que existem em Pará de Minas, para isso serão apresentados aqui alguns casos. A ONG Ação Fome Zero realiza todo ano o Prêmio Gestor

Eficiente da Merenda escolar, que tem o objetivo de premiar experiências inovadoras e eficientes de funcionamento do PNAE para servir de exemplos para outros municípios. Encontra-se em Abreu (2014) uma análise de três municípios mineiros, avaliados pela ONG Ação Fome Zero, quanto à execução do Programa, quais sejam: São Gonçalo do Rio Abaixo, Orizânia e Capitão Enéas. Tratarei aqui desses casos a fim de que também auxiliem no enfrentamento de desafios e na busca por soluções para a melhor continuidade do Programa no município de Pará de Minas. Saliento, contudo, que esses três municípios ainda encontram dificuldades no funcionamento do PNAE, dessa forma, sugestões serão discutidas para sanar outros empecilhos ainda vislumbrados.

Os três municípios pesquisados por Abreu (2014) localizam-se em diferentes áreas do Estado de Minas Gerais. São Gonçalo do Rio Abaixo se situa na região central do estado e possui uma população de 9.777 habitantes, enquanto Orizânia encontra-se na Zona da Mata com 7.284 hab. e Capitão Enéas, com 14.206 hab., localizado na região norte do estado. O primeiro município tem como atividade importante a mineração, que traz muito recursos, possibilitando a contratação mais qualificada de funcionários para a Prefeitura. Em São Gonçalo, a Emater está inativa e a compra do PNAE é feita via Associação de Agricultores. Em Orizânia, é forte a cafeicultura e a Emater é mais voltada para essa cultura. Além disso, não é atuante na compra da merenda escolar, sendo esta realizada também via Associação. Já em Capitão Enéas, cuja produção sofre com o clima semiárido, a Emater é mais atuante na compra, que é feita de forma individual.

São Gonçalo já ganhou três edições do Prêmio Gestor Eficiente e conta atualmente com duas nutricionistas que acompanham o PNAE. Além das hortícolas que a Associação do Timirim fornece para a Merenda escolar, nesse município também são compradas quitandas (bolos e biscoitos) de produtoras rurais locais para o lanche das crianças. A Secretaria de Agricultura também mantém uma horta, distribuindo alimentos para equipamentos de Assistência Social. Além de gastar 86% dos recursos do FNDE, o município ainda complementa esse recurso com verba municipal, chegando a 3,8% a mais (Abreu, 2014). Inicialmente, São Gonçalo realizava as compras no atacado ou no varejo em Belo Horizonte ou Contagem. Ao saber da Lei 11.947/09, a nutricionista técnica, responsável pela merenda, juntamente à Secretaria de Agricultura e a de Educação, entrou em contato com a Associação do Timirim, que estava

desativada, para que seus membros passassem a participar do Programa e assim, com a ajuda financeira da gestão municipal, a Associação se tornou ofertante do PNAE.

O planejamento da produção da Associação do Timirim para abastecimento da merenda escolar é feita entre a nutricionista, a secretária da Associação e os Agricultores. É negociado entre eles a oferta de produtos já produzidos e a possibilidade de produção daquilo que é necessário haver no cardápio da merenda, elaborado pela nutricionista. Aquilo que não é ofertado anualmente, como o feijão carioca, é licitado via pregão. Como não há um local para recebimento e estoque dos produtos na Associação, é o extensionista que realiza o transporte dos alimentos até as escolas (Abreu, 2014).

No município de Orizânia, os recursos são escassos, e a economia do município muito vinculada à cafeicultura. A compra da merenda escolar era feita no varejo local na última gestão, e passou a ser feita da agricultura familiar, gerando conflitos com os comerciantes da cidade. Nesse caso, a nutricionista técnica, após fazer um curso no Cecane-UFOP (Centro Colaborador em Alimentação e Nutrição Escolar), procurou o Sindicato dos Trabalhadores Rurais que organizou a criação de uma Associação para fornecer para o Programa, uma vez que a Associação de cafeicultores existente não produzia outros alimentos além do café. A articulação inicial para a documentação e organização da plantação para atendimento ao PNAE foi feita pela nutricionista em conjunto com os agricultores familiares, cujas lideranças eram as mesmas do Sindicato. Fica a cargo do Prefeito, contrabalancear a compra entre agricultores familiares e varejistas locais. Este fato pode ser problematizado, uma vez que é muito tênue a linha entre uma boa ação do Prefeito e o exercício de seu poder político (capital político) para beneficiar agricultores em detrimento de varejistas, ou vice-versa. Esse tipo de atuação precisa ser acompanhada de perto, garantindo que a Lei da Alimentação Escolar seja cumprida, sem prejuízo de produtores e alunos. Assim como em São Gonçalo, a Prefeitura de Orizânia também tem um gasto de 2,4 vezes mais que o repassado pelo FNDE. Faz parte da compra, além das hortícolas, bolos e doces (Abreu, 2014).

Em meio à escassez de água, Capitão Enéas possui 832 agricultores familiares com DAP, sendo grande parte deles composta de meeiros, um número bem maior que em Pará de Minas para um município tão menor, com menos alunos na escola para atender. Mesmo a produção familiar sendo diversificada, ela é condicionada à incidência de chuva e acesso a tecnologias

sociais de produção e irrigação. Junto ao PNAE, há também a comercialização na feira, nos “sacolões” e no PAA. Em Capitão Enéas, os funcionários da Prefeitura, envolvidos na compra da merenda escolar, são inexperientes, pois foram contratados há pouco tempo, assim, quem faz a chamada pública, informa preço, forma de pagamento e processamento dos alimentos é o extensionista da Emater. Mas é a nutricionista que entra em contato com cada agricultor individualmente para selecionar o produto e a quantidade a ser comprada. Somente este município realiza compras de carnes para a Merenda e é a própria nutricionista, auxiliada pelo extensionista, que avaliam a qualidade do produto, para posteriormente solicitar autorização da vigilância sanitária (Abreu, 2014).

A breve análise dessas três experiências demonstra como a articulação entre os atores-chave pode ser benéfica para o funcionamento do PNAE. Além disso, pesou também positivamente a participação da gestão pública municipal, tanto dos Prefeitos quanto dos técnicos (nutricionista, tesoureiro e demais envolvidos). As nutricionistas, em especial, apresentaram uma atuação efetiva para a execução do Programa, articulando e apoiando os agricultores familiares. Assim como o fez a Emater. Cabe frisar a participação de duas nutricionistas nos Cursos do Cecane na UFOP, uma vez que a capacitação pode trazer significativos benefícios à atuação dos servidores públicos, como conhecimento sobre normas e regras do Programa e troca de experiências com nutricionistas de outros municípios (Abreu, 2014). A organização coletiva e a mobilização das Associações também foi um fator importante. Observa-se, por outro lado, que a atuação do Conselho da merenda escolar é muito ínfima, restrita unicamente à avaliação da prestação de contas, realizada pela própria Prefeitura nesses casos, como também o é em Pará de Minas. Observou-se que também há uma orientação das nutricionistas em articular com os agricultores a organização dos produtos a serem plantados para atender a demanda das escolas.

De acordo com a autora Abreu (2014), esses agricultores familiares participantes do PNAE nos três municípios podem ser considerados mais estruturados em relação a outros mais frágeis, pois comercializam conjuntamente em outros canais, como é o caso dos entrevistados em Pará de Minas que participam do PNAE. Eles também aparentam possuir maior capacidade produtiva (Abreu, 2014). Uma vez que são os agricultores mais estruturados que tem condição de participar do Programa, isso pode significar a exclusão de agricultores mais necessitados e carentes desse tipo de mercado.

Foram apontados, por fim, pela autora, alguns pontos que sinalizam para a melhor execução do Programa: a) complementação municipal dos recursos repassados pelo FNDE; b) experiência e capacidade técnica da burocracia municipal; c) apoio municipal com transporte e estoque; d) engajamento da nutricionista; e) atores-chave no processo de operacionalização da compra orientada; f) ações de desenvolvimento rural; g) presença e atuação de organizações e instituições ligadas à AF; e h) apoio político aos agricultores familiares e demais fornecedores (Abreu, 2014). Acredito que esses pontos podem auxiliar mais o poder público municipal de Pará de Minas a investir na melhoria do funcionamento do Programa no município, principalmente na articulação com os agricultores.

No caso de Pará de Minas, segundo a nutricionista, as merendeiras e alguns dos funcionários envolvidos já foram capacitados para uma gestão mais eficiente, com menos desperdício, a fim de reduzir os custos com a merenda escolar. Ainda segundo ela, a Prefeitura também complementa o recurso repassado pelo Fundo, utilizando 35% da verba para compras da AF. Também é sabido que há tentativas da nutricionista da Prefeitura em organizar a produção juntos aos agricultores para atender à demanda das escolas, contudo, alguns conflitos ainda persistem como relatados no capítulo anterior.

Apesar dos benefícios descritos acima presentes no tipo de comercialização direta, como em feiras ou mercados institucionais, sabe-se que alguns agricultores familiares não estão inseridos unicamente nesses mercados. As Centrais de Abastecimento ainda se configuram como um destino significativo da produção agrícola desses produtores. Segundo Cunha (2010), as Centrais de Abastecimento são “espaços multidimensionais de trocas, de relações sociais e de tradições comerciais e culturais” (Cunha, 2010, p. 25). Para o autor, esse mercado também envolve mecanismos de confiança e pode ser vantajoso para os agricultores, porque possibilita maior aproximação com o mercado e motivação para melhorar a qualidade dos produtos. Também permite facilidades para operações financeiras, possibilita redução dos custos de comercialização e aumento da renda agrícola. E para os consumidores: melhores preços, oferta de bons produtos e redução do tempo de distribuição (Cunha, 2010).

Porém, sabe-se que, para muitos agricultores familiares, o acesso às Centrais de Abastecimento pode significar aumento de custos em função do transporte e da perecibilidade dos alimentos, além do preço pago pelos produtos não ser suficiente para cobrir os gastos; e

da necessidade do atravessador. Além disso, o surgimento e a instalação das Centrais de Abastecimento no Brasil tinha como meta de comercialização a população consumidora e não a base produtiva, o que não considera necessariamente os custos de transação dos agricultores. No caso de Pará de Minas, muitos agricultores ainda dependem de intermediários ou carreteiros no percurso até a Ceasa, além de passar por eles também quando vendem no espaço Mercado Livre do Produtor.

Embora o papel das Centrais ainda seja importante, a dinâmica do comércio atacadista do consumo de hortifrutigranjeiro está aos poucos se transferindo para o sistema supermercadista de grande distribuição (Cunha, 2010). Para o autor, essas transformações refletem o novo contexto de produção e consumo de alimentos, no qual há um aumento do consumo de alimentos pré-preparados, da alimentação rápida e fora do domicílio, de alimentos processados e crescimento do consumo de carnes, entre outros fatores. Contudo, a relação entre agricultores e supermercados não é simétrica, com prejuízo no poder de barganha para os primeiros:

“O setor supermercadista não apenas seleciona qualitativamente os produtores através de requisitos de qualidade e regularidade, mas acaba por estabelecer uma série de condições econômicas extremamente restritivas. É comum que imponham aos produtores, além de um patamar de preços reduzido, condições como recebimento a prazo (geralmente superior a um mês), venda consignada, dedução prévia de um percentual de perdas, obrigatoriedade de fornecimento de produtos para promoções e pagamento do repositor dos produtos nas gôndolas. Nestas condições, todo o risco decorrente de perdas, ou da não realização das vendas, onera o fornecedor (produtor), mantendo o setor supermercadista isento de riscos” (Cunha, 2010, p.145).

No caso de Pará de Minas, o setor supermercadista ainda não exerce uma forte influência sobre a organização dos agricultores para atendê-lo, pois é sabido que poucos o acessam. Essa exigência de qualidade e prazo tem sido mais atendida pelo grupo Agro, que intermedia a comercialização de alguns produtores integrados ao seu sistema de “boas práticas”. Entre os agricultores entrevistados não há uma organização para atender esse mercado e os supermercadistas compram a maioria de seus produtos ainda na Ceasa. Ou seja, a Central de Abastecimento ainda não perdeu seu papel na dinâmica de distribuição de alimentos em Pará de Minas.

Na próxima seção deste capítulo partiremos de uma análise mais específica dos tipos de mercado para uma compreensão de como a teoria da Nova Sociologia Econômica nos ajuda a fazer uma leitura mais abrangente da categoria mercado. Além disso, essa imersão mais teórica auxiliará na compreensão do papel de agentes, como o poder público local, e na organização coletiva dos agricultores como estratégia para sua inserção mercantil. Também nessa seção serão abordados dois outros estudos de caso a fim de exemplificar e identificar lições para esta problemática.

2.3 A categoria mercado e a Nova Sociologia Econômica

Partindo dessa inicial revisão bibliográfica, é preciso conhecer mais a fundo as diferentes manifestações e definições de mercado e as relações sociais concernentes ao mesmo e desenvolvidas a partir dele, para além da dimensão mercantil. A fim de discutir essas questões, foram utilizados aportes teóricos da Nova Sociologia Econômica e suas contribuições para entender a dinâmica dos mercados presentes em Pará de Minas. Essa teoria parte da premissa de que o mercado é resultado de construções sociais e não responde unicamente à relação oferta-demanda.

A Sociologia Econômica tem suas raízes na obra “A Grande Transformação”, de Karl Polanyi, publicada sua primeira versão em 1944. A maior contribuição desse livro está no resgate histórico do modo de vida das comunidades pré-capitalistas a fim de explicar as motivações do homem enquanto ser social. Polanyi (1980) critica a antiga noção da economia clássica de que o homem tem uma propensão natural pela barganha e permuta, ou seja, por ocupações simplesmente lucrativas (Polanyi, 1980). Para o autor:

“A descoberta mais importante nas recentes pesquisas históricas e antropológicas é que a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. Ele não age dessa forma para salvaguardar seu interesse individual na posse de bens materiais; ele age assim para salvaguardar sua situação social, suas exigências sociais, seu patrimônio social. Ele valoriza os bens materiais na medida em que eles servem a seus propósitos” (Polanyi, 1980, p. 61).

Em outras palavras, foram os determinantes da vida social que levaram o homem a se organizar economicamente, e não o contrário. Para esse aporte teórico, toda a ação é socialmente localizada, e as instituições sociais, como o mercado, são resultado de construções sociais. Como, para Polanyi, nas sociedades pré-capitalistas era ausente a

motivação única por lucro, o princípio de trabalho por remuneração e instituições baseadas em motivações econômicas, essas comunidades organizavam a produção e a distribuição tendo como base dois princípios de comportamento: reciprocidade e redistribuição. Esses princípios eram sustentados por padrões institucionais, como a simetria e a centralidade.

O princípio da reciprocidade atua na organização sexual da sociedade: família e parentesco. Ele diz respeito à subsistência familiar, as atividades recíprocas exercidas pelos membros da família para seu sustento. Já o princípio da redistribuição, segundo Polanyi (1980), corresponde à relação com uma chefia comum a todos, para o qual é entregue uma parte da produção das famílias para o armazenamento. A simetria estava presente nas relações de reciprocidade entre aldeias, na troca. O padrão de centralidade, presente em todos os grupos, fornecia um conduto para a coleta, armazenagem e redistribuição de bens e serviços, também exercido na relação de uma tribo com a outra. O autor enfatiza que esses princípios foram vistos em outras sociedades posteriores, democráticas ou autoritárias, mesmo subsidiando grandes relações comerciais.

Para o autor Abramovay (2004), Polanyi estava preocupado em mostrar que o mercado era uma, entre outras formas, que assumia a coordenação social na luta pela sobrevivência, contra a tendência de fazer dele a expressão máxima da racionalidade econômica. Com o resgate histórico, Polanyi retrata que no século XIX, pós Revolução Industrial, os mercados existentes não eram autorregulados como tratado por alguns economistas, mas sim sofreram intervenção estatal em função de sua tendência à condução da destruição da sociedade. Ou seja, o mercado dito auto regulável já nasce como um produto do Estado e não simplesmente fruto espontâneo de trocas comerciais. Nesse mesmo século, em que se formam os Estados-Nação, foram tomadas medidas para nacionalizar o controle de riquezas e o mercado é um desses lócus.

Contudo, para Abramovay (2004), Polanyi não estuda especificamente o mercado como realidade sociológica, examinando os vínculos sociais de que ele é feito. Nesse sentido, surgem alguns autores, a partir da década de 1970, subsidiando estudos para uma Nova Sociologia Econômica (NSE). Esta postula que nos mercados: “os vínculos sociais concretos, localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua auto regulação depende da própria maneira como a interação social ocorre” (Abramovay, 2004, p.21).

Acredita-se que a NSE traz grandes contribuições para o estudo das interações sociais entre os agricultores e os mercados. Ela auxilia com seus aportes teóricos que subsidiam a análise das condições de acesso dos agricultores a esses mercados, de acordo com as relações que estabelecem, criam e recriam e com as estratégias que adotam. As diferentes estratégias que possibilitam maior autonomia e margens maiores de barganha, que são não só resultado da ação dos agricultores, mas também dos agentes pertencentes aos mercados, compõem o conjunto de opções disponíveis aos agricultores de Pará de Minas (Ferreira, 2013).

O autor Abramovay (2004) ressalta duas vertentes de estudo, dentro da NSE, quanto ao estudo das formas de organização dos mercados. A primeira, expressa pelo autor Harrison White, postula que mercados são mecanismos de formação de preços compreendidos por meio da interação social concreta, específica entre os atores. O mercado não se forma pelo equilíbrio entre oferta e procura (como ressaltavam os neoclássicos), mas pelas referências entre os atores em suas ações econômicas, precisamente entre os próprios produtores (Abramovay, 2004). Essa abordagem dos mercados vem sendo utilizada pela *teoria das convenções*, no estudo da formação de marcas de qualidade e das regras que permitem o reconhecimento social de certos atributos, jamais identificados entre compradores e vendedores anônimos e desorganizados. Exemplos desses mercados são os de produtos orgânicos ou aqueles certificados como o *comércio justo*. Esses mercados na maior parte das vezes são construídos pelos próprios agentes. A outra abordagem postula que a ação econômica é construída na relação entre os atores e que segundo Di Maggio *apud* Abramovay (2004), a cultura pode moldar as instituições econômicas e os negócios.

No caso dos agricultores familiares de Pará de Minas, formas organizativas, como Associação e as Cooperativas, tiveram papel importante na valorização de certos produtos e na conquista de mercados e consumidores, como alguns dos produtos derivados do leite. É interessante diagnosticar as influências da ação coletiva na construção desses mercados e os valores embutidos nas práticas de comercialização. Sabe-se que a produção agropecuária brasileira caracteriza-se por diversos produtores dispersos em uma heterogeneidade de formas de produzir, não conseguindo, muitas vezes, enfrentar sozinhos as demandas do mercado. As formas organizativas, portanto, podem auxiliar no processo de transferência de tecnologias na cadeia produtiva para alcançar maior êxito nessas mudanças (Fornazier e Waquil, 2013). Além disso, as Cooperativas e Associações podem contribuir na popularização de boas

práticas - comercializando alimentos mais seguros, e nos entraves burocráticos dos processos de certificação, promovendo também ganhos de escala.

Para Wilkinson (2008), a Nova Sociologia Econômica é identificada com os trabalhos de Mark Granovetter, na década de 1970. Este autor resgata de Polanyi a noção, não muito explorada por este, de enraizamento⁸ social. Para Granovetter (2003), a ação econômica está enraizada em redes de relacionamento pessoais, sendo elas também uma construção histórica. Para Granovetter (2003), a ação humana é vista de formas diferentes na sociologia moderna e na economia clássica, nas quais ambas consideram o homem um ser atomizado. Na primeira, há uma concepção sobressocializada do homem, como um ser oprimido pela opinião dos outros e obediente a normas e valores interiorizados na socialização, sendo a obediência tida como um fardo. Na economia clássica, numa concepção atomizada do homem, a ação humana é subsocializada, como se nenhum produtor ou consumidor influenciasse a procura e a oferta, consequentemente os preços no mercado. Para os clássicos e neoclássicos, há uma visão idealista de mercados com competição perfeita, como se as relações sociais atrapalhassem o pleno funcionamento do mercado.

O autor vai criticar essas visões justamente por elas considerarem o ator social como atomizado, fora de um contexto social. Ele defende, então, que as ações humanas estão incrustadas em sistemas de relações sociais de confiança e que por isso, podem, dependendo do tipo que sejam desencorajar, por exemplo, ações de má-fé presentes nos mercados (Granovetter, 2003). Para lidar com questões de confiança, é utilizada pelo autor a noção de redes sociais, as quais se tornam mecanismos de inserção nos mercados, caracterizadas por formas de solidariedade, com limites estreitos e bem definidos (Wilkinson, 2008). O tipo de rede social, então, é correlacionado com o funcionamento do mercado, e os laços estabelecidos entre os atores vão pautar a construção social dos mercados. Para Granovetter (2003), os atores perseguem além dos objetivos econômicos, também objetivos sociais, como: sociabilidade, reconhecimento e poder.

A abordagem do enraizamento social, da Nova Sociologia Econômica, permite analisar nos casos de acesso aos mercados por agricultores familiares de Pará de Minas, os laços ou redes de relações pessoais criadas que facilitam esse acesso ou até formam novos mercados. Por outro lado, também auxilia a identificação de casos de exclusão de alguns produtores no

⁸ *Embeddedness*, em inglês. (Granovetter, 2003)

acesso aos mercados, cujos laços ou a inserção em redes não são suficientes ou não os beneficia. A comercialização que ocorre via intermediários também estabelece vínculos específicos que podem favorecer ou não a maior aquisição de renda pelos agricultores.

A relação com os supermercados e “sacolões” da cidade apresenta ser muito pautada em relações sociais, uma vez que somente alguns poucos agricultores conseguem vender para esses empreendimentos. A análise das entrevistas possibilitou compreender que os demais agricultores, sem esses laços com os varejistas, enfrentam dificuldades que culminam na perda da valorização de seus produtos ou da própria comercialização. E alguns desses que circulam em mercados menores, locais, têm dificuldades de acessar mercados de maior alcance ou maior valor agregado, ficando à mercê dos agentes intermediários.

O autor Ferreira (2013) salienta que os mercados também devem ser considerados *próprios da agricultura familiar e para a agricultura familiar*:

“Esse aspecto é de fundamental importância para evitar qualquer tipo de confusão entre demandas de um mercado estruturado exclusivamente para o lucro, baseado num tipo de racionalidade econômica e num determinado modelo de produção, em contraposição a um modo de produção que priorize a manutenção dos recursos ambientais e tenha sua base sustentável atrelada ao patrimônio familiar, que toma sua principal forma na construção e garantia de reprodução como base estratégica para o desenvolvimento de uma unidade de produção e consumo” (Malagodi *apud* Ferreira, 2013, p. 57).

Não se deve esquecer, portanto, que além da lógica da ação humana ser pautada por aspectos econômicos e sociais, ela também pode ser baseada na busca pela manutenção de aspectos culturais, de memória, herança e de conservação do meio ambiente. Os agricultores podem estar muitas vezes procurando criar novas brechas no mercado não controlado pelos agentes hegemônicos, como alternativas agroecológicas ou simplesmente de mais fácil acesso com o consumidor. Um exemplo disso pode ser o aumento do número de feirantes em Pará de Minas.

Na construção de certos mercados, como os institucionais e a feira, o Estado entra com papel preponderante, rompendo entraves burocráticos, subsidiando infraestrutura, influenciando os preços e, através das relações pessoais estabelecidas, beneficiando alguns atores em detrimento de outros. No caso de Pará de Minas, é sabido que houve uma preferência por

parte da Prefeitura em comprar os produtos da Associação do município, ao invés de comprar da Associação de outra cidade próxima. É claro que existe uma orientação da Lei da merenda escolar para que as compras sejam realizadas de agricultores locais, além disso, os custos das transações estão embutidos nos preços, sendo benéfico economicamente para a Prefeitura comprar dos AF paraminenses. Contudo, devido aos desacordos entre a nutricionista e os agricultores da ASSPROF quanto aos preços, a permanência da compra local em detrimento da Associação do outro município pode evidenciar uma ação positiva da Prefeitura para com esses atores. Embora essa negociação tenha dado certo nesse momento, pode-se dizer que ela ainda enfrenta desafios, uma vez que os mesmos agricultores relataram haver atrasos no pagamento da compra da merenda escolar e quebra na regularidade da venda.

A fim de melhor entender o papel do Estado, o autor Fligstein (2001), que também é um teórico da Nova Sociologia Econômica, desenvolve uma abordagem sociológica que dá sentido às estruturas sociais em mercados particulares, no que diz respeito à sua estabilidade e transformação. Dotando o Estado de um papel imprescindível na estabilidade dos mercados, o autor argumenta que relações sociais, entre e além-firmas e sua relação mais formal com o Estado, são centrais na compreensão de como mercados estáveis emergem. Para analisar os mercados, ele considera a mudança estrutural como um *campo*. A estrutura social de um *campo* é uma construção cultural, na qual dominantes e dominados coexistem sob um conjunto de entendimentos sobre o que torna um grupo de organizações dominantes. Para aplicar a *teoria do campo* para os mercados, deve-se focar no comportamento de organizações que produzem os bens ou serviços no mercado. As estruturas sociais de mercado são, fundamentalmente, sistemas de poder no qual as empresas dominantes usam táticas e estratégias para se estabilizarem e reproduzir sua posição sobre firmas dominadas (Fligstein, 2001).

A contribuição da abordagem dos campos de Fligstein, para este trabalho, está precisamente no que concerne ao papel do Estado na estrutura social de um mercado. Para o autor, o Estado pode interferir na ação das empresas, frustrando a criação de concepções estáveis de controle. A regulação estatal nas atividades econômicas muda o equilíbrio de poder em um mercado fora de um conceito de controle⁹. Coalizões políticas entre agentes do Estado, trabalhadores e

⁹ Para o autor o *conceito de controle* diz sobre o que uma organização é e sua localização quanto aos seus competidores. É também uma forma de interpretar e justificar as ações de atores em firmas em relação a outros, de outras firmas. Reflete o tipo de interação, comportamentos ajustados, relações não neutras nas quais os poderosos tem maior peso (Fligstein, 2001).

capitalistas oferecem diferentes ferramentas que eles usam para organizar mercados (Fligstein, 2001). Os mercados, portanto, são espaços de conflitos e disputas de poder, nos quais o Estado pode entrar beneficiando uns ou outros. Os atores também entram construindo capacidades estatais de regulação social de ações nos mercados. Assim, para mercados da agricultura familiar se mostra ainda mais importante o papel regulador do Estado, equilibrando as forças existentes e evitando consequências danosas da competição entre os atores, além de construir novos circuitos com base em princípios de viabilidade econômica e justiça social.

2.3.1 A ação do poder público municipal no acesso dos agricultores aos mercados

Exemplificando a discussão acima sobre o papel do estado no acesso aos mercados pela agricultura familiar, ater-me-ei às ações referentes à Política de Abastecimento Alimentar da Prefeitura de Belo Horizonte, cujo programa teve reconhecimento internacional pela ONU e foi premiado em 1997, pelo prêmio “Gestão Pública e Cidadania” das Fundações Getúlio Vargas e Ford (Nabuco *et al* 2000). Embora o programa seja mais amplo do que o objetivo de sua explanação nessa dissertação, destacarei os aspectos mais relevantes para a discussão.

Criada em um contexto macroeconômico de processo inflacionário, a Política municipal de abastecimento de Belo Horizonte teve como principais ações de intervenção “projetos voltados para a garantia de acesso alimentar via preços regulados dos equipamentos de venda a varejo” (Nabuco *et al* 2000, p.184). Atuando sobre a comercialização dos permissionários privados, oferecendo em compensação, o uso do espaço público para a instalação de postos de venda, e abertura de canais de fornecimento atacadista com preços mais acessíveis é que a Prefeitura conseguiu conter as consequências do processo inflacionário sobre os alimentos. Após a estabilização dos preços, a política foi sendo redirecionada a programas compensatórios com preços subsidiados, como é o caso do “Cestão Popular” e “Restaurante Popular”. Embora a política seja voltada mais para a população de baixa renda, ela não deixa de beneficiar os agricultores familiares, uma vez que há compra direta do poder público municipal, com regulação e controle da comercialização.

A fim de melhor compreender o arranjo organizacional e metodológico dos elementos que compõem a estrutura municipal capaz de implementar uma política dessas, Nabuco *et al* (2000) definem alguns elementos como: a) hierarquia da principal unidade administrativa; b)

o grau de nucleação das políticas; c) parcerias, participação popular e articulação interinstitucional; e d) indicadores de cobertura e eficácia. O primeiro aspecto diz respeito ao grau de comprometimento do poder público local com a Segurança Alimentar, com unidades administrativas subordinadas diretamente ao Prefeito, com infraestrutura e orçamento próprios, assim como alocação de pessoal, com capacidade e autonomia para conduzir os programas e projetos. A nucleação de projetos demonstra maior sinergia entre as ações, reunidas sobre uma mesma coordenação e que seja capaz de gerir uma ampla gama de diferentes projetos, distribuídos em distintos eixos de intervenção.

A Prefeitura Municipal de Belo Horizonte foi pioneira na adoção do enfoque da Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) em seus programas. Essa referência nos ajuda também na análise das estratégias dos agricultores estudados quanto aos valores que eles procuram resgatar no acesso aos mercados. Razão pela qual abriremos, aqui, um parêntese para apresentar essa noção. Ela engloba desde a valorização das dimensões social, cultural e ambiental na produção de alimentos, até a ocupação social e equitativa do espaço agrário, sendo a agricultura familiar a base desses processos (Maluf, 2007). A existência de possíveis movimentos de resistência à homogeneização e padronização dos alimentos (subordinada à acumulação de capital), assim como da concentração do varejo, indo na direção do estímulo a iniciativas de aproximação entre produção e consumo, também pode ter a agricultura familiar como impulsionadora. A Segurança Alimentar e Nutricional preconiza a valorização desses espaços, ou seja, circuitos locais de comercialização, a fim de assegurar um consumo de alimentos mais frescos e possivelmente mais saudáveis. Essa proximidade pode favorecer o consumidor quanto a informações da procedência dos alimentos adquiridos. Essa mesma lógica também deu origem ao crescimento de produtos diversificados, com selos e marcas de qualidade e confiança, favorecendo novos mercados para a agricultura familiar.

O conceito de Segurança Alimentar e Nutricional enfoca o direito ao acesso a alimentos de qualidade tanto para os consumidores urbanos quanto para a população produtora do campo, tendo como base a diversidade cultural, social, ambiental e econômica (Maluf, 2007). A escolha do agricultor por um mercado ou outro para comercializar seus produtos pode refletir estratégias de manutenção dessa diversidade e de produção de alimentos livres de agrotóxicos, assim como tendo por objetivo respeitar a sazonalidade dos mesmos. A referência aos aspectos da segurança alimentar e nutricional é feita aqui como uma forma analítica e avaliativa das estratégias que estão por trás das “escolhas” dos agricultores na sua inserção

mercantil, uma vez que não há menção explícita desse enfoque nas entrevistas nem por parte da pesquisadora, nem sob a perspectiva do agricultor. Mas de forma indireta, esses valores estão presentes na fala dos produtores estudados, como será melhor abordado no próximo capítulo.

Os programas da Política de SAN de Belo Horizonte foram diferenciados em três eixos: regulação, políticas compensatórias e práticas urbanas. O eixo da regulação envolve ações do Estado por parte da oferta, intervindo no controle de preços, no aumento da competição para garantia de melhores serviços, ampliação da oferta de produtos alimentares, criação de oportunidades comerciais para produtos específicos e viabilização de circuitos comerciais que possibilitem a inserção de produtores rurais comercializando na cidade. São exemplos desse eixo os programas: Direto da Roça (comercialização de produtos com preços combinados e qualidade controlada, em vias públicas), Central de Abastecimento Municipal (central de comercialização atacadista e feira fixa de comercialização varejista com permissionários licitados), Armazém da Roça (comercialização de produtos artesanais de pequenos produtores em lojas localizadas nos equipamentos públicos), Abastecer e Comboio do Trabalhador (venda de hortifrúti em sacolões públicos, realizada por permissionários licitados, com preços e qualidade controlados), Mercados Municipais e feiras-livres.

O eixo das políticas compensatórias envolve intervenção na acessibilidade alimentar, fornecendo regularmente refeições para instituições da rede pública municipal de ensino, rede pública conveniada na área da saúde (hospitais) e assistência social (asilos, creches, centros de apoio, etc.). Também para o fornecimento de suplementação alimentar para instituições públicas, doação de alimentos para grupos sociais em situação de risco e comercialização subsidiada de refeições e gêneros alimentícios. Alguns programas desse eixo são: Alimentação Escolar, Assistência Alimentar, Prevenção e Combate à desnutrição (distribuição de farinha enriquecida para gestantes, nutrízes e crianças), Ações emergenciais (distribuição de alimentos em situações emergenciais), Cestão Popular (venda de alimentos não perecíveis a preços subsidiados para consumidores cadastrados e comercialização em ônibus em bairros periféricos) e Restaurante Popular (comercialização de refeições prontas subsidiadas em restaurante municipal).

O eixo de práticas urbanas refere-se à questão alimentar, atuando na difusão de informações sobre preços, alternativas de consumo, aproveitamento de alimentos, educação alimentar e/ou agroecológica e produção própria de alimentos. Os programas desse eixo são: Cesta SMAB (cálculo e divulgação do valor de uma cesta de 45 itens de consumo alimentar e higiene), Oficinas de Alimentação (cartilhas e oficinas de aproveitamento e preparo alimentar), Hortas Escolares e Comunitárias, Pró-pomar (distribuição de mudas frutíferas) e Mercado da Lagoinha (conjuga venda de hortifrutigranjeiros e outras atividades comerciais e culturais).

No quesito parcerias, dentro ainda da estrutura organizacional para implementação da Política de SAN, sua importância está na expansão da cobertura e no aumento do grau de eficácia dos programas públicos, sejam elas com ONGs, organizações governamentais e iniciativa privada (Nabuco *et al* 2000). A participação popular garante a continuidade e o aperfeiçoamento dos programas, monitorando-os e denunciando quando a qualidade não é atendida. No caso da Prefeitura de Belo Horizonte, a participação ficou centralizada somente no Conselho Municipal de Abastecimento e nas câmaras técnicas de discussão temática, o que poderia ter sido ampliado. O quarto elemento, os indicadores de cobertura e eficácia, se refere à criação de indicadores quantitativos e qualitativos, aplicados a diferentes realidades locais a fim de acompanhar a boa execução dos programas.

É importante pontuar alguns aspectos da experiência belo-horizontina que geram reflexão para as potencialidades em Pará de Minas. Belo Horizonte tem um número bem reduzido de estabelecimentos rurais, mais precisamente 176, em 2005 (IBGE, 2006). Dessa forma, para realização desses programas, principalmente os que envolvem a compra direta de agricultores e a organização deles para comercialização nos entrepostos, equipamentos e vias públicos, foi necessária a organização de produtores de outros municípios, principalmente da Região Metropolitana. Com isso, mesmo o município não produzindo todos os gêneros, a Prefeitura conseguiu uma variedade grande de produtos com outros municípios. Além disso, ficou explícito nessa experiência, que o espaço efetivo de elaboração e gestão de políticas é o poder público local, com investimentos significativos na estrutura administrativa para que pudesse ser de fato, o precursor e disseminador de esforços e ações. A Prefeitura atuou corrigindo distorções do mercado na distribuição e comercialização de alimentos, permitindo a inserção mercantil dos agricultores e o acesso à alimentação em quantidade e qualidade necessárias para populações vulneráveis. Outra lição desse estudo de caso é o papel das parcerias, tanto

com a iniciativa privada por meio dos “permissionários” (que alcançam lucros enquanto o órgão público consegue ofertar alimentos com preços mais acessíveis) e das reformas dos equipamentos de abastecimento. Ainda, o estabelecimento de parcerias com setores da sociedade civil, como organizações e associações de produtores e consumidores também pode ser um caminho a seguir.

A experiência de Belo Horizonte, embora seja um município com características bem distintas de Pará de Minas, pode auxiliar na compreensão dos aspectos positivos da atuação do poder público municipal na gestão dos mercados agrícolas. Ainda, pode ser interessante também como possibilidade de mercado metropolitano para os produtores paraminenses, uma vez que se inserindo nesses diversos programas, conseguem ampliar suas redes sociais e assim, suas opções de comercialização. As parcerias estabelecidas podem ser impulsionadas pela Prefeitura, por exemplo, entre permissionários e agricultores, ou entre estes e consumidores. Pará de Minas pode servir também como um polo de mercado para agricultores da região do entorno, como fizeram em Belo Horizonte com produtores da região metropolitana. Como é sabido que existem muitos produtores nos municípios do entorno, os mercados em Pará de Minas poderiam ser uma boa opção para esses agricultores.

Voltando ao debate das estratégias de inserção nos mercados, partindo de uma crítica à concepção do indivíduo atomizado e baseado em escolhas racionais, Bourdieu (2005) utiliza o conceito de *habitus* para tratar a influência da estrutura social na decisão dos indivíduos. Para o autor, “o agente social, na medida em que é dotado de um *habitus*, é um individual coletivo ou coletivo individualizado” (Bourdieu, 2005, p.47). Suas categorias de percepção e apreciação são produto da história coletiva e individual. Dessa forma, as estratégias tomadas pelos indivíduos não correspondem a mecanismos mecânicos de ação e reação e nem são deduzidas de uma posição ou situação imediatas, o *habitus* é:

“uma resposta a um aspecto da realidade que se distingue por uma apreensão seletiva, partidária e parcial (sem ser para tanto “subjetiva”, no sentido estrito) de certos estímulos, por uma atenção pela face particular das coisas, da qual se pode dizer, indiferentemente, que ela “suscita o interesse” ou que o interesse a suscita; ele é uma ação que se pode, sem contradição, chamar ao mesmo tempo de determinada e espontânea, já que é determinada por estímulos condicionais e convencionais, que existem como tais apenas para um agente disposto e apto a percebê-los” (Bourdieu, 2005, p.48).

Utilizando a noção de campo econômico, Bourdieu (2005) salienta que os indivíduos estão submetidos a pressões inscritas nas estruturas do campo, e que essas condicionam suas ações. Contudo, ele enxerga possibilidades de manobra a partir da dotação e combinação de diferentes tipos de capital (social, cultural, político) e na forma como os agentes operam dentro dessas estruturas e de outros campos.

A relação entre a estrutura e a ação pode subsidiar esse estudo para melhor entender os fatores que influenciam a tomada de decisão dos agricultores. Não é somente a interação entre os agentes que condicionam suas ações, como alerta Bourdieu (2005), para quem a estrutura do campo, assim como o passado histórico dos indivíduos também conta. Para se manterem no mercado, alterando as “regras do jogo”, os diferentes agentes utilizam de sua dotação de capital social, cultural ou político. O Estado também acaba entrando ao exercer seu poder cedendo a pressões de um agente ou outro mais dotado de capital político. Assim, ainda segundo Bourdieu (2005), o mercado é uma construção social, uma estrutura de relações específicas, onde os diferentes agentes engajados nos campos contribuem através de suas modificações.

Nessa pesquisa, acredita-se que as estruturas possam condicionar a ação dos agricultores na opção pelos mercados, não sendo unicamente fruto de sua decisão individual racional. Também na construção social dos mercados, a existência de certos tipos de capital (social, cultural, político) pode ter facilitado o acesso dos produtores aos mesmos, assim como sua relação com o Estado. Não descartando os efeitos da interação entre eles (agricultores familiares e Estado), mas a abordagem adotada aqui não se restringirá unicamente a um fator condicionante da ação dos mesmos.

O capital social também está intimamente relacionado à ação coletiva e ambos são fatores que favorecem a inserção dos agricultores familiares nos mercados. A partir do questionamento de como se dá o aumento da representatividade dos atores nas organizações da sociedade, e como os recursos que esses atores dispõem facilitam a ação coletiva para aquisição de bens públicos e garantia de seus direitos, estudos apontam para o papel do capital social. O autor Offe (1999) considera que capital social é o conjunto de disposições cognitivas e morais dos cidadãos que os leva a estender a confiança a outros cidadãos, à prática da associação e a estarem atentos aos problemas públicos. Para Putnam (1996), a cooperação voluntária se torna mais fácil numa comunidade que tenha um bom estoque de capital social, sob a forma de

regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica. Para este autor, o capital social facilita a cooperação espontânea e as formas associativas também são formas de capital social. Nas Associações e nas Cooperativas, as relações horizontais sustentam confiança e assim, tornam-se mecanismos mais democráticos de ação coletiva para alcançar ganhos, ou no caso dos agricultores familiares de Pará de Minas, acessar mais e melhores mercados. A boa articulação que essas organizações coletivas possam exercer com o Estado, permitindo que os agricultores tenham “voz”, ou seja, fazendo deliberar suas decisões, também pode ser um mecanismo importante para sua inserção mercantil.

É sabido que a criação ou acumulação de capital social numa determinada sociedade não é um processo fácil, assim como diagnosticar a existência dele e identificar a correlação de suas origens e seus frutos. Como um exemplo dessa tentativa, Fox (1997) procurou evidenciar quais fatores estariam relacionados ao fortalecimento da sociedade civil no México dando luz ao papel do capital social nesse processo. Para o autor, a acumulação de capital social se refere às diferentes formas nas quais relações sociais podem se transformar em recursos, e isto acontece quando essas relações facilitam a ação coletiva, geram confiança e reforçam normas de reciprocidade. No processo então, de fortalecimento da sociedade civil para que ela consiga alcançar direitos e tenha voz, a abordagem da construção política de Fox (1997) reconhece o peso dos legados histórico e cultural daquela sociedade, dando espaço também para a atuação do Estado e ação social das massas.

No caso do México, o fortalecimento da sociedade civil se deu em função dos vários fatores citados acima. Mas a reprodução, por um longo tempo, de tradições de cooperação horizontal, reciprocidade e ajuda mútua, mantendo normas comunitárias poderosas de responsabilidade e justiça, ou seja, o acúmulo de capital social foi essencial. Dessa forma, o autor aponta três causas para o fortalecimento da sociedade civil: 1) convergência Estado-sociedade, envolvendo algum nível de sinergia entre atores reformistas governamentais e grupos sociais locais; 2) colaboração entre grupos locais e atores externos da sociedade civil, como reformistas da Igreja, ONGs ou radicais políticos e; 3) emergência independente de baixo, onde capital social foi produzido mais independentemente por movimentos locais de democratização, governança responsável ou desenvolvimento socioeconômico (Fox, 1997).

A criação ou acumulação de capital social é um processo complexo e demorado, mas a partir dele a ação coletiva de um grupo de indivíduos, no caso aqui, de agricultores familiares, pode trazer benefícios, a longo prazo, para os mesmos quanto à sua inserção mercantil. A união de

agricultores, baseada numa relação de cooperação horizontal, com normas de responsabilidade, justiça e ajuda mútua, pode fortalecer mecanismos de inserção nos mercados, com luta por melhores garantias de condições de compra e venda, maior valorização do produto, maior aproximação com o consumidor, gerando assim um processo impulsionador e auto reprodutivo de capital social.

2.3.2 Ação coletiva e cooperativismo na formação de mercados

O exemplo de cooperativismo de base na produção leiteira no sul do país, mais precisamente no sudoeste do Paraná, evidencia um pouco como a ação coletiva pode auxiliar no acesso ao mercado: é o caso do Sistema de Cooperativas de Leite da Agricultura Familiar com Interação Solidária (SISCLAF). As 27 cooperativas municipais que integram o sistema agregam cerca de 22% da produção de leite do Sudoeste Paranaense e seus agricultores produzem, em média, entre 30 e 60 litros de leite por dia. No ano de 1998, após a realização de uma série de eventos de capacitação, com intercâmbios e seminários, foram constituídas as quatro primeiras Cooperativas que viriam, em 2003 a formar o SISCLAF, nos municípios de Renascença, Dois Vizinhos, Marmeleiro e Nova Prata do Iguaçu. Atualmente, os mais de 5.000 associados estão organizados em quatro núcleos operacionais: Fronteira, Vale do Iguaçu, Marrecas e Pinhais e uma Cooperativa Central no município de Francisco Beltrão (Escher, 2013).

As unidades municipais dos CLAF's atuam na organização das famílias produtoras, orientando-as na organização da produção, na melhoria da qualidade do leite e das condições de trabalho, na redução dos custos e na adequação tecnológica, na orientação do acesso ao crédito e na comercialização conjunta do leite *in natura*. Já a Cooperativa Central presta serviços administrativos e contábeis, de assessoria técnica, de industrialização, comercialização e formação para as cooperativas associadas (Escher, 2013). A origem do SISCLAF ocorreu em 1997, em debates no Fórum das Entidades da Agricultura Familiar do Sudoeste, onde se criou um grupo de trabalho formado por Sindicatos, Cooperativas de crédito da CRESOL-BASER e a ONG ASSESOAR. Mesmo tendo sido criada na década de 1990, o autor Fabiano Escher (2013) aponta que a origem histórica desse movimento chamado de “novo cooperativismo”, é herança de uma série de movimentos precedentes que

foram enraizando a identidade da agricultura familiar do Sudoeste Paranaense como um valor, desde a década de 1950¹⁰.

A organização do SISCLAF começou com a formação de “grupos de base”, formado por pequenos grupos de agricultores organizados por comunidades rurais que eram assessorados pedagógica e organizacionalmente por profissionais e técnicos. O processo de educação cooperativa consistia em incentivar a organização autônoma e a ação coletiva, visando promover o diálogo e a construção conjunta, em parceria com as instituições de assistência técnica e o poder público municipal. Esse processo encontrou algumas dificuldades depois de três anos e os grupos foram sendo desestruturados. Porém, durante esse período desenvolveu-se a negociação coletiva, a resolução conjunta de conflitos e a inovação de processos, contribuindo ainda mais para a formação de capital social entre os agricultores, uma vez que é também nos momentos de crise que se fortalecem o diálogo e a ação coletiva.

Dentre as dificuldades que encontravam, as cooperativas tinham escassos recursos, necessitando assim, de apoio público ou financiamento. Encontraram soluções então, no aumento do financiamento de políticas federais, em 2005, para ampliar uma unidade industrial e adquirir equipamentos para beneficiar o leite. Outra dificuldade encontrada foi o enfrentamento da concorrência com laticínios, fazendo o SISCLAF adotar estratégias de mercado, negociando o leite nos chamados spots e nos “leilões de leite”. Contudo, a incerteza frente ao ambiente competitivo de agricultores não muito experientes em gerenciamento, fez com que as cooperativas adotassem medidas de fidelidade dos produtores, através de diferenciação de preços com bonificação para fornecedores com maior produção e qualidade, e uma estrutura de incentivos econômicos. Essas estratégias consistiram em: negociar o leite sem passar pela Central; entregar o leite nas plataformas para a Central negociar no mercado

¹⁰ Segundo o autor: “Após a chamada Revolta de 1957 (GOMES, 1987), os colonos do Sudoeste começaram a se organizar apoiados pelas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e formaram as primeiras oposições sindicais, que formaram o movimento sindical cutista (FERES, 1990), que deu origem a FETRAF. O Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) na região, apesar de ter tomado outros rumos, também teve sua origem nesse mesmo processo de mobilização e organização política. Posteriormente, os agricultores começaram a se organizar por grupos de vizinhança, que, apesar de malogradas em seus propósitos econômicos, deram origem aos Fundos de Crédito Rotativo (FCR) e, no fim das contas, constituíram a base social de onde nasceram todos os sistemas de cooperativas de economia solidária, que foram sendo constituídos com base na experiência e aprendizado do Sistema CRESOL de cooperativas de crédito da agricultura familiar. Todas essas instituições surgiram em momentos históricos distintos e contribuíram à sua maneira para tencionar e reconfigurar a correlação de forças do território, sedimentando as bases organizacionais para que a agricultura familiar fosse capaz de empreender ações coletivas de maneira mais autônoma e articulada, tanto no plano político como no econômico.” (Escher, 2013)

spot; e comercializar o leite com a Central, mas entregar diretamente para as indústrias do seu município. A fim de evitar a hierarquização da direção da Cooperativa Central e das demais, alterando a lógica de relacionamento entre os membros, e também evitar a saída daqueles agricultores mais capitalizados, foram demandados cada vez mais investimentos em formação e educação cooperativista, enraizando valores e crenças (Escher, 2013).

Também como incentivo econômico foram abertas lojas de produtos veterinários, para compra de insumos e equipamentos com preços abaixo do mercado para os associados. Outro incentivo foi o fornecimento de crédito para os cooperados realizarem benfeitorias nos estabelecimentos, comprar animais e fazer reformas, através do sistema CRESOL, que operava pelo Pronaf. Os incentivos não econômicos, mobilizados pelas Cooperativas, são elementos de ordem simbólica, enraizados em regras morais e hábitos com base na identidade coletiva e nos vínculos comunitários historicamente construídos entre os agricultores (Escher, 2013). Além desses, também estão presentes os incentivos ao fortalecimento das ações de Ater, com a ida frequente de técnicos aos estabelecimentos, acompanhando o manejo de pastagens e dando outras orientações quanto à produção.

Quanto ao problema enfrentado com os proprietários de caminhões de leite, que buscavam nos estabelecimentos e entregavam nas indústrias, a relação de proximidade com alguns, beneficiavam uns e prejudicavam outros. A solução foi contratar os freteiros mais conhecidos e posteriormente comprar mais caminhões para esses fazerem o transporte do leite. O recurso para essa compra só foi possível por meio de emenda parlamentar, numa articulação com políticos locais. Mas o maior desafio enfrentado pelo SISCLAF foi o calote da empresa Letícia, em 2010, que desestabilizou a confiança dos agricultores nos CLAFs. Contudo, como o problema havia sido deflagrado pela empresa e não pelas Cooperativas, a UNICAFES (União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária), o Sindicato e as Cooperativas deflagraram uma grande mobilização com apelo popular à sociedade local contra a atitude desonesta da empresa para com os cooperados. Esse episódio evidenciou a fragilidade financeira do Sistema, mas alertou as Cooperativas para a formação de um fundo de reserva para ocasiões emergenciais e reascendeu uma disposição emancipatória entre os agricultores e maior integração orgânica entre os diversos ramos cooperados. Atualmente, o SISCLAF assumiu a indústria e já produz, em larga escala, um produto, segundo o autor, de

boa qualidade. As principais rotinas alteradas foram na política de gestão dos recursos humanos e no relacionamento com os trabalhadores (Escher, 2013).

Esses eventos todos, as dificuldades e as superações, “demonstraram que o SISCLAF, enquanto um dispositivo de ação coletiva é capaz de agregar os atores sociais em torno de uma mesma identidade e evidenciam as suas ‘habilidades sociais’” (Escher, 2013). Essas “habilidades sociais”, que os agricultores do SISCLAF apresentaram, foram essenciais para a mobilização de capital social e simbólico, estimulando a cooperação entre eles e a resolução de conflitos. Dessa forma, é a atuação conjunta de um variado número de atores e instituições locais que alteraram a correlação de forças e assim, foi capaz de alcançar bens e melhorias na condição de trabalho e de vida dos membros. Embora esse tenha sido um breve resumo de toda a história do SISCLAF, ele contribui para mostrar os percalços encontrados no desenvolvimento de ações coletivas na produção do leite e as soluções dadas a eles. Esse aprendizado pode ser útil para os produtores estudados em Pará de Minas identificarem onde enfrentam as mesmas dificuldades e quais poderiam ser as medidas tomadas. Sabendo que as realidades são distintas e que o processo para formação de capital social pode ser longo, é acreditando ser possível, que se pode avançar.

Concluindo, este capítulo teve o objetivo de apresentar o substrato conceitual que fundamenta a análise da problemática da pesquisa, buscando compreender as particularidades de alguns mercados agrícolas e alimentares e como eles são construídos, entendendo assim o papel de cada agente envolvido. Além da discussão teórica de conceitos, algumas experiências foram resgatadas a fim de melhor conhecer as possibilidades de mercados construídos para e pela agricultura familiar, servindo de exemplo para a agricultura familiar paraminense.

Este capítulo mostrou então que há uma diversidade de aspectos que caracterizam a agricultura familiar, e essa diversidade de tipos evidencia uma variedade de formas de inserção nos mercados. Dessa forma, devido às novas exigências do processo de intensificação da industrialização no setor agropecuário, outros mercados vêm surgindo ou vão sendo transformados e construídos para permitir as diversas manifestações culturais, tradicionais e simbólicas da diversidade da agricultura familiar. Mostrou-se, assim, que os velhos mercados podem ser reformulados, como o varejo local (feira e lojas especializadas), por meio de processos de certificações participativas; e a agroindústria, com ações cooperativistas possibilitando maior autonomia para os produtores. Ainda, discutiu-se como o mercado de compras públicas pode também ser aprimorado para melhor inserção dos

agricultores familiares, como no exemplo das experiências com o PNAE. Ressaltando a atuação do poder público municipal e sua influência na configuração das forças entre os agentes nos mercados, foram trabalhados alguns conceitos da literatura e abordado o caso da Prefeitura de Belo Horizonte. Este capítulo deu subsídio para entendermos como a construção social dos mercados pode ser feita em um arranjo entre os diferentes agentes para o enfrentamento de processos excludentes. Somando-se a isso, auxiliou-nos a perceber como a agricultura familiar de Pará de Minas, ao enfrentar esses mesmos dilemas, pode identificar melhor os gargalos no seu processo de inserção mercantil e procurar alternativas para solucioná-los. No próximo capítulo então, veremos, com a ajuda da bibliografia trabalhada nesse segundo capítulo, a realidade vivida pelos agricultores estudados, suas características, dilemas e estratégias.

CAPÍTULO III. A inserção mercantil de agricultores familiares de Pará de Minas

Este terceiro capítulo corresponde à análise das entrevistas realizadas com agricultores familiares de Pará de Minas. Iniciaremos com uma breve apresentação da metodologia do campo, explicando como se estabeleceu o contato com os entrevistados. Em seguida, começar-se-á a descrever o perfil desses agricultores, suas respostas e analisá-las à luz dos elementos da abordagem da Nova Sociologia Econômica, ressaltados no capítulo anterior. Tentou-se aqui interpretar e refletir acerca das respostas dadas a fim de, dialogando com a bibliografia, responder aos objetivos da pesquisa e assim, identificar problemas e potencialidades da inserção mercantil da agricultura familiar em Pará de Minas.

3.1 Metodologia do trabalho de campo

Os critérios de inclusão do número de agricultores entrevistados correspondem à participação desses em pelo menos um dos mercados vislumbrados em Pará de Minas que foram citados no capítulo anterior: institucional (PNAE), Ceasa, varejo (“sacolões”, supermercados e feira) e agroindústria. Tentou-se incluir uma variedade de produtores que correspondesse aos tipos de atividades desenvolvidas no município de acordo com o Censo Agropecuário de 2006, como: a pecuária leiteira, a horticultura e a criação de frango e suíno. O número de entrevistados ficou em aberto, pois não houve a intenção de trabalhar com amostras representativas, mas sim alcançar uma quantidade específica que me permitisse entender a natureza do fenômeno estudado e a variação de suas ocorrências. O recorte, então, foi definido a partir da indicação da Emater, incorporando na pesquisa aqueles agricultores que eram familiares e que estavam inseridos no maior número de canais possível.

Nesse capítulo, serão feitas algumas comparações das informações obtidas na pesquisa com os dados dos Censos Demográfico e Agropecuário, levantados no primeiro capítulo dessa dissertação, a fim de que mais elementos sejam levados em consideração para a análise da problemática aqui trabalhada. Embora o Censo possa trazer informações diferentes das oriundas do campo desse estudo, o que é natural, uma vez que a amostra não é representativa, essa divergência é benéfica no sentido de possibilitar maior arcabouço de análise e identificar outras questões, como por exemplo, o surgimento recente do PNAE como um mercado para os agricultores familiares de Pará de Minas (fato este que não está presente na tabela de destino da produção do Censo de 2006).

Para subsidiar a elaboração do projeto dessa pesquisa, foi feita uma primeira ida a campo, em setembro e outubro de 2013, na qual recolhi dados e informações mais gerais que possibilitaram caracterizar inicialmente a produção agropecuária de Pará de Minas. Nesse período também levantei os dados do Censo Agropecuário de 2006 e do Censo Demográfico de 2010. Pelas conversas com funcionários da Emater, da Secretaria Municipal de Agronegócio, Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente e, da Secretaria de Educação, com o presidente do Sindicato Rural e com o presidente da Associação de Produtores Rurais da Floresta - ASSPROF, pude desenhar melhor o objeto da pesquisa entendendo os fatores concernentes à inserção mercantil dos agricultores familiares. A partir desses primeiros contatos, fui conseguindo informações de como e onde procurar pelos agricultores familiares que entrevistaria.

No início de fevereiro de 2014, voltei à Emater e consegui alguns nomes e endereços de produtores. Comecei pelos povoados que tinham maior número de agricultores familiares e com maior produção de alimentos. Também participei de uma reunião da ASSPROF, onde conheci mais agricultores e fiz contatos para entrevistá-los posteriormente. Essa Associação foi importante para a pesquisa, pois eles são os fornecedores de alimentos para a merenda escolar e, através dos contatos que fiz com eles, consegui ampliar o número de agricultores estudados. E assim, fui estabelecendo uma rede de contatos que por indicações foram me levando a outros entrevistados. Em fevereiro e março de 2014, foi realizada outra ida a campo, dessa vez com a realização de entrevistas semiestruturadas com os agricultores familiares. Após a qualificação em maio, retornei a campo entrevistando mais produtores em outras localidades, a fim de abarcar uma variedade maior de produtores também de frango e suíno.

Dessa forma, como a primeira investida em campo foi a partir das informações disponíveis pela Emater e das comunidades e distritos onde eu acharia um número maior de agricultores familiares que estavam plantando ou criando animais, comecei pelos aglomerados Aparição e Floresta. Depois, pouco a pouco fui conhecendo outros lugares onde residiam mais agricultores.

Para entender um pouco da dinâmica de comercialização dos produtos produzidos na cidade, foram visitados alguns estabelecimentos do varejo, “sacolões” e supermercados. Conversando com seus proprietários descobriram-se quais produtos eram comprados dentro do município

(folhosas, banana, goiaba e doces) e onde moravam esses produtores. A partir daí, e ainda sob orientação da Emater, visitei posteriormente os distritos de Matinha e Ascensão. Querendo ainda investigar em quais outros mercados se encontravam agricultores familiares, fui à feira livre do município e encontrei produtores de várias comunidades do município.

No tocante às políticas públicas do município, querendo conhecê-las fui à Secretaria Municipal de Agronegócio, Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente e à Secretaria Municipal de Educação, esta em função do Programa da merenda escolar. Os projetos que atualmente a primeira Secretaria realiza são: distribuição de calcário, construção de barraginhas e revitalização da feira, em conjunto com a Emater. Na Secretaria de Educação, pude conhecer melhor o funcionamento do PNAE, saber que eles contavam com uma nutricionista que elaborava o cardápio e que faziam a compra de gêneros da agricultura familiar da Associação dos Produtores Rurais de Floresta, por meio de chamada pública. Quando estes não entregavam todos os produtos demandados pela escola naquela semana, compravam dos “sacolões” ou de fornecedores da Ceasa. Fiquei sabendo também da existência de um Conselho da merenda escolar que se reunia somente duas vezes ao ano, unicamente para fazer prestação de contas.

Ao visitar também o Sindicato Rural de Pará de Minas (patronal) e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pará de Minas, conheci ainda mais sobre a produção rural do município. O Sindicato Rural atendia majoritariamente bovinocultores de leite e de corte, mas também horticultores, suinocultores, avicultores e silvicultores, respectivamente em número de produtores. Os agricultores familiares, principalmente aqueles ocupados na horticultura, eram mais associados ao Sindicato dos Trabalhadores Rurais. Mas foi a partir de contatos dos Sindicatos que conheci mais produtores e visitei os povoados de Trindade, Meireles e Capão do Rosílio (Gomes) e o distrito de Córrego do Barro.

Além desses lugares, visitei a Cooperativa Mista Regional Agroindustrial de Produtores Rurais de Pará de Minas (Coopará), em função da amplitude regional em termos de número de pequenos produtores e produção que ela exerce. Descobri que ela contava, em agosto de 2013, com aproximadamente 430 produtores, sendo a maioria de fora do município. Foi relatada por um funcionário a grande oscilação no número de produtores, mas que em Pará de Minas havia cerca de 65 fornecedores naquela época. Como havia sido mencionado nas conversas que tive com esses atores supracitados que a Coopará era grande compradora dos produtores de leite do município, a visitei inicialmente. Como de fato, nas entrevistas que

realizei com os produtores, a Coopará aparece mais vezes como destino da produção de leite do que outros laticínios.

Tendo então tomado conhecimento de alguns dos agricultores familiares de Pará de Minas, com a ajuda de alguns membros da ASSPROF e do Sindicato Rural de Pará de Minas, em fevereiro e março comecei meu trabalho de campo. As perguntas elaboradas consistiam: num levantamento de aspectos gerais (nome, endereço residencial e do estabelecimento e idade); aspectos da estrutura fundiária (tamanho e propriedade); da condição de trabalho (familiar e carteira assinada e outra ocupação); da produção (consumo e venda); uso de insumos, crédito e renda. Essas perguntas tinha o objetivo de melhor conhecê-los para descrever um perfil e um diagnóstico da realidade dos entrevistados.

Na entrevista semiestruturada, aplicada com os agricultores familiares, na maior parte das vezes em suas propriedades, na ida a campo em fevereiro, março e junho de 2014, procurou-se relacionar as perguntas feitas aos objetivos da pesquisa. Quanto aos objetivos específicos acerca dos *mercados mais acessados pelos agricultores, seus ativos e os valores imbricados na escolha familiar; e se haveria uma tendência maior aos mercados locais, de compra e venda direta com o consumidor*; foi elaborada uma tabela com os canais de comercialização por produto, frequência de venda, quantidade vendida por canal, forma de pagamento, preço por canal e se havia selos de certificação para comercialização. Foram feitas também perguntas quanto ao motivo do acesso ao mercado, assim como os potenciais e problemas de cada um. A fim de verificar a preocupação com a produção de alimentos saudáveis, foi investigado também o uso de insumos químicos e agrotóxicos. A questão quanto à certificação dos produtos se refere à existência de mercados de nichos, com valorização específica para a agricultura familiar.

Para o segundo objetivo específico sobre a hipótese de que os *mercados acessados pelos agricultores familiares seriam socialmente construídos através das relações criadas entre os agentes envolvidos (Estado, comerciantes, atravessadores, etc.)*, foram realizadas indagações sobre a forma de acesso ao mercado, identificando os mecanismos e canais que favorecem ou não a inserção nos mercados. Da mesma forma, se existia algum tipo de apoio público para acessar algum dos canais ou formas associativas envolvidas na comercialização. Aqui também se almejava analisar a existência e o papel do associativismo ou cooperativismo no acesso aos mercados, para saber se eles facilitavam (potencializam) a conexão com os

mesmos e como estão solidificadas ou não as estruturas de ação coletiva, possibilitando também a comparação de trajetórias dos associados e dos não associados.

Foram realizadas outras perguntas para conhecer melhor os produtores de Pará de Minas, entender as relações de trabalho na produção, conhecer a realidade socioeconômica das famílias e o papel de cada alimento nas suas estratégias de reprodução social e econômica e de subsistência, saber qual o peso da atividade agropecuária na renda das famílias, se têm acessado algum tipo de crédito para subsidiar a produção ou para infraestrutura e se fazem parte de algum programa do Governo Federal. Essas perguntas possibilitam uma comparação das famílias entrevistadas com as demais famílias produtoras, recenseadas pelo Censo Demográfico e Agropecuário, caracterizando a agricultura familiar estudada e correlacionando-a com as tipologias levantadas na bibliografia sobre agricultura familiar.

Além dessas questões, também foi meu interesse saber sobre a dinâmica dos mercados em Pará de Minas, sua evolução nos últimos anos e quais os aspectos estariam relacionados às mudanças e a influência dessas transformações nas estratégias de inserção mercantil dos produtores. Em relação à existência de ações coletivas na atividade agrícola, indaguei sobre a ocorrência de relações de troca de serviço ou empréstimo de maquinário e mutirões.

A entrevista semiestruturada foi realizada somente com os agricultores familiares. Com os demais agentes envolvidos e funcionários do poder público municipal e varejistas, as perguntas foram abertas, sem obedecer a um roteiro prévio, para recolher informações que subsidiassem minhas hipóteses. As perguntas feitas com esses atores foram no sentido de saber como eles caracterizariam a produção de alimentos em Pará de Minas (a fim de avaliar o grau de conhecimento deles sobre a produção do município), como era a relação deles com os agricultores familiares (como se dava o processo de comercialização, quais os desafios encontrados) e o que achavam das formas de comercialização dos produtos na cidade (não somente daquelas formas em que eles eram responsáveis, como no caso dos proprietários de “sacolões” e supermercados).

Após esse levantamento de informações, através de conversas informais, comecei as entrevistas com os agricultores familiares. Na próxima parte desse terceiro capítulo irei descrever os resultados encontrados e relacioná-los com as discussões feitas anteriormente.

3.2 Analisando as entrevistas

Foram entrevistados um total de 31 produtores (as) familiares. Esse total foi estabelecido em função desses agricultores pesquisados já abarcarem uma diversidade de formas de inserção mercantil suficientes para a análise da problemática dessa pesquisa. Embora a pesquisa tenha sido orientada para entrevistar mais horticultores, também se preocupou com as demais atividades e suas formas de acesso aos mercados. Esse número foi possível alcançar em função dos contatos que fiz e por meio da ajuda de alguns agricultores, pois devido à grande extensão territorial do município, os povoados e distritos são longínquos e de difícil acesso (em alguns locais os ônibus passam somente duas vezes na semana e a maioria das propriedades são afastadas umas das outras, sendo custoso o deslocamento a pé). Além disso, como eu não conhecia os povoados, ir sozinha não era proveitoso. Para totalizar esse número fui a campo sete vezes: uma vez nos distritos de Ascensão e Matinha e nos povoados de Aparição e Floresta (em fevereiro e março). Em junho, voltei aos povoados de Trindade, Meireles e Capão do Rosílio e ao distrito de Córrego do Barro. Em uma sexta, fui à feira semanal do município onde entrevistei agricultores de outras localidades (Carioca, Caetano Preto, Bom Sucesso e Brás Correia). Também abordei um agricultor, da comunidade dos Guardas, na rua do meu bairro (onde ele vende em seu carro). Já a vendedora de doces veio até a minha casa (pois ela vende nas residências). Essa logística de visitar várias localidades só foi possível devido à proximidade de algumas propriedades nos povoados e o contato de uns agricultores que foram me indicando outros. Para aquelas mais distantes, só tive acesso por meio de caronas, o que me permitiu entrevistar mais produtores em um só dia. Saliento que serão preservados os nomes dos entrevistados a fim de lhes garantir sigilo e segurança, sendo divulgadas somente suas respostas.

O mapa a seguir mostra os distritos e povoados onde os entrevistados residem. Observa-se que mesmo eu não tendo visitado todos os distritos, consegui abarcar um número significativo de localidades onde se localizavam os estabelecimentos rurais. Estas também se mostram espalhadas pelo território do município, possibilitando um possível diagnóstico quanto ao tipo de produção mais encontrado naquela localidade. Os símbolos variam entre A e L conforme nomenclatura do IBGE, sendo o primeiro *aglomerado* (conjunto de edificações formando uma área continuamente construída) e o segundo *localidade* (qualquer local onde exista um aglomerado de pessoas). Já os distritos estão indicados por diferentes cores e os setores censitários - que são a menor unidade territorial de recenseamento do Censo, aparecem em

cinza claro. Também pode ser analisada nesse mapa, a localização das vias de acesso que servem para escoamento da produção tanto para dentro do município, como para fora. A comunidade de Guardas não pôde ser mapeada por não se ter suas coordenadas geográficas, mas sabe-se que ela se localiza próximo à localidade do Capão do Rosílio.

As setas indicativas dos municípios de Belo Horizonte e Sete Lagoas auxiliam na compreensão da localização do município de Pará de Minas e também ajudam a identificar as principais saídas da cidade. É interessante evidenciar que as duas localidades onde se tem mais agricultores familiares, dentre eles principalmente os horticultores, segundo a Emater, são: Aparição e Floresta, ou seja, duas regiões próximas às saídas.



Dos 31 entrevistados, 28 são homens e 3 são mulheres. Não foram feitos cálculos de amostras representativas nem por tipo de atividade, nem por sexo do produtor (a), pois esse não era o intuito dessa pesquisa. Este recorte foi aleatório, correspondendo unicamente ao objetivo de entrevistar agricultores familiares inseridos em uma maior diversidade possível de canais de

comercialização de alimentos. A maioria dos pesquisados se encontra na faixa etária dos 25 aos 65 anos, mais precisamente entre 40 e 65 anos, sendo que 1 tinha 19 anos e 3, mais de 65 anos, todos estes últimos são aposentados. Essa predominância de homens demonstra que esse tipo de atividade agrícola estudada ainda se encontra majoritariamente em mãos masculinas, no município de Pará de Minas. Contudo, muitas esposas trabalham na atividade, mas são invisibilizadas, como relatado por Siliprandi e Cintrão (2011), pois parecem ser os homens que “administram” (ou controlam as decisões) a atividade ou a comercialização. Eram eles que se dirigiam a mim para responder as perguntas e que pareciam ter o domínio das informações de quantidade produzida e vendida. Algumas esposas não estavam em casa, pois tinham ido à cidade (segundo relatos), outras pareciam ocupadas em serviços domésticos. Alguns produtores entrevistados relataram não terem esposas e dois mencionaram que a esposa trabalhava fora. Contudo, algumas acompanharam o marido ao me receberem (6), mas nem todas os ajudaram a responder as perguntas (4). Já o único jovem que entrevistei é filho de um agricultor e planta junto com o pai, mas em outro terreno arrendado.

Apesar de não pretender ser uma amostra representativa, mas o fato de encontrarmos poucas mulheres nos estabelecimentos pesquisados também aparece nos dados do Censo Agropecuário, sinalizando um baixo número de mulheres na condição de produtora do estabelecimento em Pará de Minas. Em 2006, o número de estabelecimentos cujo produtor era homem era de 549 e aqueles cuja mulher era responsável eram somente 29 unidades. No entanto, isso não significa que elas não participam da atividade agrícola, como foi visto em alguns casos dessa pesquisa. Quanto à participação dos jovens, seu êxodo para a cidade (como relatado por alguns entrevistados) pode explicar sua baixa participação nas atividades agrícolas, sendo que somente um agricultor mencionou que o filho trabalhava como tratoreiro.

No caso das mulheres que participaram da entrevista com o marido e de duas que foram entrevistadas diretamente, ambas, além de trabalhar na atividade agrícola principal do estabelecimento, também estavam ocupadas na agroindústria, com a produção de queijo e doces. Segundo Mior (2007), a estratégia de agregação de valor vem associada a atividades que antes eram somente da cozinha rural. Esses produtos, então, passam a possibilitar a garantia de uma renda extra para as mulheres, pois são elas as principais ocupadas nesse tipo de produção. Dessa forma, elas mesmas podem estabelecer o contato direto com os consumidores - ampliando suas redes sociais; e receber diretamente esse pagamento. A outra

mulher entrevistada era uma feirante, que trabalhava diretamente na plantação e na comercialização.

Os entrevistados eram de 11 comunidades, sendo 6 da Floresta, 7 da Aparição, 2 da Matinha, 2 de Ascensão, 2 dos Guardas (sendo 1 na região do Capão do Rosílio), 1 de Caetano Preto, 3 do Carioca, 1 de Bom Sucesso e 1 de Brás Correia; 2 de Meireles, 1 de Trindade e 2 de Córrego do Barro. O último que entrevistei na feira arrendava um terreno no perímetro urbano do distrito sede. Do total, 27 residiam no próprio estabelecimento rural e 4, na cidade. Quanto ao estabelecimento, 19 são proprietários, 6 arrendam e 6 plantam em terrenos dos familiares. O tamanho predominante do estabelecimento é de 0 a 10 ha (15 entrevistados); de 11 até menos de 50 (11) e de 51 até menos de 100 ha, (4), sendo que um entrevistado não sabe o tamanho do terreno que planta, pois arrenda sem contrato - utilizou-se essa divisão de classe para tentar estabelecer alguma correlação com a classificação do IBGE de 1996, embora não haja a intenção de ser uma amostra representativa do universo (conforme Tabela 3), sendo que somente 1 produtor arrendava um galpão de criação de frango numa propriedade de mais de 200 ha.

Fazendo uma correlação com os mercados acessados, entre os agricultores pesquisados, na primeira classe de tamanho do estabelecimento (até 10 ha) são os feirantes (6) os maiores representantes, seguido pelos que acessam a Ceasa (5). Enquanto na segunda classe de tamanho da propriedade, é a Indústria (laticínio, frigorífico e Granja) o mercado mais acessado (8), seguida pela Ceasa e PNAE (6), e a Cooperativa (5) - vide Tabela 8 abaixo. Perguntando quem trabalha no estabelecimento, todos responderam a família, geralmente ele (o entrevistado) e a esposa, ou filho ou outro parente (irmão ou cunhado, principalmente), com predominância de somente dois membros da família trabalhando juntos (em 10 dos casos); em 7 casos apenas um membro; e em 4 casos são 4 membros. Três disseram ter trabalhador fixo (muitos em função da atividade leiteira), 9 teriam trabalhadores temporários (para colheita e plantio) e 3 possuem meeiros. Aqueles canais que apareceram com menos de 3 estabelecimentos não foram computados nessa Tabela, ela representou aqueles que tiveram mais de um agricultor comercializando, por isso os valores em parênteses não fecham com o total de 31 estabelecimentos pesquisados.

Tabela 8. Número de estabelecimentos por tamanho da propriedade dos 31 agricultores entrevistados, mercados mais acessados e produtos mais comercializados nos mercados

Até 10 ha		Produtos	11 a 80 ha (ou mais)		Produtos
15 (48%)	Feira (6)	Hortícolas, doces e queijo	16 (52%)	Indústria (8)	Leite, frango, porco, hortícolas
	Ceasa (5)			Ceasa e PNAE (6)	
	Varejo local, Direto ao consumidor e Cooperativa (3)			Cooperativa (5)	
				Varejo local, Direto ao consumidor e abatedouro (3)	

Fonte: dados de pesquisa

Essa Tabela 8 nos mostra aquilo que a literatura já indicava, ou seja, a categoria agricultor familiar abrange uma vasta diversidade quanto ao tamanho do estabelecimento e características de produção (Carneiro, 1999), assim como está inserida em vários circuitos de comercialização, como relatado por Maluf (2004). Ou seja, dentre os 16 agricultores que tem acima de 11 ha, alguns deles comercializam em mais de um canal ao mesmo tempo. Dentre as atividades dos entrevistados, aqueles tipos de produto que exigem maiores proporções de terreno, como o gado de leite e de corte, estão vinculados às cadeias nacionais da agroindústria. Já a horticultura se mostra com uma distribuição mais equilibrada, estando presente em diferentes tamanhos de estabelecimentos e em vários canais de comercialização. Mas os produtores vinculados à feira estão unicamente na faixa de até 10 ha, pois têm geralmente pequena produção. Aqueles com capacidade de produzir maiores quantidades comercializam no PNAE e na Ceasa, como foi observado no trabalho de campo.

Na pergunta sobre produção no estabelecimento, pode-se notar a grande variedade de produtos que eles têm, mesmo não comercializando tudo. Muitos não mencionam tudo que é plantado ou criado (pelo que vi no estabelecimento), pois não consideravam em sua fala aquela produção que era somente para “despesa” (autoconsumo das famílias). A maior ocorrência de alimentos produzidos no estabelecimento mencionados pelos entrevistados respectivamente em ordem decrescente foi de hortícolas (legumes e verduras), depois leite, galinha caipira, frango e porco, e, por último as frutas. Também foram mencionadas: a produção de feijão, café e a fabricação de doces e cachaça. Dos entrevistados, 24 afirmaram destinar parte da produção para o autoconsumo, o que evidencia que parte da produção familiar é destinada para o sustento/subsistência da família, característica muito peculiar da agricultura familiar (Carneiro, 1987).

A variedade de alimentos que esses agricultores produzem dentro do estabelecimento, sendo que nem tudo é comercializado, indica que sua reprodução social e econômica pode estar também vinculada à manutenção de uma produção para subsistência, além da renda que é adquirida com a comercialização. Como levantado pela literatura (Schneider e Niederle, 2008), mesmo os agricultores inseridos em maior ou menor grau de capitalização nos mercados, há ainda a permanência da produção para o autoconsumo.

Quanto ao uso de esterco, há predominância deste como insumo (16), principalmente na horta de folhosas. Além do esterco, alguns produtores ainda usam câmara de frango (tipo de insumo proveniente de excretas do trato do frango, rico em nutrientes, que atualmente é proibido, mas muito usado como adubo de hortas), ou combinam mais de um tipo de insumo. Mas, 13 produtores mencionaram usar algum tipo de adubo químico e substrato (doado pela Emater). Ainda na produção, 14 mencionaram usar agrotóxico no combate à praga, e 16 não (vide Figura 2 abaixo).

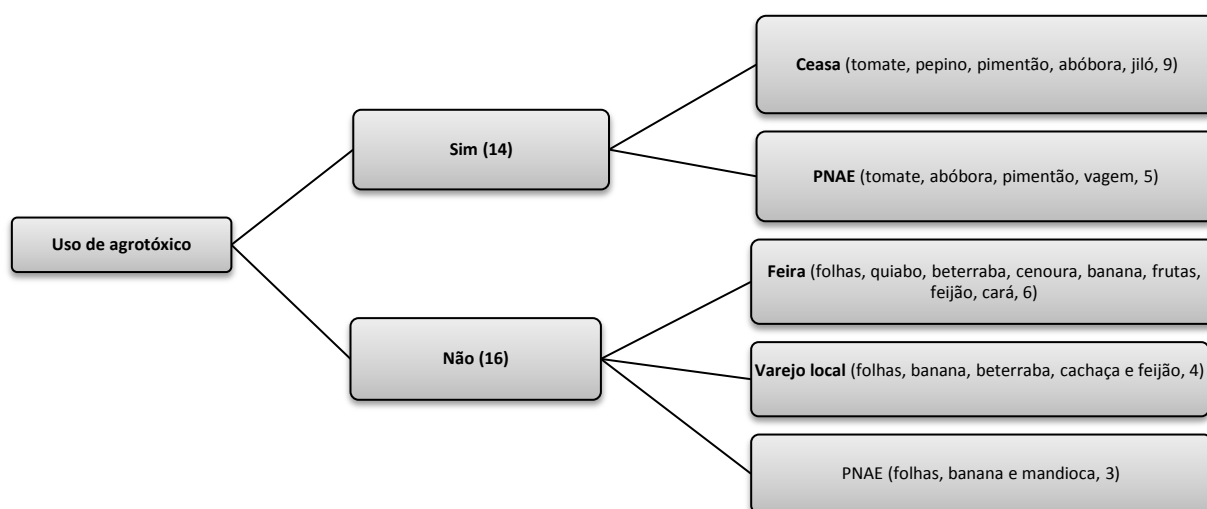


Figura 2. Uso de agrotóxico segundo os mercados e os produtos comercializados.
Fonte: Dados de pesquisa

Pode-se dizer que nesse caso, parte significativa dos agricultores entrevistados pode demonstrar preocupação com a questão ambiental na produção dos alimentos, pois a maioria, mesmo estreita, não utiliza agrotóxico. Grande parte dos produtores que usa agrotóxico está inserida no circuito da Central de Abastecimento e no PNAE, sendo que a maioria deles acessa os dois mercados ao mesmo tempo. Esta parcela dos agricultores familiares corresponde aos plantadores de tomate, pimentão e abóbora, principalmente. Mesmo sabendo da dificuldade que eles enfrentam ao adotar o tipo de produção orgânica, e da existência de

pragas em meio a tantos produtores do mesmo alimento, nenhum deles possui este tipo de produção. No entanto, mesmo entre aqueles que produzem pouco (como eles mesmos disseram), alguns também utilizam agrotóxico. Entre os que não usam agrotóxicos encontram-se feirantes, os que vendem para o varejo local e para o PNAE, produzindo folhosas, frutas, mandioca e cará. Analisando essas respostas, infere-se que o uso ou não do agrotóxico está mais associado à escala de produção, que está intimamente relacionada ao tipo de mercado (mais distante) e ao tipo de produto. Ou seja, alimentos mais sensíveis à praga e ao tempo de consumo, como o tomate e o pimentão, são os que mais se utilizam agrotóxico e também são os destinados ao mercado mais distante, que é a Ceasa. A preocupação explícita com a questão da contaminação dos alimentos somente foi mencionada por 1 agricultor, que não usa agrotóxico *porque contamina os alimentos*. Os demais disseram não ser necessário, pois a produção era pequena ou o tipo de produto não requeria, ou seja, não deixavam de usar agrotóxico por questão de princípios, mas sim por conveniência.

Todos que utilizam agrotóxicos mencionaram a dificuldade de plantar sem ter como controlar as pragas, contudo, percebi na fala deles que há certo “hábito” nisso, como se fosse impossível hoje plantar sem agrotóxico. Somente um produtor de tomate em estufa comentou que pretende parar de usar, mas ainda não será na próxima colheita. Esse produtor, como “ex-integrado” do Grupo Agro, onde recebeu capacitação para produção por meio de “boas práticas agrícolas”, já está inserido no mercado de nicho, vendendo seu produto embalado e com selo para os “sacolões” e para a Ceasa. Por meio da rede social que estabeleceu (segundo ele por meio de familiares que trabalham na Ceasa e no varejo local), e da certificação, conseguiu se inserir em mercados com compradores fixos. Salienta-se que nos “varejões” da cidade, o único tomate diferenciado e embalado é o dele.

Em relação ao crédito, 15 afirmaram acessarem, sendo que 7 pegaram empréstimo pelo Pronaf, 5 no banco Credirural (uma cooperativa de crédito que tem um banco), e 5 na Caixa Econômica Federal (CEF) ou no Banco do Brasil (BB) (vide Figura 3). Aqueles que acessaram o Pronaf comercializam no PNAE, na Ceasa e na Cooperativa de leite, sendo que alguns deles exercem as duas atividades: horticultura e bovinocultura. Quanto à CEF e ao BB, é a indústria o mercado mais acessado por eles. E ao Credirural, quem mais acessa também são os cooperados da bovinocultura de leite. Infere-se que o acesso ao crédito também tem a ver com a escala de produção e com o tipo de alimento, como, por exemplo, aqueles que mais acessam vendem para a Ceasa e criam gado, pois necessitam de empréstimos para custeio da

atividade. Já os produtores da horticultura acessam o tipo de crédito subsidiado pelo governo federal que oferece menores taxas de juros, como o Pronaf. É interessante salientar que os agricultores filiados ao Credirural não mencionaram fazer parte dele como cooperados, evidenciando um afastamento entre a empresa e seus membros. Outra correlação importante é quanto ao tamanho do estabelecimento, sendo que 4 estabelecimentos que acessaram crédito têm até 10 ha; e 11 têm acima de 11 ha, ou seja, são aqueles que têm maiores porções de terra, e provavelmente são mais capitalizados (ou dependentes de insumos externos), que possivelmente necessitam de mais financiamento para começar sua produção ou criação, e conseguem “lidar” com juros mais elevados.

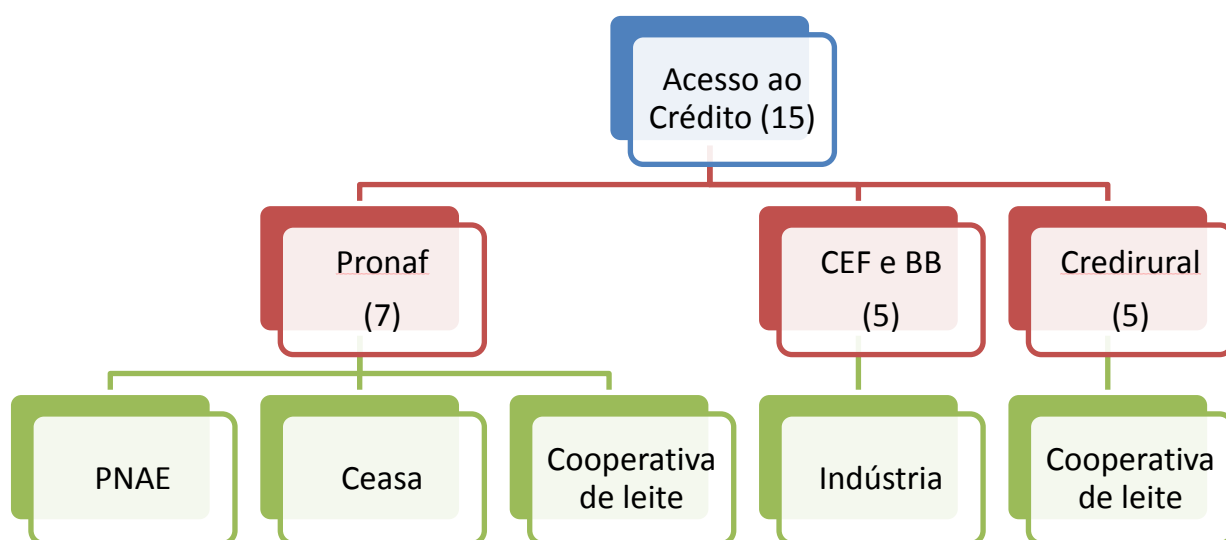


Figura 3. Acesso ao Crédito

Fonte: Dados de pesquisa

Dentre os outros 16 pesquisados que não fazem recurso ao crédito, encontram-se principalmente os feirantes e outros agricultores inseridos nos circuitos curtos, como a venda direta. Alguns deles são aposentados, outros têm renda extra não mencionada; e em outro caso, há membros da família que trabalham fora. Sem podermos afirmar com certeza, mas o acesso ao crédito pode ser uma saída para aqueles que, não tendo outra fonte de renda, não estão conseguindo manter a atividade agrícola só com o rendimento que ela gera. Dos que não acessam há também 3 casos de produção de frango e porco para abatedouro e granja e 4 exemplos de venda para Ceasa e PNAE.

O acesso ao crédito é um dos fatores que demonstra como o universo da agricultura familiar pode ser diverso, pois engloba aqueles que precisam pegar financiamento (provavelmente são

os de maior grau de dependência do mercado) (Schneider e Niederle, 2008) e outros que ou a produção é pequena ou sobrevivem com dificuldade para lidar com os custos da exploração agrícola. O apelo ao financiamento também pode significar uma estratégia para lidar com o processo de especialização produtiva, principalmente na cadeia de leite, frango e suíno ligada à agroindústria, uma vez que o atendimento às exigências por eficiência culmina na implantação de tecnologia e aumento dos custos.

Quanto ao documento que possibilita o acesso dos agricultores a alguns mercados como o PNAE e ao Pronaf, são 17 os agricultores que mencionam ter a Declaração de Aptidão ao Pronaf (principalmente, os inseridos no PNAE e na feira). Essa informação é mais relevante se associada à anterior: do número de agricultores que acessam o Pronaf. No caso dos entrevistados, somente 7 dos 17 agricultores que tem a DAP acessam crédito, ou seja, entre os agricultores pesquisados, o documento corresponde a uma exigência utilizada prioritariamente para acessarem o PNAE. Isso quer dizer que parte dos agricultores que vende para a merenda escolar não precisa de financiamento para sua produção, evidenciando, assim, que o mercado institucional apresenta-se mais seguro quanto à possível dependência de insumos externos à produção.

Em 31 casos estudados, 27 responderam que a atividade agrícola era geradora de toda sua renda. Ou seja, as famílias dos agricultores entrevistados fazem pouco recurso a atividades não agrícolas, uma vez que a exploração agrícola tem se mostrado suficiente para garantia de renda e reprodução social e econômica. Algumas dessas famílias têm permanecido no meio rural, plantando grande parte do seu alimento, vendendo o excedente ou um produto em específico e lidando com as dificuldades do acesso aos mercados sem fazerem uso de financiamento. Já outra parte dos entrevistados, ligados a circuitos regionais ou a cadeias nacionais, principalmente na agroindústria, necessita de investimentos maiores no custeio ou infraestrutura.

Esses dados gerais, que foram apresentados nessa seção, serviram para auxiliar no conhecimento de quem são os agricultores familiares entrevistados de Pará de Minas, entendendo sua condição de acesso aos mercados em relação à necessidade ou não de crédito, ao tipo de produto comercializado e ao tamanho do estabelecimento. Ainda, buscou-se compreender sua forma de produção e preocupação com a segurança do alimento e a saúde do consumidor. Percebeu-se que esses entrevistados têm o perfil bem diversificado, parecido com o que a literatura (Carneiro, 1999) tem apontado e conforme foi trabalhado no capítulo

anterior. Outro fator que nos interessa aqui é que esses agricultores estão inseridos majoritariamente nas formas tradicionais de mercado, o que será discutido na próxima seção.

3.2.1 O processo de comercialização

Na parte de comercialização, os canais mais citados (vide Tabela 9) por ordem decrescente foram: Ceasa-BH (11 ocorrências), PNAE (8), indústria (de leite, frigorífico e granja, 8), Cooperativa (no caso de leite, 8), feira (7), varejo local (6), venda direta ao consumidor (em casa ou na rua, 6), Ceasa-SP (1) e abatedouro (4). Quanto à forma de pagamento, foi relatado que nas Ceasas, eles têm o costume de receber à vista ou em cheque para 30 dias. As Cooperativas de leite e a indústria pagam uma vez por mês; no caso da merenda escolar, relatam que o pagamento não é certo, podendo variar de uma vez por mês ou até uma vez a cada 6 meses; e o abatedouro paga uma vez por mês ou à vista. Mesmo assim, em termos de preço e garantia de venda, os agricultores afirmam que o PNAE e a venda direta ao consumidor são as melhores opções para comercialização. Observa-se também, que um mesmo agricultor está inserido em mais de um mercado, como estratégia de complementação de renda ou escoamento da produção. A associação mais comum, conforme a Tabela 9, foi Ceasa e PNAE (seta verde), ou PNAE e varejo local (seta azul), ou Ceasa, PNAE e Cooperativa de leite (seta vermelha). Aqueles que vendem na feira afirmam não conseguirem acessar o varejo local e nem a Ceasa, ou porque a produção é pequena, ou pelo baixo preço oferecido pelo varejo local. Aqueles que vendem para o PNAE afirmam que esse canal não é suficiente para escoar toda a produção, recorrendo à Ceasa ou aos “sacolões” e supermercados. Essa tabela corrobora com os dados do IBGE quanto às atividades rurais mais exercidas pelos agricultores familiares em Pará de Minas, ou seja, criação de animais e horticultura. Também foram levantadas as vantagens e desvantagens de cada canal apontadas por eles, a fim de identificar os gargalos e potencialidades da comercialização. Assim, destacam-se, conforme a tabela abaixo:

Tabela 9. Canais de comercialização por número de ocorrências, forma de pagamento, vantagens e desvantagens, segundo os agricultores familiares entrevistados

Canais de comercialização	Produtos	Número de ocorrências	Tipo de pagamento	Vantagens	Desvantagens
Ceasas (BH e SP)	Hortícolas	12 (20%)	À vista ou em 30 dias	Compra grande quantidade/ “não tem outro” / “é mais fácil”	Atravessadores/ calote no pagamento/ variação do preço
PNAE	Hortícolas	8 (14%)	30 dias ou até em 6 meses	Preço fixo, melhor	Atrasa o pagamento
Indústria	Frango, leite, carne bovina	8 (14%)	30 dias	Granja grande tem mais estabilidade	Exigências com qualidade
Cooperativa	Leite	8 (14%)	30 dias	Acessível	Paga pouco
Feira	Hortícolas e frutas	7 (12%)	À vista	Bom pra quem produz pouco, e vende tudo/ “renda extra”	Há competição pelo espaço
Varejo local	Hortícolas, frutas, doces, queijo	6 (10%)	À vista ou em 30 dias	É bom/certeza de compra	Preço baixo, difícil de “entrar”
Venda direta (na rua ou em casa)	Cachaça, doces, queijo	6 (10%)	À vista	Preço é melhor	Difícil começar
Abatedouro	Frango	4 (6%)	15 dias ou à vista	Abatedouro menor tem melhores condições de pagamento	Não tem muita segurança em época de crise

Fonte: dados de pesquisa

Em relação aos aspectos positivos e negativos dos mercados, pode-se dizer que alguns têm a vantagem econômica do preço (como o PNAE e a venda direta), enquanto outros se destacam pela estabilidade e segurança (como as Granjas grandes), e outros são “escolhidos” em função da necessidade de escoamento da produção (Ceasa). Há também aqueles que exercem mecanismos limitantes de acesso, como o varejo local (devido ao baixo preço exigido e pela necessidade de se ter “contatos”), a feira e a Granja, com exigência sanitária e de qualidade. Essa tabela nos evidencia as dificuldades que os agricultores enfrentam no acesso aos mercados, como o enfrentamento com os atravessadores na Ceasa, que diminuem seus rendimentos; a dificuldade em estabelecer parcerias e criar laços com os “sacolões” e supermercados; a insegurança quanto aos atrasos no pagamento, como no PNAE; e as exigências com qualidade na indústria, que restringem o acesso dos pequenos produtores.

A partir da leitura de Silva *et al* (2009), sobre as estratégias de comercialização de agricultores da Microrregião de Andradina – SP, pôde-se diagnosticar vantagens semelhantes

da comercialização de alguns desses canais supracitados com o caso de Pará de Minas. Na venda direta, foram identificadas também por eles, as vantagens do preço mais elevado e do pagamento à vista. Para os agricultores entrevistados por Silva *et al* (2009) a comercialização direta é uma fonte de renda extra para complementar o orçamento familiar. O que também pode ser evidenciado em Pará de Minas, uma vez que alguns feirantes aposentados mencionaram que a comercialização na feira também se configurava como uma renda extra, apesar de em termos de valores, a renda da feira chegar a ser maior que o salário da aposentadoria (como relatado por eles).

Também foi mencionado por Silva *et al* (2009) que a comercialização direta era benéfica pela rapidez e facilidade com que os produtos eram vendidos e também pelo fato do trabalho “ser livre”, ou seja, autônomo. O estabelecimento de um convívio social, salientando as sociabilidades construídas nesse tipo de mercado também foi diagnosticado como positivo. Pelos feirantes em Pará de Minas, foi ressaltado dentre esses aspectos, a facilidade em vender toda a produção. É interessante notar aqui, que mesmo a literatura (Sacco, 2013), apontando que a feira é o lócus da valorização do simbólico e do cultural, não foi mencionada pelos feirantes em Pará de Minas a vantagem da feira pelo aspecto das relações de convívio social, embora se tenha percebido uma boa relação entre eles e com os consumidores (com pessoas os chamando pelo nome), de forma a garantir, entre outros aspectos, a venda constante de seus produtos.

Quanto ao comércio varejista, mercado institucional e pequena indústria, que foram analisados por Silva *et al* (2009) em um mesmo conjunto, seus agricultores entrevistados mencionaram a garantia de venda e a compra mediante contrato - com um preço já acordado, como vantagens desses canais. Evidenciando assim, a preocupação com a segurança da comercialização, aspecto também presente entre os entrevistados em Pará de Minas. Entretanto, ao contrário do que parece acontecer na Microrregião de Andradina – SP, em Pará de Minas, o varejo local só oferece segurança para aqueles que já conseguiram “entrar” nesse canal, ou seja, já estabeleceram relações de confiança com o comprador. Da mesma forma, a pequena indústria apesar de oferecer a segurança da compra, não oferece sempre preços compatíveis com a expectativa do produtor e nem com suas necessidades de reprodução. Enquanto isso, o mercado institucional do PNAE, embora pague o preço acordado, atrasa o pagamento, gerando insegurança aos agricultores familiares de Pará de Minas.

Nota-se que em Pará de Minas vários agricultores comercializam em mais de um canal, sugerindo estratégias utilizadas para maior autonomia e poder de barganha frente aos mercados. Da mesma forma, comercializam mais de um tipo de alimento, evidenciando a diversificação de sua produção, acessando uma pluralidade de canais, o que possibilita maior rentabilidade e busca pela garantia de uma renda fixa. O beneficiamento dos produtos, dentro da unidade doméstica de produção, também exemplifica um acesso a formas plurais de renda, como a produção de queijo e doces. Ou seja, os produtores dentro da *estrutura do campo* (Bourdieu, 2005), dos circuitos que se acessam, vão exercendo manobras para sua permanência. E essas manobras são resultado de influências das estruturas sociais nas quais se inserem (dificuldades na comercialização, exigências de qualidade na produção e de prazos na distribuição), da falta do estabelecimento de redes e laços sociais e da história coletiva ou individual dos agentes.

Quanto ao papel que cada produto ou canal exerce na reprodução social e econômica familiar, percebe-se que o leite é considerado o “ganha pão” de cada dia, contudo, não sendo o suficiente para pagar todas as despesas. A produção de hortícolas se mostra viável em função da relativa proximidade a uma Central de Abastecimento e apresenta-se como uma renda significativa na reprodução das famílias. Isso se comprova também pelo fato de praticamente toda a renda ser oriunda da atividade agrícola e existir poucos produtos beneficiados, ou seja, a produção *in-natura* do leite e das hortícolas parece ser suficiente para o sustento das famílias.

Como apontado pela literatura (Maluf, 2004), as estratégias de inserção nos mercados dependem da disponibilidade de recursos dentro da unidade produtiva e implicam distintas combinações desses recursos para garantia de renda. Como por exemplo, a combinação entre cultivo de grãos e criação animal, acrescentando-se aí as hortícolas, variando assim os tipos de canais acessados e a “função” dos alimentos, que além de comercializáveis, fazem parte da alimentação diária das famílias, como se vê em Pará de Minas.

Os produtos comercializados, por número de ocorrências nas entrevistas, são: leite (13), abobrinha (9), tomate e quiabo (7), folhosas (alface, couve, rúcula, salsa, cebolinha, etc. 6), pimentão (5), frango (4), jiló, galinha caipira, beterraba e doces (goiabada, doce de leite, bananinha, doce de mamão, de laranja, de figo, cocada, pé de moleque e doce de milho verde) apareceram 3 vezes. Já o cará, pepino, banana, mandioca, milho, cebola, queijo, gado de corte e criação de suíno (2) e o restante: abóbora mugango, repolho, pimenta, vagem, goiaba,

mudas, cachaça, cenoura, limão, feijão e café apareceram somente uma vez. Percebe-se uma grande variedade de tipos de produtos comercializados pelos entrevistados nessa pesquisa, evidenciando a oferta farta de alimentos que os canais aqui estudados, assim como a população consumidora de Pará de Minas, podem usufruir.

Não é fácil mensurar a quantidade de alimentos produzida, uma vez que os dados relatados pelos agricultores variam conforme a produção daquele ano (se choveu mais, se ele plantou mais ou não) e também a sua forma de contabilizar. Uns responderam por quilo, outros por número de caixas comercializadas, outros por pés, por molhos e por tipo de transporte. Mas o que se pôde perceber é que alguns agricultores têm dificuldade de descrever números exatos da comercialização, evidenciando talvez uma ausência de controle administrativo-financeiro. Porém, em termos de quantidade de produtos produzidos que se pôde analisar, muito se é produzido de tomate, abobrinha e pimentão, conforme também os dados do censo Agropecuário. Outra atividade recorrente é a pecuária leiteira, cujos entrevistados apresentam uma produção média de 164 litros de leite por dia. Embora a variedade de produtos comercializados entre os entrevistados seja grande, o fato de ter muita quantidade de um produto só limita um pouco a variedade de canais aos quais eles poderiam se inserir e a probabilidade de vender tudo, principalmente no varejo local, na feira e nos mercados institucionais. Uma organização desses agricultores orientados para a demanda dos mercados, principalmente de nichos e certificações, poderia garantir melhor inserção mercantil, com garantia de rendas melhores, evitando problemas recorrentes vividos por eles.

Outra pergunta de difícil mensuração de valores é quanto à renda familiar oriunda do estabelecimento. As respostas foram de rendimentos mensais e anuais, brutos e líquidos. A variação foi entre 1 salário mínimo mensal até R\$50 mil reais anuais. Tentando estabelecer uma média para análise, chegou-se ao valor de R\$2.000,00 reais, aproximadamente, de renda mensal dos agricultores entrevistados. Essa renda mostra-se superior ao levantado pelo IBGE no Censo Demográfico de 2010, que foi de R\$810,35 de *rendimento nominal médio mensal de pessoas com mais de 10 anos economicamente ativas*, como oriunda da população rural de Pará de Minas. No entanto, parece estar mais próxima da média para Minas Gerais, que foi de R\$1.263,00. Acredita-se que essa diferença seja em função da pesquisa ter sido orientada para aqueles produtores inseridos nos mercados, não considerando outros tipos de renda de outras atividades não agrícolas. Contudo, a manipulação desse dado exige certo cuidado, uma vez que o rendimento nominal médio mensal do IBGE corresponde a um cálculo específico e é

mensurado por pessoa. Já o valor alcançado, por meio dos relatos dessa pesquisa, pode ser por família, uma vez que isso não foi explicitado pelos entrevistados. No entanto, como a maioria dos entrevistados relatou que a maior parte da renda vem da atividade agrícola e que nenhum outro membro da família exerce atividades não agrícolas, pode-se inferir que essa renda acaba sendo domiciliar. Dessa forma, esse valor encontrado na pesquisa se assemelha mais ao valor do *rendimento nominal médio mensal domiciliar rural* de Pará de Minas, que foi de R\$1.401,45 reais (IBGE, 2010).

Essa informação foi utilizada a fim de identificar qual a situação de renda dos agricultores inseridos nos mercados estudados, assim, conhecendo-os melhor. No entanto, devido às diversas formas de relatar os valores, essa informação pode não ser muito precisa a ponto de estabelecermos comparações, mas faremos uma análise mais superficial. No total, somente 20 entrevistados relataram sua renda. As variações dos rendimentos por tipo de mercado ou produto também são muito expressivas. Por exemplo: entre os que comercializam somente na Ceasa, os rendimentos vão de 1 a 2 salários mínimos; aqueles que complementam esse canal com a produção leiteira, vão de 2 salários a 20 mil bruto mensal. Dentre os que vendem para o varejo local (sem a feira) e que complementam ou no PNAE ou com o leite, os valores vão de 2 salários a 35 mil bruto. Dentre os feirantes, o rendimento varia entre 1 a 7 salários brutos. E quanto à criação de frango, complementada ou não pelo leite, o rendimento vai de R\$1.200,00 a R\$12.000,00 mensais, enquanto a criação de porco variou entre 3 salários e 40 mil bruto. Devido à grande variação nos valores de renda, infere-se que há agricultores que tiram pouco na atividade agrícola, mas há também aqueles que possuem rendimentos altos. Os valores indicados como bruto são ainda mais imprecisos em função de não se saber o quanto foi gasto no custeio e comercialização da produção. Pode-se inferir que a comercialização na Ceasa se traduz em rendimentos mais baixos, mas quando é complementada com o leite, a renda aumenta. Da mesma forma acontece no PNAE e no varejo local. A criação de porco, dentre os entrevistados, parece ser a atividade de maior retorno financeiro. Ou seja, para corroborar com as demais análises sobre as estratégias de acesso aos mercados dos produtores estudados, infere-se que a comercialização de mais de um produto é essencial para a complementação financeira desses agentes e consequentemente, sua reprodução econômica.

3.2.2 Construção social dos mercados

Nessa seção, serão trabalhadas as questões abertas na entrevista semiestruturada. As perguntas quanto ao envolvimento dos produtores em Associações ou Cooperativas ou filiações a

sindicatos têm o objetivo de saber como anda a participação coletiva desses indivíduos, assim como o que eles pensam sobre isso e se elas facilitam o acesso ou a conexão deles com os mercados. Dos 31 entrevistados, 14 mencionaram fazer parte de alguma forma associativa, sendo que 8 pertencem à ASSPROF e 4 à Cooperativa de Leite; 2 ao Sindicato ou a alguma Associação de Moradores de sua comunidade; e 1, à Cogra. Ou seja, um mesmo produtor faz parte da Cooperativa e do Sindicato ou da Associação mutuamente. Percebeu-se que outros produtores que mandavam leite para Cooperativas não mencionaram fazer parte delas. Isso pode ser explicado ou pelo fato de terem se esquecido de responder, ou por não participarem ativamente das negociações/decisões da Cooperativa e não acreditarem no seu papel como cooperado, ou ainda por a considerarem como uma indústria. Do total, 14 afirmaram que uma forma associativa facilitaria a conexão com o mercado, mesmo não fazendo parte de alguma delas. É interessante analisar esse dado em conjunto com o anterior, pois nos mostra a pouca participação desses produtores em formas associativas/cooperativas. Entretanto, pode-se dizer que há entre 14 deles uma crença no poder da ação coletiva para acesso aos mercados.

O conhecimento histórico das transformações nos mercados acessados pelos produtores entrevistados pode auxiliar no entendimento das oscilações das dinâmicas nos circuitos e no comparativo entre as diversas opções de comercialização. A pergunta sobre se houve mudanças nos mercados que eles acessaram nos últimos 5 anos teve resposta positiva em 25 casos, sendo que o restante o considerou estável ou não soube responder. Desses, 7 afirmaram melhora e 15 acusaram piora nas mudanças dos mercados. As respostas positivas foram em função da *melhoria nos preços de venda dos produtos; no aumento do consumo; na melhoria para o consumidor; na comercialização; na produção (por causa do gotejamento) e na qualidade dos alimentos (hoje conta mais qualidade que preço)*. Dos que disseram ter havido uma piora nos mercados, o afirmaram em função: *da diminuição do consumo de doces; aumento dos atravessadores na Ceasa; aumento do custo da ração e do número de produtores no mercado; falta de mão-de-obra e água; queda e variação alta dos preços; queda no mercado de suíno; diminuição do número de produtores de frango; e pesagem do frango antes era feita na cidade, agora é em Betim*. Pode-se dizer que as justificativas variam muito e são subjetivas a cada agricultor, pois há visões diferentes sobre o mesmo mercado. Mas as respostas também confirmam o que a literatura diz sobre o aumento dos preços dos alimentos, em função do aumento do custo (Maluf *et al* 2013), assim como a crescente exigência com a qualidade e a diminuição do número de criadores de frango. Da mesma maneira, a procura por alimentos mais saudáveis fez diminuir o consumo de alimentos

gordurosos e com alto teor de açúcar, como os doces. Por outro lado, as respostas também corroboram com o crescimento do consumo em geral, possivelmente em função, do aumento da produtividade, mas principalmente, da melhoria da renda das famílias no Brasil.

De forma majoritária, as repostas apontam aspectos negativos das mudanças dos mercados. Isso pode ser resultante da especialização produtiva contínua, com aumentos das exigências técnicas e sanitárias ocasionando, assim, redução na diversidade dos sistemas de produção da agricultura familiar (Oliveira e Mello, 2006). Acredita-se que essas mudanças também afetaram alguns agricultores entrevistados, principalmente os criadores de frango, suíno e leite, que foram os que mais relataram *queda e/ou variação nos preços e aumento dos custos e diminuição do número de criadores*. Entretanto, muitos dos horticultores que comercializam na Ceasa também estão entre os que apontaram piora nos mercados, em função dos preços e dos atravessadores, mesmo afirmando também que vender lá é positivo, pois conseguem escoar toda a produção.

Reafirmando os aspectos positivos dos circuitos curtos, já trabalhados no segundo capítulo dessa dissertação com os trabalhos de Schmitt (2011) e Sacco (2013), ao relacionarmos as respostas quanto à melhoria dos mercados, observou-se que são os feirantes e os vendedores que comercializam diretamente com os consumidores que apontam os aspectos positivos dos canais que acessam. Eles afirmaram que houve mudanças positivas nos mercados, pois *aumentaram o consumo e a comercialização*. Ou seja, o movimento de valorização da aproximação entre produtor e consumidor, assim como dos canais como a feira e dos processos de certificação (ex. produtos da goiaba), tem resultado também em melhoria das condições de vida dos agricultores familiares, garantindo segurança alimentar para quem produz e para quem compra. Isso pode lançar luz também quanto à hipótese de haver uma “tendência maior” por circuitos curtos, no sentido de “preferência”, de busca por esses canais por parte dos agricultores, pois esses demonstram melhorias nos últimos anos, que os demais aparentemente, não.

Os relatos das entrevistas ajudam na compreensão sobre as hipóteses levantadas nessa pesquisa quanto: se os mercados resultam de uma construção de relações sociais estabelecida entre os indivíduos e quais aspectos influenciam nos acessos aos canais. Verificou-se assim que os mercados agrícolas em Pará de Minas, nos quais se encontram os agricultores entrevistados, são decorrentes da criação de relações de confiança e de sociabilidade desenvolvidas entre agentes. Contudo, apontam também outros desafios, como a descrença na

ação coletiva para a inserção nos mercados, evidenciando trajetórias individuais de acesso (de agricultores possivelmente dotados de capital social ou político) para tal.

Ao perguntar como e por que eles acessaram aquele canal de comercialização que citaram, foram obtidas as seguintes respostas com mais de uma ocorrência: *por meio de familiares* (que já comercializaram naquele mercado, ex. Ceasa, indústria e abatedouro), *pois já conheciam as pessoas, já tinham contatos com aqueles mercados* (ex. varejo local, PNAE, laticínio, Ceasa e abatedouro). Também apareceram mais de uma vez as respostas quanto à participação no PNAE: *conheceu a ASSPROF por meio da Emater e decidiu vender para a merenda escolar, pois o preço é melhor*. Aqueles que vendem direto para o consumidor (na rua e na feira) relataram que conseguiram *por meio do contato corpo a corpo* e também optaram *porque o preço é melhor*. No caso de alguns dos que vendem na feira, também foi mencionada a *participação da Emater na divulgação da feira* e do objetivo *de divulgar mais os produtos*.

Outras respostas que apareceram somente uma vez, em relação à Ceasa: *acessou porque já tem cadastro lá; porque o varejo da cidade não consome toda a sua produção e na Ceasa ele escolhe tudo; manda pra Ceasa porque não tem outra opção; não consegue vender em Pará de Minas; conseguiu espaço no mercado livre do produtor na Ceasa por meio da ASSPROF; conhece pessoas na Ceasa*. Essas respostas tendem a confirmar a tentativa sem sucesso deles na comercialização com os “sacolões” da cidade. No tocante ao mercado institucional da Merenda escolar, também salientaram que *o preço lá é fixo e pelo fato de venderem para crianças*. Foi mencionado ainda, em relação ao acesso ao mercado pela Cooperativa de leite do município, que *eles são mais acessíveis, compram dos “pequenos”*. Já um dos produtores que vendem para a indústria de leite respondeu que *escolheu aquela empresa depois de ter feito uma pesquisa de qual delas era melhor para comercializar o leite*. Outro agricultor que conseguiu acessar o varejo local menciona que *vende para alguns “sacolões” da cidade porque eles veem buscar*; outro relatou que conseguiu vender *por causa da boa qualidade de seu produto* e um dos que não comercializa no varejo local afirmou que: *é porque eles só compram grande quantidade*.

Quanto ao sistema de integração à indústria do frango, apareceram as seguintes respostas: *entrou na integração, pois não conseguiu sozinho; concorrência desleal com os grandes, pequenos não tem vez nas granjas; pesquisou que na Granja Brasília era melhor, pois em tempo de crise ela segura mais e é quem tá na região, mas nunca fez reunião com os*

associados, eles que decidem. No caso da criação de suíno, apareceu a reposta de *indicação da Pro-Sui* (empresa de assistência técnica e prestação de serviços para a suinocultura). A Tabela 10 abaixo apresenta uma síntese das respostas e dos possíveis valores/aspectos que podem estar relacionados com as mesmas.

Tabela 10. Como e por que acessou esse mercado, por tipo de mercado, número de ocorrências e valores/aspectos relacionados

Como e por quê	Mercados	Número de ocorrências	Valores/aspectos relacionados
Já conhecia as pessoas, tinha contatos	Ceasa, PNAE, varejo local, abatedouro e indústria	Mais de 1 ocorrência	Sociabilidade, confiança
Por meio de familiares	Ceasa, abatedouro e indústria	Mais de 1 ocorrência	Confiança
Preço melhor/fixo	PNAE, varejo local, direto ao consumidor, indústria (leite e frango)	Mais de 1 ocorrência	Estabilidade, segurança, rentabilidade
Por meio da Emater	PNAE, Feira	Mais de 1 ocorrência	Respaldo institucional
Não “consegue” acessar o varejo local ou este não consome toda a sua produção	Ceasa, PNAE	Mais de 1 ocorrência	Ausência de capital social do agricultor e do varejista/restrições do mercado
Contato corpo a corpo	Varejo local	1 ocorrência	Sociabilidade
Divulgar mais o produto	Feira	1 ocorrência	Visibilidade, reconhecimento
Vender para crianças	PNAE	1 ocorrência	Responsabilidade/solidariedade
Porque compra dos “pequenos”, mais acessível	Cooperativa de leite de Pará de Minas	1 ocorrência	Visibilidade, reconhecimento
Boa qualidade do seu produto	Varejo local	1 ocorrência	Visibilidade, reconhecimento
Os pequenos não tem vez nas Granjas	Indústria (frango)	1 ocorrência	Ausência de capital social/restrições do mercado
Indicação da Pro-Sui*	Abatedouro (suíno)	1 ocorrência	Respaldo institucional
Não deu conta sozinho	Indústria (frango)	1 ocorrência	Insegurança, instabilidade/restrições do mercado

*Empresa de assistência técnica e prestação de serviços para suinocultores.

Fonte: dados de pesquisa

As respostas acima nos indicam a importância das relações de confiança e dos relacionamentos pessoais estabelecidos entre os agentes na hora da comercialização, como salienta a bibliografia da Nova Sociologia Econômica. A influência do conhecimento prévio entre as pessoas e dos familiares parece ser significativa nos acessos dos agricultores entrevistados aos mercados em Pará de Minas. A noção de enraizamento (Granovetter, 2003) nos auxilia, nesse caso, a compreender como a ação dos indivíduos é importante nesse processo, na medida em que é encorajada por laços sociais e normas de confiança. Aqueles agricultores que conseguiram se estabelecer de forma fixa como vendedores no varejo local criaram uma rede social de confiança, baseada na qualidade de seu produto e numa possível dotação de capital social, que permitiu a ele desenvolver maior poder de barganha, uma vez que os varejistas parecem oferecer preços baixos aos agricultores.

Podemos ver também, que não são unicamente valores econômicos que os agricultores familiares perseguem, mas sociais e simbólicos, de visibilidade, reconhecimento e solidariedade, quando eles dizem, por exemplo, que a *Coopará é quem compra o leite dos “pequenos”* (mesmo essa Cooperativa pagando menos do que outras indústrias da região); quando relatam que vendem para a escola, *pois é para as crianças*; ou quando conseguem acessar o varejo local em função da *valorização da qualidade de seu produto* ou *para maior divulgação dos mesmos*. A confiança e o respaldo institucional também são vistos na influência de órgãos como a Emater e empresas como a Pro-Sui no acesso dos agricultores entrevistados. Quando alguns agricultores relatam que seguiram os familiares, seja na produção ou no acesso ao mercado, isso também pode sinalizar para uma manutenção da herança na atividade rural, evidenciando também que a ação é fruto da história coletiva dos atores. Percebe-se que não há uma forte correlação entre aspectos de sociabilidade, confiança, segurança ou estabilidade com a escala de produção ou a proximidade/tipo do canal, estando presente em vários deles. Mas os aspectos de visibilidade e reconhecimento aparecem estar mais relacionados a uma melhor ou mais próxima relação entre os indivíduos, ou seja, nos circuitos curtos de comercialização.

A acessibilidade dos agricultores aos diferentes canais tem forte relação com as restrições impostas pelos mercados, não sendo fruto unicamente da ação do indivíduo. As exigências com a qualidade do frango, no caso das granjas, e do leite, acabam por incutir nos produtores pequenos a tomada de decisões por outros mercados. Ou ainda, nesse processo mais amplo de expropriação dos meios de produção, à perda de renda em prejuízo do sustento e da

reprodução social e econômica das famílias. Isso reflete também a ausência de políticas públicas que atendam as necessidades dos agricultores e facilitem ou garantam o acesso deles aos mercados. A saída, muitas vezes, parece ser um mercado “menor”, como o abatedouro no caso do frango, que aparece como uma solução, possivelmente em função da maior facilidade de negociação com o proprietário, como indicado na resposta: *vender para o Marquinho é bom porque tem gente mais antiga.*

A outra questão aberta sobre os potenciais e os problemas dos canais (apresentados na Tabela 9) também permite um comparativo entre eles. Contudo, a variedade de opiniões e a divergência de algumas delas se mostram interessantes para a análise. As respostas com mais de uma ocorrência foram: *vender direto é melhor, assim como mercados com garantia de venda constante; vantagem do PNAE é que o preço é fixo*, contudo, a Prefeitura que paga pela Merenda escolar *atrasa o pagamento*; e *comercializar na Ceasa é melhor*. Também apareceu pelo menos uma vez: *vender direto é melhor, mas é difícil começar a vender, da mesma forma com o varejo local, pois não consegue “entrar”*; *vender no varejo local é muito barato*; *na Ceasa, eles “roubam” a gente (não pagam, há roubo de mercadoria e cheques que voltam)*; *no supermercado é bom*; *vender para o mercado interno é melhor e para conhecidos também*; *o varejo local já tem os vendedores próprios e eles não compram de outros*. Destacando aqui os feirantes, as respostas foram: *comercializar na feira é bom pra quem produz pouco e porque vende tudo*; *na feira há competição pelo espaço*; *os “sacolões” desperdiçam comida e ainda vendem caro*. Aqui, percebe-se uma preocupação com o alimento e com o consumidor, ressaltando a valorização dos circuitos curtos de comercialização.

Também foi ressaltado pelos integrados do frango e do suíno: *seria melhor um mercado que desse garantia; abatedouro menor é melhor em forma de pagamento; Cogran paga melhor aos grandes, pois busca em tempo hábil, dos pequenos demoram mais; Cooperoeste era bom antes, mas exigiam depósito e não demos conta*. Foi relatado que o frango não pode pesar menos de 5kg e nem morrer mais de 5% dos pintos, se não a Granja não paga por eles. Ou seja, a busca por estabilidade e segurança na comercialização realmente são fatores recorrentes na fala dos entrevistados. Mas percebe-se aqui o problema da concorrência com grandes produtores, uma vez que eles conseguem produzir o frango em tempo melhor para a indústria do que os pequenos, que acabam tendo que recorrer aos abatedouros menores. Ou seja, a intensificação dos processos e as exigências da indústria, aos poucos vão fazendo

seleção dos que conseguem permanecer produzindo. Mas há aqui também uma “preferência” pelos abatedouros menores pela forma de pagamento.

Parece claro, entre os agricultores familiares entrevistados, que a maior proximidade produtor-consumidor nos circuitos curtos é benéfica para a comercialização, como indica a bibliografia, pois preferem vender para conhecidos, com a segurança de que vão receber o pagamento, além de muitas vezes, à vista. Outro aspecto que influencia no acesso ao mercado é a garantia de venda constante e o preço fixo. É recorrente a dificuldade relatada por alguns em vender para o varejo local, pois não conseguem entrar ou porque pagam pouco, contudo, para aqueles que já estão inseridos parece ser satisfatório. Com uma Central de Abastecimento tão próxima, os produtores levam seus produtos à Ceasa, para muitas vezes lá, venderem para os proprietários dos “sacolões” da própria cidade. Isso evidencia mais uma vez a ausência do Estado, no caso o governo municipal, na organização dessa logística e na facilitação dessa comercialização para ambas as partes, como aconteceu no caso de Belo Horizonte. Para facilitar essa logística, a Prefeitura estabeleceu parcerias entre permissionários e agricultores, mediante sua fiscalização.

Alguns agricultores estudados relataram que é na Ceasa que conseguem um preço melhor, o que se apresenta bastante peculiar, uma vez que a presença do atravessador prejudica o melhor rendimento do produtor. A Ceasa aparece então, como um “mal necessário”, pois é um mecanismo de escoamento da produção, localiza-se próxima a Pará de Minas, mas apresenta vários problemas no pagamento e em função dos atravessadores. Os agricultores familiares, que não estão associados, mesmo plantando alimentos em comum e próximo territorialmente uns dos outros, não conseguem tomar medidas coletivas que os auxiliem no enfrentamento do acesso, por exemplo, ao mercado local. No caso da ASSPROF, no entanto, duas conquistas podem ser observadas: a participação no PNAE e o acesso ao local na pedra da Ceasa.

Quanto ao envolvimento do poder público – não especificado nas entrevistas se municipal, estadual ou federal e nem quais tipos de empresas ou autarquias corresponderiam - na criação ou na facilitação do acesso aos mercados pelos agricultores familiares, a maioria das respostas foi negativa, no sentido de não haver nenhum tipo de auxílio. Contudo, a Emater foi citada algumas poucas vezes (5) pela conquista da barraca na feira e por alguma assessoria, e a Prefeitura (2) também por causa da feira. Um entrevistado chegou a mencionar que *o apoio não fazia falta*; já outro disse que *seria bom se tivesse algum auxílio*. Essa e outras afirmações

supracitadas evidenciam a ausência do poder público municipal no equilíbrio de forças com os mercados, no intuito de facilitar os acessos. Excetuando-se os casos de algumas trajetórias individuais nas quais os agricultores familiares conquistaram o acesso aos mercados, assim como aqueles que fazem parte da ASSPROF, não há conquistas onde o poder público municipal tenha, de fato, interferido ou possibilitado o acesso ao mercado, possibilitando ganhos para os produtores. Sabe-se, que muitas vezes, o governo municipal não tem verba suficiente para executar alguns projetos, mas poderia fazer parcerias com entidades locais para financiamento ou executar e acompanhar mais de perto os programas das outras instâncias de governo: estadual e federal.

Outra indagação sobre a existência de ações coletivas no trabalho agrícola ou ações de reciprocidade, seja por troca de serviços, mutirões ou empréstimo de maquinário, a resposta majoritária foi não. Contudo, empréstimo de máquinas apareceu 6 vezes, troca de serviços e ajuda da família, 2 vezes. Aluguel de trator e pagamento de diárias para vizinhos também apareceram 2 vezes. O que se percebe com muita evidência é que os problemas são parecidos, mas a participação em ações coletivas para o alcance de bens públicos, ou a luta por espaços nos mercados locais são ínfimas. Normas de reciprocidade entre vizinhos que plantam quase os mesmos produtos e passam as mesmas necessidades também não existem, a não ser pela lógica financeira, do pagamento por serviços prestados.

Quanto à existência de mercados com selos ou certificações da agricultura familiar, identificou-se somente 3 casos: do tomate italiano “k-sabor” (produzido em estufa), da pimenta da “Assproonça” e dos doces caseiros a base de goiaba “Floresta doces artesanais”. Pode-se afirmar que esses três produtores tiveram iniciativa exitosa nas relações estabelecidas entre os agentes para construir o acesso a seus mercados. O produtor de tomate fez parte de uma capacitação em produção de tomates em estufa, desenvolveu o selo e vende as bandejas de tomate direto para o varejo local. Assim também fez o produtor de goiaba, cuja esposa é quem faz os doces e ele comercializa no município. Já o produtor de pimenta vende por meio de uma Associação de outro município. Observa-se que há diferenças entre as trajetórias individuais e as coletivas de acesso aos mercados. Aqueles que conseguiram estabelecer seus compradores próprios e fixos podem ser dotados de capital social ou cultural que possibilitou tal inserção individual. Há também a inserção por meio do associativismo, que fortalece os processos de negociação para conquista de compradores e espaços para barganha, como é o

caso da ASSPROF no PNAE. Contudo, os demais que não se enquadram em nenhum desses casos, podem ainda enfrentar dificuldades grandes na inserção nos mercados.

3.3 Considerações acerca da inserção mercantil dos Agricultores familiares entrevistados

Por fim, a análise das entrevistas nos permite extrair algumas conclusões. Pôde-se inferir que os agricultores familiares entrevistados apresentam-se integrados às cadeias nacionais, através da Ceasa e das indústrias (Granjas, laticínios e frigoríficos), e aos circuitos regionais (feira, varejo e PNAE) ao mesmo tempo.

Como pode ser visualizado no diagrama abaixo e inferido a partir da análise de campo, os agricultores entrevistados estão inseridos em vários circuitos, e muitos deles em mais de um ao mesmo tempo, em função da variedade de produtos que comercializam ou da necessidade de escoamento da produção. O próximo diagrama é uma tentativa de adaptação daquele elaborado por Maluf (2004), no qual esse mesmo autor demonstra que os agricultores familiares podem estar integrados ao mesmo tempo em cadeias nacionais e internacionais e a circuitos regionais, onde se inclui a comercialização direta. Dessa forma, os agricultores familiares entrevistados em Pará de Minas se encontram entre uma diversidade de oferta de alimentos e de canais de comercialização que vão desde uma produção de base sustentável, para o autoconsumo com venda do excedente, até vínculos com grandes corporações. Ou seja, a agricultura familiar tem sobrevivido com formas tradicionais de produção mesmo frente à seleção que as grandes corporações fazem no sistema de integração de frangos, suínos e leite (Maluf, 2004).

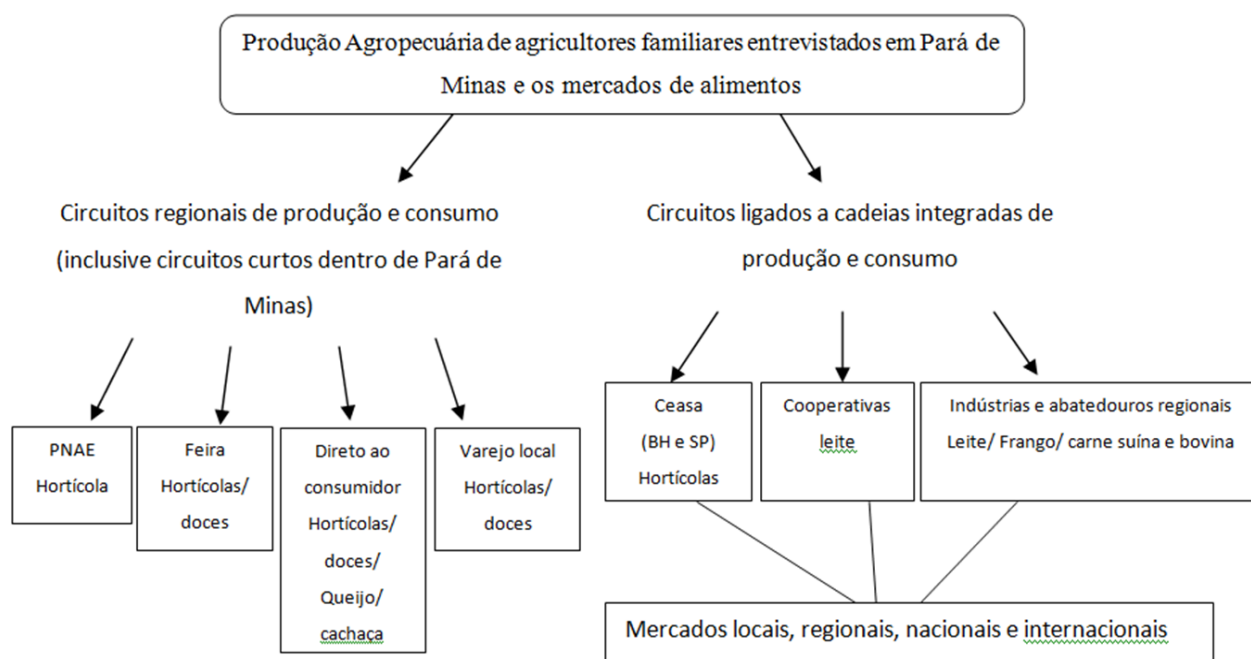


Diagrama 1: circuitos de comercialização
Fonte: dados de pesquisa e adaptação de Maluf (2004)

Os produtos evidenciados no diagrama acima são aqueles que apareceram mais de uma vez nas entrevistas e são também os mesmos relatados pela bibliografia. Segundo Maluf (2004), nos circuitos regionais são mais comercializadas as frutas, as hortícolas, os queijos, carnes variadas, galinha caipira, doces e conservas. E nos circuitos ligados às cadeias integradas, estão presentes as carnes para a agroindústria, leite para laticínios e hortifrútiis para consumo *in-natura* ou processados.

De acordo com o diagrama acima e com a análise de campo, a feira seria então o lócus da aproximação produtor-consumidor e da comercialização de produtos mais saudáveis para o consumidor e para o meio ambiente, em função dos agricultores entrevistados na feira relatarem o não uso de agrotóxico. Como relatado por Sacco (2013), as feiras sobreviveram em função do protagonismo simbólico e cultural, que vão além dos aspectos econômicos. Mas para os agricultores sobreviverem às influências de agentes econômicos privados (como nesse caso os varejistas) necessitam de ações públicas para permanecerem produzindo alimentos de qualidade a preços acessíveis com consumidores frequentes.

No caso da Ceasa, embora seja uma opção muito acessada pelos agricultores de Pará de Minas, ainda apresenta limitações e prejuízos em função da presença crescente e poder dos atravessadores e dos custos com transporte. Há uma concentrada produção de tomate, pimentão e abóbora em Pará de Minas, destinada à Ceasa, que poderia ser reorganizada,

variando o tipo de produção e negociando a compra com o varejo local. Embora o papel das Centrais ainda seja importante, principalmente no escoamento da produção dos estudados, a dinâmica do comércio atacadista do consumo de hortifrutigranjeiro pode, aos poucos, transferir-se para o sistema supermercadista de grande distribuição (Cunha, 2010). Porém, esse papel do sistema supermercadista ainda se encontra pouco expressivo entre os agricultores entrevistados, uma vez que são poucos produtos (ex. banana, goiaba, tomate e folhas) comprados diretamente dos agricultores familiares. Esse mercado pode ser potencializado como forma de inserção de produtos especializados da agricultura familiar, caberá aos mesmos orientar a produção para a construção de valores (culturais, coletivos) e a criação dos contatos necessários.

Em conversa com os funcionários da Emater, das Secretarias Municipais de Agronegócio e Educação, dos Sindicatos, com os proprietários de “sacolões” e supermercados e com os agricultores, pude perceber a existência de alguns conflitos. Para assegurar o sigilo dos entrevistados, não mencionarei nomes, mas foi relatado que um dos motivos que dificultava o crescimento da feira era a forte presença e domínio de mercado dos donos de “sacolões”¹¹, que como relatado anteriormente, estão em propriedade de poucas pessoas e são em grande número na cidade. Além disso, a não adesão efetiva de todas as escolas ao PNAE, também tem a ver com o fato da comodidade (ou do menor preço) de comprar desses “sacolões” e da burocracia do programa, como foi salientado por alguns entrevistados. Percebe-se que a exigência com a qualidade do alimento oriundo da Associação tem ocasionado em devolução do produto, prejudicando os agricultores. A dificuldade de comercialização no varejo local é justificada pelos proprietários de “sacolão” em função do alto preço requerido pelo agricultor e da baixa qualidade de seu produto.

Nessas e em outras situações, observa-se a pouca participação do poder público local na facilitação do acesso dos agricultores ao mercado e na ínfima atuação do Conselho da merenda escolar no acompanhamento do programa para sua melhor realização, pois a regulação estatal nas atividades econômicas pode alterar as forças que influenciam os mercados. O autor Fligstein (2001) nos ajuda a entender como o Estado pode interferir na ação das empresas, mudando o equilíbrio de forças em um mercado, sendo portanto esses, espaços de conflitos e disputas de poder. Ou seja, sabendo que existe esse conflito dos

¹¹ Observou-se que alguns proprietários de “sacolão” visitavam a feira e criticavam os alimentos. Também é sabido que em dias de feira alguns “sacolões” fazem promoções dos seus produtos para competirem com os feirantes.

varejistas, tanto com os feirantes, como com os fornecedores do PNAE, cabe ao Estado, na figura do governo municipal, estabelecer medidas de regulação de preços no varejo e estimular a feira e a compra da merenda escolar, ou mesmo implementar o PAA também como uma opção de mercado complementar aos demais.

A não adesão dos agricultores entrevistados ao PAA em Pará de Minas, até o momento da finalização dessa pesquisa, pode refletir duas coisas. Ou os agricultores não sabem do programa, não conhecem o mecanismo de compra direta pela Conab e não foram orientados pela Emater do município, ou a inserção mercantil deles nos circuitos mencionados nessa pesquisa possibilita maior rendimento que o PAA, a ponto deles não se interessarem por esse mecanismo de compra direta. Contudo, pode haver agricultores, dentre eles alguns dos estudados aqui, que ainda sofrem com a insegurança na hora da comercialização, sendo melhor a garantia da compra pelo Governo Federal, mesmo o preço do produto não sendo muito compensador em um primeiro momento. Sabe-se que a Prefeitura está intermediando a implantação do PAA no município, sendo interessante uma análise posterior da condição de inserção mercantil desses agricultores, uma vez que nessa pesquisa não foi possível conhecê-los a tempo.

Acredita-se assim, que é preciso haver uma maior divulgação e valorização da feira, assim como melhor atuação do poder público local no apoio à compra da Merenda escolar, com aumento da compra dos gêneros da agricultura familiar, no apoio à organização da produção desses agricultores visando à demanda das escolas (se assim quiser o agricultor, esse apoio específico pode ser articulado com a atuação da Emater), e no compromisso do pagamento em dia aos agricultores. Ainda, é preciso que se debata com os vários atores locais a necessidade de uma parceria, entre produtor e comprador local, organizando e facilitando um melhor abastecimento da cidade. O exemplo da Prefeitura de Belo Horizonte - ilustrado no segundo capítulo, com a criação de programas de compra direta de agricultores e a organização deles para comercialização nos entrepostos, equipamentos e vias públicos, auxilia no entendimento de como o poder público local pode impulsionar atividades a fim de sanar conflitos entre os agentes envolvidos na comercialização, possibilitando garantia de trabalho e renda aos agricultores familiares. Estabelecer parcerias é importante para a expansão da cobertura e no aumento do grau de eficácia dos programas públicos, sejam elas com ONGs, organizações governamentais e iniciativa privada (Nabuco *et al* 2000).

Não se pode deixar de mencionar que algumas mudanças podem ser fruto das políticas públicas do Governo Federal, como o crescimento e permanência do PNAE, com aumento das verbas repassadas ao longo dos anos. Também como foi relatado em entrevistas o fato do agricultor familiar ter conseguido *se sobressair, se organizar mais e pegar financiamento*, pode tanto ser fruto de suas mobilizações coletivas, como da ampliação da cobertura dos programas federais. Da mesma forma, a mulher tem *aparecido mais, lutado por seus direitos*, conseguindo documentação (como o cartão do produtor/a) e se associando, isso muito em função dos programas estarem considerando mais o papel da mulher e possibilitando a ela essas conquistas. Claro, que não se pode negligenciar, a luta que elas vêm travando para alcançar esses direitos.

Outros conflitos percebidos são em relação ao poder dos “grandes” sobre os “pequenos”, principalmente nas Granjas de frango e suíno e na participação nas instâncias de decisão das mesmas e das Cooperativas. Como foi salientado anteriormente, os integrados na produção de frango e suíno ficam à mercê das exigências das Granjas, e assim como os produtores de leite, não conseguem ou não se veem como membros capazes de voz e voto para conquistar melhores condições para a comercialização de seus produtos. Segundo Offe (1999) a representatividade dos atores nas organizações da sociedade e os recursos que dispõem facilitam a ação coletiva para aquisição de bens públicos e para garantia de seus direitos, dessa forma, constroem capital social. Assim, a cooperação voluntária se torna mais fácil numa comunidade com estoque de capital social. Analisando as entrevistas, parece ser insuficiente a dotação de capital social desses agricultores familiares integrados à agroindústria em Pará de Minas, inexistindo assim, ação coletiva que favoreça a voz desses atores nessas instâncias.

Observa-se também, a partir das entrevistas, que os vínculos sociais são marcantes na determinação de algumas dinâmicas e acessos aos mercados. São os parentes ou conhecidos que muito contribuem para facilitar essa inserção. Alguns indivíduos que parecem ser dotados de capital social ou cultural conseguiram, mas outros que não estão inseridos podem ser carentes de laços ou relações sociais que os beneficiem, como pode ser evidenciado nessa fala: “*vender direto é difícil, pois a gente não conhece as pessoas*”. O município mostra carcer de relações horizontais mais fortes, de indivíduos que sejam capazes de impulsionar ações coletivas de sucesso na luta pela inserção nos mercados estendendo confiança a outros indivíduos. E por outro lado, alguns agentes dotados de forte influência econômica e política

(como os varejistas) têm minado algumas formas de inserção mercantil da agricultura familiar. Contudo, como foi relatado por um agricultor que *vender para o supermercado era bom*, considerando que eles têm comprado direto do agricultor, poderia haver nesse caso, maior empenho de ambas as partes para se organizarem em produzir e comprar um produto específico de nicho que não há ainda em Pará de Minas.

Entretanto, para aqueles produtores que conseguiram acessar o varejo local e para os feirantes que se mantiveram por tanto tempo na feira, pode-se dizer que foi o estabelecimento de laços de confiança e sociabilidade, assim como a construção de reconhecimento e visibilidade de seus produtos, como salienta Granovetter (2003), e possivelmente, o maior poder de negociação, que os possibilitaram se manter nesses mercados. Da mesma forma, o fato do varejo local comprar de agricultores familiares paraminenses conhecidos na Ceasa ao invés de comprarem de desconhecidos também evidencia que nos mercados: “os vínculos sociais concretos, localizados, são determinantes de suas dinâmicas e que, portanto, sua auto regulação depende da própria maneira como a interação social ocorre” (Abramovay, 2004, p.21). Como argumentam Sonino e Mardsen *apud* Niederle e Schubert (2009) não somente as redes alternativas são enraizadas em instituições sociais, culturais e políticas, mas também as redes convencionais devem ser assim consideradas, evidenciando a existência de variados graus de enraizamento dos mercados. E isso é claramente vislumbrado em Pará de Minas, uma vez que há predominantemente a existência de velhos mercados que são enraizados de diversas maneiras num conjunto variado de atores locais, regionais e globais.

Para Wilkinson (2002), a existência de velhos mercados, e o possível receio de expandir as atividades e buscar novas opções, tem a ver com o fato de que os atores sociais estão imersos em circuitos sociais que simplesmente replicam conhecimentos já existentes. Isso acontece, pois, a expansão para novos mercados requer estabelecer novas ou ampliar as redes sociais existentes. Os agricultores familiares entrevistados parecem vivenciar isso, pois sua inserção em muitos mercados se dá através do estabelecimento de redes ou laços sociais já consolidados e não há casos de extensão dessa rede com construção de novos mercados, como por exemplo, mercados de certificação, orgânicos, etc.

Como já foi mencionado, a pesquisa realizada teve como objetivo maior oferecer um diagnóstico de referência para o município quanto à produção agropecuária nele realizada.

Assim, identificando os conflitos existentes no acesso aos mercados pelos agricultores e as potencialidades das relações sociais estabelecidas, considerando que estas podem ser impulsionadas pela ação pública. Isto posto, não poderia deixar de mencionar algumas reclamações ouvidas, que apesar de não serem novidade na literatura do mundo rural, precisam ser registradas. O município de Pará de Minas, assim como outros locais, tem passado por uma redução do número de produtores rurais, sendo que alguns entrevistados justificam isso pelos problemas no sistema de integração na avicultura e suinocultura. São também identificados obstáculos com respeito às exigências sanitárias e tecnológicas de especialização produtiva, como no caso do leite; além de outras dificuldades relacionadas com o aumento dos custos e a queda dos preços. Além disso, verifica-se um êxodo rural de jovens gerando uma situação de escassez de mão-de-obra. A dificuldade maior de acesso a crédito tem a ver com a insegurança em investir na produção sem garantia de retorno e o medo de não conseguir quitar a dívida, como relatado por um agricultor. Mas o maior limitante enfrentado, de acordo com alguns entrevistados, é a exigência da legislação ambiental, em um processo de fiscalização que pouco dialoga com a realidade do produtor.

Isto nos leva a retomar, na finalização desse capítulo de análise das entrevistas, algumas questões abordadas no mesmo. A agricultura familiar de Pará de Minas, ao menos no que nos foi possível perceber com as entrevistas realizadas, ainda tem acesso ao que a bibliografia chama de “velhos mercados”, enfrentando antigos dilemas como a presença do atravessador, a produção sem venda garantida, perda de produção em função das exigências sanitárias (ex. frango), conflito com varejistas (com feirantes e outros produtores), falta de apoio da Prefeitura e problemas com pagamento e regularidade no processo de comercialização. Não há uma participação efetiva do poder público municipal na facilitação do acesso aos mercados e nem um movimento de exigência maior dos consumidores com o consumo de alimentos saudáveis e diferenciados para impulsionar a feira municipal ou o varejo como um todo. A produção agropecuária do município é diversificada, assim como os mercados vislumbrados, com comercialização local, regional, nacional e até internacional, fazendo a cidade ser bastante conhecida, principalmente no mercado de laticínios, frango e suínos. Outro aspecto trabalhado neste, e nos capítulos anteriores diz respeito à presença de valores sociais e simbólicos em todos os canais de comercialização. Observou-se que, associada a uma estratégia econômica de renda extra ou fixa – quando produzem ao mesmo tempo leite e hortícolas, ou comercializam na Ceasa e na merenda escolar – está também aliada à busca por

valores como estabilidade e segurança ou mesmo de reconhecimento e valorização de seu produto ou de sociabilidade, por exemplo, entre produtor e consumidor. Percebeu-se também que os mercados são fruto de construções de relações de proximidade e confiança, onde o contato entre as pessoas e o estabelecimento de redes sociais é o que mais facilita ou mesmo possibilita a inserção mercantil desses agricultores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação iniciou-se a partir do interesse em entender como se dá a inserção mercantil de agricultores familiares de Pará de Minas. Pretendeu-se investigar quais fatores determinavam as escolhas (ou a falta delas em casos onde fatores externos condicionam suas ações) desses atores, no que se refere às estratégias adotadas por eles e ou aos mecanismos limitantes do acesso aos diferentes mercados. Para realizar essa pesquisa era preciso conhecer os agricultores familiares de Pará de Minas, sua produção, sua forma de trabalho e principalmente, como eram estabelecidas as relações com os demais agentes envolvidos no processo de comercialização. Da mesma forma, era necessário conhecer um pouco os mercados agrícolas, suas características, potencialidades e fatores limitantes.

Assim, iniciou-se abordando a realidade dos agricultores e dos mercados de Pará de Minas, trazendo dados socioeconômicos, de produção agrícola, estrutura fundiária e descrevendo as observações de campo acerca da problemática da inserção mercantil. O que se observou foi que Pará de Minas tem uma grande extensão de área rural, aproximadamente 7 vezes maior que o perímetro urbano, contudo a população rural corresponde a somente 5% do total de habitantes. Os dados dos últimos Censos mostram que o município tem diminuído sua população rural, assim como o número de estabelecimentos agrícolas. Contudo, a economia continua com um forte peso do setor agropecuário, correspondendo este a 31% do VAF total do município. Além disso, uma parcela significativa da população (20%) está ocupada no setor da indústria de transformação, principalmente na fabricação de produtos alimentícios e bebidas (carne, pescado e laticínio).

Analisando as informações coletadas nos Sindicatos e na Emater, embora tenha diminuído o número de estabelecimentos agrícolas, muitos trabalhadores rurais tem residência na cidade ou nas sedes dos distritos e, cerca de 5% da população urbana está ocupada nas atividades do setor primário. Essas informações, associadas à pirâmide etária do município e aos relatos das entrevistas, apontam que uma parcela dos jovens entre 15 e 19 anos se muda para a cidade para trabalhar nas indústrias de transformação de produção de alimentos, no comércio e nas residências. Ou seja, há uma tendência de êxodo rural que se mantém ao longo dos últimos anos, com diminuição dos estabelecimentos rurais (principalmente aqueles de até 10 ha) e provavelmente da produção de alimentos, mas há uma permanência da importância do setor agropecuário na economia do município, assim como uma busca maior dos agricultores por

mercados como a feira e a compra institucional da merenda escolar. A evolução do PIB também comprova isso, embora o setor agropecuário tenha crescido menos que os demais, ele está dentro da média brasileira, enquanto o setor de indústria e serviços aumentou significativamente nos últimos anos. Dentre as atividades do segundo setor, acredita-se que a indústria de transformação de alimentos e bebidas ainda tenha um peso importante.

Quanto ao processo de comercialização, segundo os dados do Censo Agropecuário, observou-se que a agricultura familiar apresenta maior variedade de produtos, assim como maior número de estabelecimentos, porém não detém maior volume de produção. A atividade presente no maior número de estabelecimentos, em Pará de Minas, em 2006, é a pecuária (cujo tamanho predominante do estabelecimento é de 10 a menos de 50 ha), seguida pela horticultura (até 10 ha, predominantemente), conforme observado na Tabela 4. Em Pará de Minas, a maioria dos produtos destina-se aos atravessadores/intermediários, como pôde ser evidenciado também no trabalho de campo, seguida da venda direta ao consumidor. Isso acontece tanto com a agricultura familiar quanto com a patronal, de acordo com a Tabela 7. Segundo os dados do último Censo Agropecuário do IBGE, os produtos mais produzidos pela agricultura familiar paraminense eram: tomate, abobrinha, alface, couve e quiabo. Esse levantamento geral de dados do município, oriundos dos Censos Demográfico e Agropecuário do IBGE, serviu também para propiciar algumas comparações com os agricultores familiares estudados, embora não tenha sido objetivo fazer destes últimos uma amostra representativa do universo de todo o município. Ou seja, o recorte dos agricultores entrevistados nessa pesquisa foi feito de forma aleatória, tendo como intenção somente estudar agricultores que fossem familiares e estivessem inseridos na maior variedade de mercado possível.

Os referenciais teóricos, mobilizados para compreender a problemática da inserção mercantil em Pará de Minas, iniciando pelos tipos de análise abordados na literatura, permitiu perceber que a complexidade das transformações no meio rural se traduz em uma heterogeneidade de formas, característica também encontrada entre os agricultores estudados. Acredita-se que o núcleo familiar tem autonomia para formular estratégias e se adaptar às condições econômicas e sociais, sendo capaz de criar, reproduzir ou romper valores. Percebeu-se que a natureza do vínculo com o mercado, que também é variada, oferece informações sobre o tipo de estratégia das famílias na atividade agrícola. Isso pôde ser percebido com os agricultores entrevistados, uma vez que o tipo de mercado acessado e sua forma de acesso refletem a estratégia tomada

pelas famílias. Um exemplo dessas estratégias seria buscar comercializar na Ceasa e no PNAE ao mesmo tempo. Dessa forma, garante-se um mercado fixo e a preços melhores como o PNAE, enquanto que na Ceasa a comercialização enfrenta mais incertezas. Da mesma forma, a comercialização na feira evidencia uma procura por um mercado de maior proximidade com o consumidor, onde se tenha mais segurança para vender toda a produção, como relatado pelos agricultores entrevistados.

Buscaram-se também alguns autores que falam das transformações nas exigências dos mercados, com maiores pressões por eficiência econômica nas unidades de produção com redução de custos e inovações tecnológicas. Esse ambiente concorrencial que levou a adoção de novas economias de escala prejudicou produtores de leite, frango e suíno. Em Pará de Minas, a redução do número de produtores no período 1996-2006 pode ser fruto disso. Esse cenário, muitas vezes, demanda apoio do poder público e a adoção de mecanismos compensatórios das desvantagens dos pequenos produtores no acesso a recursos e na concorrência com os grandes. Dessa forma, percebeu-se que em Pará de Minas, os agricultores estudados enfrentam essas dificuldades e não contam com apoio suficiente para lidar com as relações de poder estabelecidas entre os agentes. Assim, as opções para os agricultores familiares caminham no sentido da construção de mercados, baseados no valor dos produtos com formas associativas que envolvam também a distribuição dos mesmos. E isso é imprescindível para os produtores estudados.

Discutiram-se também os preceitos da Nova Sociologia Econômica que aponta, entre outras questões, que o homem econômico está imerso em relações sociais, ele age a fim de salvaguardar sua situação, suas exigências e seu patrimônio social. Foi possível inferir nessa pesquisa (principalmente nos relacionamentos estabelecidos para o acesso à Ceasa) que, assim como postula a NSE, nos mercados, os vínculos sociais concretos são determinantes de suas dinâmicas. Ou seja, os mercados não se formam pela relação entre oferta e procura, como diziam os neoclássicos, mas pelas referências entre os atores em suas ações econômicas, pois estas estão enraizadas em redes de relacionamentos pessoais. A NSE ajudou a explicar como as ações dos agricultores estudados estão incrustadas em sistemas de relações de confiança, como por exemplo, no caso daqueles produtores que comercializam com os “sacolões”.

Por fim, a descrição e análise da pesquisa de campo realizada, mostraram que a realidade dos agricultores familiares entrevistados quanto à inserção nos mercados enfrenta problemas antigos, mas ainda se sustenta muito em função dos laços que foram estabelecidos entre eles e os agentes envolvidos na comercialização. As estratégias adotadas pelos agricultores, de modo geral, não se mostram orientadas por uma racionalidade econômica exclusivamente, mas sim por outros fatores que impactam a garantia de sua reprodução social.

Ao avaliarmos as estratégias adotadas pelos agricultores familiares entrevistados para o acesso ao mercado, percebe-se que as mesmas refletem estratégias de reprodução social e econômica. Em muitos casos, as famílias produzem mais de um tipo de alimento a fim de garantir sua subsistência, uma renda fixa e outra complementar, como é o caso do leite em conjunto com a horticultura, uma vez que a produção desta é sazonal. Além disso, muitos agricultores familiares acessam mais de um mercado para complementar a renda ou escoar toda a produção, como nos casos de venda no PNAE e na Ceasa. A tendência maior é por mercados onde o fornecimento é fixo e constante, mesmo que o pagamento não seja à vista, como no PNAE. Outra estratégia adotada foi a criação da ASSPROF para conseguir principalmente um local fixo na pedra da Ceasa Minas, o que possibilitou também aos agricultores membros, o acesso ao PNAE. Assim, a combinação entre canais que garantam renda constante e/ou aqueles que possibilitam maior grau de autonomia e capacidade de decisão nos circuitos mercantis, assim como a combinação de um canal curto onde se garante mais confiança nas transações e outro, onde o produto é mais valorizado, contribui para assegurar a reprodução econômica e social desses agricultores e de suas famílias. A conjunção de atividades de membros da família fora do estabelecimento com aquelas atividades agrícolas de dentro do estabelecimento também podem se mostrar estratégicas para a reprodução do seu meio de vida e manutenção da unidade produtiva.

As estratégias tomadas pelos indivíduos não podem ser unicamente deduzidas de uma posição ou situação imediatas, pois as categorias de percepção e apreciação dos mesmos são produto de suas histórias coletivas e individuais. Dessa maneira, eles sofrem a influência da estrutura social, de estímulos condicionais e convencionais. Contudo, como aponta a literatura abordada no segundo capítulo, há possibilidades de manobra dentro dessa estrutura a partir da dotação de capital social, cultural ou político dos agentes. Ou seja, a produção de mais de um alimento, a criação de mais de um tipo de vínculo com o mercado e o estabelecimento de

negociações entre os agentes (articulações com o poder público local e com agências de assistência técnica) evidenciam as manobras que os agricultores fazem para se manterem na atividade agrícola.

A produção de doce e queijo também reflete a adoção de estratégias para aproveitamento do alimento e garantia de renda extra, principalmente no caso das mulheres. São as esposas, que muitas vezes não participando do ganho da comercialização do produto em si, feita esta pelo marido, ficam com a renda do doce e do queijo. A estratégia também é percebida quando eles comercializam o leite e o frango, cuja renda é mensal e a horticultura, cuja produção é temporária. A comercialização nas feiras e a venda direta também são apontadas como renda extra nos casos dos aposentados e daqueles que têm outras rendas não oriundas da atividade agrícola.

Observa-se que o mercado institucional da merenda escolar entra na estratégia econômica como um complemento de canal para comercialização, pois não é possível para os agricultores venderem seus produtos unicamente para as escolas. No entanto, há o interesse dos agricultores familiares entrevistados em aumentarem a venda para as escolas, pois os valores pagos são decididos pela Associação e maiores que na Ceasa. Contudo, não se pode afirmar que mesmo havendo uma melhora desse mercado, com aumento das compras por parte do poder público, será suficiente para o escoamento de toda a produção dos agricultores estudados. Acredita-se que para aqueles que comercializam no PNAE e no varejo local, o aumento desses mercados pode ser mais satisfatório ao ponto de se organizarem para não precisarem recorrer à Ceasa. Ou seja, entre os agricultores pesquisados, o PNAE e o varejo local (exceto a feira, pois tem agricultores com menor produção) são canais complementados com outros mercados.

Embora não seja objetivo aqui categorizar os agricultores conforme graus de mercantilização, cabe mencionar algumas elucidações quanto a essas estratégias que garantem a reprodução social e econômica das famílias pesquisadas. Considerando o não aprofundamento desse estudo na relação mais econômica do papel dos mercados no rendimento familiar, mostra-se pouco plausível que julguemos que uma estratégia ou outra signifique formas de sobrevivência dos agricultores que não tem escala ou recursos para se integrarem ao sistema nacional da agroindústria ou signifique uma mescla de canais para valorizar o produto. Ou

seja, torna-se difícil afirmar que certos agricultores familiares acessam mais de um canal por estratégias de sobrevivência ou simplesmente para aumentarem suas rendas. Mesmo porque, um fator não está descolado do outro, e todas as estratégias mencionadas aqui podem estar contribuindo para garantir a agricultura familiar como uma forma social de organização do trabalho e da produção. O que se pode dizer é que aqueles agricultores entrevistados que estão integrados à agroindústria em Pará de Minas e os que comercializam na Ceasa parecem enfrentar maiores dificuldades do que, por exemplo, os que vendem direto ao consumidor. E que o acesso às políticas públicas, como o PNAE, tem se tornado uma forma mais segura de escoamento da produção.

O leite, produção mais tradicional no município, é complementado também pela criação de frango e suínos entre os entrevistados. Estas atividades apresentam-se mais recentes, segundo o histórico das atividades agropecuárias descrito no primeiro capítulo. Ou seja, mesmo a produção de leite sendo uma atividade antiga e constantemente presente, no caso da agricultura familiar, ela também não tem sido suficiente para o sustento das famílias, pois em 10 de 11 casos de comercialização do leite estudados, ele é complementado por outra atividade. Já dentre os pequenos agricultores, a feira e a venda direta aparecem como única opção de comercialização dos mesmos, não sendo complementada por nenhum outro canal.

A análise dessas estratégias de complementação, seja de mercados para o mesmo produto ou de tipos de alimentos diferentes, evidencia que os canais curtos oferecem maior segurança para os agricultores, por isso são acionados como complementação, como a venda direta, o PNAE e o varejo local. Embora não na mesma proporção, mas as Cooperativas de Leite e os abatedouros de frango também se mostram “menos arriscados” que as indústrias ligadas às cadeias nacionais. Ou seja, como postulado pelos teóricos da Nova Sociologia Econômica, as normas de confiança, mais presentes nos circuitos curtos, tem papel importante na permanência da comercialização.

Existe também uma preferência por vender para pessoas conhecidas, por ter confiança da certeza do pagamento, assim como vender direto para o consumidor, como na feira e nas residências, para recebimento à vista e com melhores preços. Percebe-se que as estratégias podem variar em função da quantidade produzida e do tipo de produto, mas elas sempre se orientam no sentido de garantirem segurança de venda, mais do que forma de pagamento e

preço. Mas é predominante a incerteza, pois a resposta quanto à busca de fornecimento constante evidencia que os mercados acessados ainda não são completamente seguros.

Seguindo com a abordagem dos fatores limitantes dos mercados, a análise das entrevistas elucidou a grande dificuldade dos agricultores familiares em comercializar nos “sacolões” locais, uma vez que estes não compram de qualquer agricultor, mas sim daqueles cuja relação de confiança já foi estabelecida. Enquanto na Ceasa, os compradores pagam valores baixos e o agricultor menos capitalizado fica à mercê do atravessador. No PNAE, que se apresenta como uma forma de mercado complementar, o atraso no pagamento por parte da Prefeitura, deixa os agricultores inseguros. Em se tratando dos circuitos curtos, a feira também apresenta um limitante que é a competição pelo espaço, pois foi relatado por um entrevistado que era difícil *marcar lugar na feira* em função dos antigos feirantes. Por outro lado, a grande concorrência também nas Granjas e as limitações impostas pelo processo de especialização produtiva, são fatores que dificultam ou impedem o acesso dos produtores familiares.

Quanto à hipótese de que haveria uma preferência para venda direta ao consumidor em circuitos curtos, apareceram respostas que podem indicar que estes têm as melhores formas de pagamento, preço e segurança na venda e no recebimento. Contudo, o acesso aos circuitos curtos tem muita relação com a quantidade de alimentos produzidos, que por ser pequena dificulta a inserção em mercados de abastecimento regionais, como a Ceasa. Mesmo assim, várias respostas sinalizam para uma preferência de venda direta ao consumidor. Esse fato, para a literatura sobre o mundo rural não é novidade, mas evidencia que muitos agricultores familiares de Pará de Minas ainda sobrevivem à custa da inserção nesses velhos mercados. Ou seja, não há ainda formas alternativas e criação de novos mercados, como orgânicos, de nichos ou outros tipos de certificações.

Esse fato levanta algumas indagações interessantes para o debate. Em Pará de Minas, sobrevivem mercados “velhos” com alimentos convencionais há muito tempo, tanto nos “sacolões”, quanto na feira ou venda direta. Mesmo enfrentando problemas como queda na comercialização, como relatado por alguns entrevistados, eles ainda enfrentam os limites dos mercados com os mesmos produtos. Uma hipótese para responder a esse fato poderia caminhar no sentido de um mercado consumidor pouco exigente e mais tradicional. Ou mesmo a proximidade com uma capital faz pensar que esses consumidores busquem produtos

diferenciados lá, ao invés de exigir isso dos mercados em Pará de Minas. Isso pode ser relacionado também com a fala da extensionista da Emater de que já houve tentativas de elaboração de projetos de capacitação da população rural para outros tipos de atividades agrícolas e não agrícolas, mas sem muito retorno e interesse dos agricultores locais. Por outro lado, também foi relatada por agricultores entrevistados, a pouca atuação da Emater. Acredita-se que nesse caso possa haver uma discordância entre o que se espera desse órgão de assessoria técnica e o que ele oferta de serviços.

Atendendo a um dos objetivos da pesquisa quanto a identificar os mercados mais acessados pelos agricultores familiares entrevistados, constatou-se que são os seguintes, por ordem de ocorrência: Ceasa, PNAE, Cooperativa de leite, indústria (leite e carne) e feira, respectivamente. Como mencionado nos capítulos anteriores, cada um deles apresenta aspectos positivos e negativos variando de acordo com o tamanho da produção e o tipo de alimento produzido pelos agricultores familiares. A Ceasa, embora tenha o problema do atravessador e da insegurança quanto ao pagamento, é necessária ainda para aqueles produtores com maior quantidade de produção, uma vez que não conseguem vender tudo na cidade. Pela Ceasa estar muito próxima a Pará de Minas, os produtores não conseguem se organizar com o varejo local para ambos não precisarem se deslocar até Contagem. Considerando que segundo os proprietários de “sacolões” e supermercados, Pará de Minas não tem todos os produtos que eles vendem nos seus estabelecimentos, cabe aqui uma ação coletiva ou uma organização do poder público local, no sentido de criar um entreposto comercial para venda dessa produção, inclusive considerando a produção regional do entorno do município. Ou seja, organizar os produtores para que eles produzam uma variedade maior de alimentos, tentando evitar uma superprodução de poucas variedades, como pode ser vislumbrado com o tomate, abobrinha e o leite de vaca. Uma tentativa de aprimorar a comercialização criando nichos de mercado seria a produção leiteira de outros animais além da vaca, que é predominante no município.

O mercado institucional da merenda escolar é visto como uma opção segura e fixa de comercialização para os produtores, mas precisa ter um compromisso maior das escolas com a participação no programa (regularidade da compra) e da Prefeitura com o pagamento em dia combinado e estimulando uma melhor relação com os agricultores para a produção de alimentos. Da mesma forma, o Conselho da Merenda Escolar precisa ser mais atuante na

fiscalização e acompanhamento do programa beneficiando a comunidade escolar e os agricultores familiares.

No caso das Cooperativas de leite, a vantagem das pequenas empresas é o acesso mais facilitado para o pequeno produtor, contudo, este precisa ter mais voz nas decisões e lutar por maior participação nesses meios. A oscilação do preço do leite e a terceirização do serviço de coleta, resultantes do processo de especialização, também são fatores limitantes do acesso a esse mercado. A indústria de laticínios e carne também passa por esse processo e tem cada vez mais expropriado os pequenos produtores, embora na opinião de alguns deles, a indústria ainda ofereça alguma segurança, pois tem maior estabilidade no mercado.

No caso das dificuldades enfrentadas pelos produtores de leite, que trocam muito de comprador em função da oscilação do preço e demonstram ter pouca expressão nas Cooperativas, o acesso ao mercado institucional da merenda escolar poderia ser uma boa opção. Como relatado pela nutricionista que houve essa tentativa, mas sem sucesso, acredita-se que para os pequenos produtores, o mercado da merenda escolar pode lhes garantir mais segurança e melhores rendimentos. Além do PNAE, o PAA que está em vias de ser implementado, também poderia ser outra opção de canal, uma vez que o número de estabelecimentos com produção de leite no município é bem expressivo, conforme dados trabalhados no primeiro capítulo.

Enquanto isso, a feira continua com sua tradição de ser o lócus do agricultor familiar que produz pouca quantidade e ainda mantém as relações de visibilidade e reconhecimento como motores-chave da construção desse mercado. Embora, em Pará de Minas, a feira ainda sobreviva a alguns custos com a comercialização de produtos iguais por feirantes diferentes e a escassez de produtos especializados e diferenciados. A feira, em Pará de Minas, precisa ser re-apropriada sob a valorização de aspectos de qualidade, como, por exemplo, com produtos diferenciados, agroecológicos e orgânicos.

Nesse sentido, em todos os mercados supracitados aparecem valores contidos nas respostas dos agricultores familiares entrevistados que não estão somente na direção da busca por lucro. No acesso aos mercados são buscados objetivos sociais, além de econômicos, como: sociabilidade, confiança, estabilidade, segurança, reconhecimento e visibilidade. Muitas

vezes, foram os laços familiares ou entre amigos, já estabelecidos anteriormente, que possibilitaram alguns acessos. A ação econômica é construída na relação entre os atores, ou seja, a escolha por um canal ou outro entre os agricultores estudados é pautada, em muitos casos, pela relação de proximidade e confiança e isso pode influenciar os valores e a forma de pagamento dos produtos.

Por fim, os fatores mencionados nas entrevistas que auxiliam o acesso dos agricultores familiares aos mercados são: proximidade com o local de venda; contatos com pessoas (relações sociais criadas); possibilidade de buscar o produto em casa; por meio da assistência da Emater e outros órgãos ou empresas; e através da ação coletiva da Associação dos Produtores Rurais de Floresta. Percebe-se que as conexões estabelecidas para o acesso aos mercados vão desde relações sociais de parentesco e entre vizinhos, até vínculos mais longínquos entre agricultores e atores globais, como na Ceasa e nas indústrias.

O panorama de inserção nos mercados de Pará de Minas, encontrado a partir das entrevistas com 31 agricultores familiares, nos mostra que há uma predominância de velhos mercados e que estes ainda apresentam diversos fatores limitantes, como muito já foi apontado pela literatura sobre o rural. Uma hipótese levantada para tentar compreender essa realidade é o fato da proximidade com uma Central de Abastecimento, que torna a comercialização do varejo local mais prática e o acesso dos agricultores mais rápido, embora tenha a presença do atravessador – que ora exerce um papel de escoamento da produção, ora de explorador. Essa proximidade também prejudica indiretamente o crescimento da feira, uma vez que o número de “sacolões” e sua variedade de produtos são grandes e a feira só acontece uma vez na semana. Outra hipótese levantada para entender esse cenário é o fato da criação ou construção de novos mercados depender da expansão das redes sociais entre os agentes, o que muitas vezes é difícil para o agricultor. Por isso que formas coletivas de comercialização e a ação do poder público local podem auxiliar nesse processo de estabelecer novas redes sociais.

Mesmo assim, os problemas persistem: agricultores inseguros quanto à venda (na Ceasa e no PNAE), feirantes sem clientes (pois as pessoas preferem comprar no varejo), preços baixos (pagos na Ceasa, no varejo e na Cooperativa) e atrasos no pagamento (PNAE). Isso associado a uma fraca presença de ações coletivas, num contexto em que os grandes dominam os

mercados (de leite e carne, principalmente), isolados casos em que agricultores conseguem vender no varejo local e ausência de voz nas instâncias de decisão.

A predominância de velhos mercados, como comercialização direta produtor-consumidor, intermediação via atravessador e agroindústria evidencia que a agricultura familiar (aqueles entrevistados) de Pará de Minas ainda não vê a construção de novos mercados de qualidade como uma saída para seus antigos e permanentes problemas; ou os agricultores não “conseguem” expandir suas redes sociais a fim de ampliar seus mercados. A quase ausência de selos ou certificações (com exceção de 3 casos citados) também pode nos mostrar que o acesso a modelos tradicionais de mercado ainda tem “dado certo”, embora a duras penas, para esses agricultores entrevistados. Mesmo a relação com esses mercados sendo construída por redes sociais estabelecidas entre os agentes, como diagnosticado na análise das entrevistas, essas relações sociais construídas ainda não caminharam no sentido de criar novos mercados de qualidade ou nichos específicos.

É interessante ressaltar também que não foi mencionada pelos agricultores familiares a adoção de outras atividades rurais, como turismo, artesanato e outras manufaturas. Aspectos culturais da culinária regional também não são apropriados como alternativas de comercialização. Esses produtores não recorrem a essas atividades para complementação de sua renda. Acredita-se que a influência da cultura urbana de uma localidade tão próxima a uma metrópole e a expansão do setor de comércio e serviços no município tem atraído parcela dessa população antigamente produtora de alimentos.

Para finalizar as considerações finais da dissertação, destacaremos algumas lições apreendidas das experiências relatadas no segundo capítulo, que possam servir como recomendações para a tomada de decisões no enfrentamento dos desafios da inserção mercantil da agricultura familiar de Pará de Minas. Trata-se de experiências relacionadas com processos de certificação, boas práticas do PNAE, cooperativismo e associativismo da agricultura familiar e a atuação do estado na inserção mercantil, contribuindo para a reflexão sobre o papel do poder público municipal de Pará de Minas.

O processo de certificação agroecológica das experiências da Cooperagrepa em Terra Nova – MT; das Feiras Agroecológicas da Borborema – PB; e da Rede Ecovida de Agroecologia, nos

estados do Sul do Brasil pôde ajudar a entender como esse tipo de mercado pode potencializar o funcionamento da feira ou incentivar a instalação de lojas especializadas em Pará de Minas. A maior lição que se pode tirar dessas experiências é quanto ao fato do processo de fiscalização da qualidade dos produtos ser realizado por pessoas de dentro das redes estabelecidas na certificação. Esse processo sendo realizado pelos próprios produtores fortalece normas de confiança, intercâmbios orais e pressão social para que as ações deem certo. Outro aspecto positivo dessas experiências é a capacitação interna dos agentes para certificação, que levam em consideração as especificidades do local.

Embora essas experiências tenham o seu histórico específico que as levaram à criação de processos de certificação com melhoria de vida para os produtores, elas evidenciam que a busca por soluções coletivas de problemas em comum podem gerar melhores condições de comercialização. Mostram também que a certificação dos produtos se tornou um diferencial para a conquista de mais mercados e consumidores. E que a qualificação dos produtos feita de forma interna com um selo personalizado contribui positivamente para o desenvolvimento rural endógeno, atendendo às necessidades da população local.

O que acontece em Pará de Minas é justamente uma carência de mercados e produtos diferenciados, pois existem poucos casos de certificação, isolados e a maioria, individuais; uma feira municipal sem identidade, com pouca clientela; e um varejo com majoritariamente alimentos convencionais. Ou seja, um processo de certificação, iniciado e mantido pelos próprios agricultores familiares em Pará de Minas, poderia reverter esse quadro, garantindo mais renda para os produtores e mais qualidade de vida para todos. Cabe mencionar que o sucesso dessas feiras supracitadas foi resultado de uma resposta qualificada e coletiva a uma demanda dos consumidores por produtos mais saudáveis. Ou seja, o movimento dos consumidores também se mostra importante nesse processo de valorização da feira.

Da mesma forma, os relatos de implementação do PNAE nos municípios de São Gonçalo do Rio Abaixo, Orizânia e Capitão Enéas também levantam lições a serem aprendidas. Essas e outras experiências de gestão do PNAE evidenciam pontos importantes para sua melhor execução, como a atuação do Conselho da merenda escolar. Em alguns municípios onde eles são atuantes, suas ações mudaram os rumos do Programa ao evitar a terceirização da alimentação escolar, exigir a contratação de nutricionistas e assegurar a participação dos

conselheiros na licitação e acompanhamento da aceitação do cardápio pelos alunos. Nesses casos, em que o CAE lutou por mudanças e mudou o rumo do atendimento escolar, o número de reuniões passou de 20 por ano. Percebeu-se que o diferenciador mais positivo entre a gestão das Prefeituras e das escolas nos municípios avaliados é a participação dos atores envolvidos na Alimentação Escolar, seja por meio dos Conselhos ou da atuação dos merendeiros e dos produtores locais. Ou seja, os CAEs não devem unicamente avaliar a prestação de contas (como ocorre em Pará de Minas), mas sim acompanhar todo o processo.

Além disso, também foi apontado nessas experiências, como fator positivo para o bom funcionamento do PNAE, a capacitação dos profissionais e a atuação do governo municipal, estimulando os agentes envolvidos na implementação do programa e aumentando a verba para a merenda, ou seja, ampliando o repasse que é feito pelo Governo Federal. Mas o quesito mais importante é a união entre os agentes: Prefeitura, Emater, agricultores (por meio ou não de suas Associações), Sindicatos (se for necessário) e comunidade escolar, que com ações conjuntas conseguiram lidar com as dificuldades e burocracias do programa. Mesmo que em Pará de Minas, tenha havido capacitação dos profissionais envolvidos no Programa, conforme relatado pela nutricionista, e haja repasse da Prefeitura para complementação do recurso, a relação com os agricultores da Associação parece ainda enfrentar desafios, embora para a nutricionista, muitos deles já foram superados (como o conflito quanto aos preços). Mas de acordo com os agricultores entrevistados, a compra pelas escolas ainda não tem sido satisfatória, evidenciando a necessidade de um maior compromisso com a regularidade das compras e com o pagamento por parte da Prefeitura. No caso do município de São Gonçalo, uma lição importante é a negociação feita entre a Prefeitura e a secretária da Associação quanto à possibilidade de produção para atendimento do cardápio escolar.

Gostaria de lembrar que tanto a nutricionista de Pará de Minas quanto os proprietários de “sacolão” mencionaram a baixa qualidade de alguns produtos oriundos da agricultura familiar como justificativa por não comprarem em certas ocasiões, embora não sendo sempre que isso acontece. Do lado dos agricultores entrevistados, a justificativa foi das intempéries climáticas dos últimos anos. Há de se salientar que na Ceasa também são vendidos produtos dos agricultores familiares paraminenses e comprados pelos proprietários do varejo local, que podem até ser posteriormente adquiridos pelas escolas. Ou seja, essas situações podem ocorrer em qualquer lugar a qualquer tempo, cabe aos agentes estabelecer relações de

responsabilidade com a produção e com a comercialização dos alimentos, por ambas as partes, e assim criar confiança que solidifique o acesso aos mercados. Cabe lembrar que a pressão social contribui para manter a reputação dos produtores e assim garantir sua manutenção nos mercados.

No caso dos produtores familiares aqui estudados, a ausência de participação nas decisões da Cooperativa de leite ou nas Granjas de Frango e Suíno evidencia um dilema de ação coletiva. A hierarquização vertical dos membros e a mercantilização das operações de gerenciamento e comercialização distanciou os demais produtores das decisões que beneficiassem a todos conjuntamente. Como é ausente a organização coletiva dos fornecedores e isso acaba por gerar um prejuízo na comercialização dos seus produtos, a experiência do SISCLAF – também tratada no segundo capítulo dessa dissertação, pode lançar luz sobre possíveis soluções. O exemplo do SISCLAF mostra que o recorrente e permanente processo de capacitação e educação cooperativista auxilia no enfrentamento de crises, na manutenção e no fortalecimento dos laços sociais e da ação coletiva. Os agricultores de Pará de Minas que foram entrevistados demonstraram ausência de empoderamento nas cooperativas que fazem parte. Citaram problemas enfrentados como: o preço baixo do leite e o distanciamento com a cooperativa, pois por não se verem como membros e não participarem das decisões, não têm condições de alcançar melhorias. Contudo, como mencionaram não conseguirem enfrentar sozinhos as dificuldades impostas pelas transformações nos mercados, e acreditam que se existissem formas associativas de acesso, melhoraria sua inserção mercantil, o exemplo da SISCLAF pode evidenciar caminhos a seguir.

Não se pode deixar de mencionar que a participação dos produtores em todos os processos que envolvem a produção e a comercialização no SISCLAF, lidando com os problemas que foram surgindo, também demonstram aspectos de sucesso. A capacitação dos produtores para assumirem todas essas etapas, uma vez que muitos deles não sabem lidar com a parte de comercialização nos mercados (quantidades, preços, financiamentos, recursos humanos, etc.), assim como a formação cooperativista - principalmente frente aos momentos de crise, também são importantes para a consolidação da ação coletiva com criação de confiança mútua. As parcerias estabelecidas entre Prefeitura e instituições de assistência técnica também servem para ampliar e estreitar as relações sociais necessárias para o funcionamento das Cooperativas.

Por fim, temos o exemplo de Belo Horizonte. Esse estudo de caso evidencia como o poder público municipal pode exercer o papel de criar ou estimular o desenvolvimento de mercados, fazer a interlocução do agricultor com o comerciante ou mesmo comprar diretamente os produtos da agricultura familiar e vender ou distribuir para os consumidores. A organização da produção, com o levantamento dos produtores e dos mercados, e o envolvimento da sociedade civil no acompanhamento das políticas e dos programas, são ações positivas por parte de uma gestão pública municipal comprometida com a realidade de sua população.

Além desses fatores, uma recomendação positiva extraída do caso da Prefeitura de Belo Horizonte é a criação de programas para aumentar a competição entre os permissionários e a qualidade dos alimentos. Podem ser viabilizados pela Prefeitura circuitos comerciais para a inserção dos agricultores familiares, como foi feito na capital. Para atender também outros programas de assistência social da Prefeitura de Pará de Minas podem ser distribuídos os alimentos localmente, ou seja, além de comprarem direto da agricultura familiar municipal, ainda comercializam nas instâncias da cidade. Essas ações seriam interessantes para auxiliar no enfrentamento dos problemas no acesso aos mercados pelos agricultores familiares de Pará de Minas, ou seja, estabelecer parcerias com a população consumidora e com permissionários do varejo pode ser benéfico tanto para a população quanto para os agricultores.

Acredita-se que, no município estudado, uma organização dos produtores com orientações de tipos de produtos para uma compra realizada pela Prefeitura pode garantir a comercialização fixa e regular para aqueles que não conseguem se inserir de forma constante nos mercados. O Estado pode desempenhar um papel importante na estabilidade dos mercados e a gestão pública local é quem melhor atua na conjuração de forças entre os agentes. Ainda, caso a Prefeitura de Pará de Minas não tenha a mesma condição financeira que a capital Belo Horizonte, as parcerias com permissionários poderiam garantir que a compra fosse feita por estes, mas com controle social da população e fiscalização dos órgãos públicos locais. Dessa maneira, aqueles agricultores, como os estudados nessa pesquisa, que comercializam pelo PNAE e na Ceasa ou aqueles que ficam à mercê somente da chamada pública da merenda escolar, poderiam ter esses entrepostos para vender localmente sua produção. Assim, ao invés de procurarem carretos para deslocar até a Ceasa e lá tentar venderem ou ficarem oferecendo para os “sacolões” da cidade, sem sucesso, poderiam ter esses entrepostos como alternativa.

Outro ponto interessante para o caso de Pará de Minas é a criação de indicadores de acompanhamento dos programas. Em entrevista realizada com a Secretaria Municipal de Agronegócio, Desenvolvimento Rural e Meio Ambiente notou-se que eram realizados por eles poucos programas de apoio à população rural e produtora de alimentos. Além disso, também não havia um banco de dados com informações quanto à produção do município, principais aspectos sociais e nem mesmo um diagnóstico quanto aos problemas enfrentados por esta população. Mesmo a Emater, maior detentora de informações e contatos com os agricultores, não tem um banco de dados sistematizado com os aspectos tratados nessa pesquisa. As informações que obtive foram através do trabalho cotidiano deles, relatos da história vivida nos anos de funcionalismo. Assim, acredita-se que para uma efetiva ação orientada para auxiliar os agricultores no acesso aos mercados, seja imprescindível ampliar o diagnóstico realizado no primeiro capítulo dessa dissertação - envolvendo um número maior de produtores e de agentes parceiros, elaborar políticas públicas e programas e criar um banco de dados com indicadores para constante acompanhamento das ações. Isso requer contratação e capacitação de mão-de-obra pela Prefeitura.

Como síntese do que se observou sobre os agricultores entrevistados e essas experiências supracitadas, pode-se dizer que lições apreendidas em processos recorrentes de desafios e êxitos podem construir historicamente capital social. E são as ações de reciprocidade e confiança que solidificam a base para o sucesso da ação coletiva. A dotação de capital social de uma comunidade leva-a a estender confiança aos demais indivíduos, à prática associativista e à atenção aos problemas públicos. A resolução desses problemas será alcançada a partir da conjunção do legado histórico e cultural da sociedade, da ação social dos indivíduos e da atuação do Estado. Em Pará de Minas, notam-se acessos aos mercados por meio das relações de sociabilidade, confiança e reconhecimento, ou seja, estão postos alguns dos degraus para a construção da ação coletiva capaz de modificar o cenário atual, só faltam disseminar as heranças positivas e subir as escadas.

Essa pesquisa, embora tenha conseguido responder aos objetivos buscados, não tratou com profundidade aspectos mais íntimos das estratégias dos agricultores, no sentido da tomada de decisões no interior da estrutura familiar. Foram percebidos os mecanismos de articulação dos atores para o acesso a mais de um mercado ao mesmo tempo, assim como a produção de mais de um alimento. Contudo, não foram pesquisados aspectos mais subjetivos decorrentes do

histórico de produção das famílias, da manutenção de heranças patrimoniais e do arranjo interno entre produção e consumo necessários para a reprodução familiar. Outro aspecto pouco aprofundado foi a participação da mulher nas estratégias e tomadas de decisão quanto ao trabalho agrícola e ao processo de comercialização, uma vez que a maioria delas estava ausente no momento das entrevistas ou não participou do relato de informações ao lado do marido. É interessante observar que há uma dificuldade em saber mais detalhadamente como se articulam as decisões no âmbito interno familiar, pois embora algumas mulheres participem das atividades na roça, elas não só são invisibilizadas nas estatísticas, como também diante da fala dos maridos. O que parece acontecer a olhos distantes é o domínio total do homem na escolha de como e onde comercializar, evidenciando a separação do domínio do público e do privado no interior das famílias, excetuando os casos em que as mulheres foram diretamente entrevistadas ou participaram das entrevistas comentando também as respostas junto ao marido.

Não constava dos objetivos da dissertação compreender a fundo a dinâmica entre o rural e o urbano presente na vida desses agricultores. A relação entre a moradia na cidade e o trabalho agrícola ou o inverso não foi explorada por entender que essas dinâmicas exigem um convívio mais próximo e prolongado com os sujeitos, assim como o aprofundamento em questões sobre o processo de urbanização em Pará de Minas nos últimos anos. Para responder a essas transformações na vida dos agricultores, fica como tarefa um novo estudo, mais específico e aprofundado, no qual haja mais tempo para o recolhimento de informações. Essa dissertação pretendeu esclarecer e discutir aspectos mais gerais da relação de agricultores familiares paraminenses com os mercados agrícolas, para posteriormente analisarem-se as dinâmicas intrafamiliares e os processos socioespaciais que culminaram na relação entre o rural e o urbano nesse município. Acredita-se que essa pesquisa pode dar início a outras indagações e possíveis ações no sentido de estabelecer uma aliança entre o rural e o urbano com o aprimoramento desses mercados. Ou seja, a partir da compreensão das particularidades de cada mercado e das formas de inserção dos agricultores, torna-se mais fácil o início de uma pesquisa acerca das estratégias no âmbito intrafamiliar e das relações urbano-rurais presentes na vida desses atores, a fim de subsidiar a permanência do campo e da produção de alimentos em Pará de Minas.

Bibliografia

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. Editora Hucitec. São Paulo, 1992.

- **Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas Ciências Sociais**. Tempo Social: revista de sociologia da USP, v.16, n.2, São Paulo, 2004.

ABREU, K. D. R. **A implementação do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) em municípios de pequeno porte: implicações práticas e teóricas**. São Paulo, 2014

AÇÃO URBANA. **Diagnóstico do plano diretor participativo de Pará de Minas – MG**. Lei municipal nº 4.658 de 29 de setembro de 2006. Belo Horizonte, 2008.

BADALOTTI, R. M. *et al.* **Reprodução social da agricultura familiar e juventude rural no oeste catarinense**. VII – Ram, UFRGS, Porto Alegre, 2007.

BELIK, W.; CHAIM, N. A. **O programa nacional de alimentação escolar e a gestão municipal: eficiência administrativa, controle social e desenvolvimento local**. Rev. Nutrição n22, Campinas, set/out 2009.

BOURDIEU, P. **O campo econômico**. Revista Política e Sociedade, p.15-57. Tradução de Suzana Cardoso e Cécile Raud-Mattedi. N5, 2005.

BRASIL, **Diário Oficial da União**. Lei 11.947 de 16 de junho de 2009.

- Programa Nacional de Alimentação Escolar. Cartilha da Controladoria Geral da União. Disponível em: www.portaldatransparencia.gov.br. Acessado em 20 de dez de 2013.

CARNEIRO, M. J. **Mulheres no campo: notas sobre sua participação política e a combinação social do gênero**. XI Reunião da Anpocs. Águas de São Pedro, SP. 1987

-**Agricultores familiares e pluriatividade: tipologias e políticas**. In: Política de Desenvolvimento e o 'Novo Mundo Rural'. Unicamp, São Paulo, março de 1999.

- **Em que consiste o familiar da agricultura familiar?** In: Mundo rural brasileiro: ensaios interdisciplinares. Luiz Flávio de Carvalho Costa, Georges Flexor, Raimundo Santos (orgs). Rio de Janeiro, RJ. EDUR, 2008.

CAZELLA, A. A.; BONNAL, P.; MALUF, R. S. **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**. MAUAD Editora Ltda. Rio de Janeiro, 2009.

CHAYANOV, A. **Sobre a Teoria dos Sistemas Econômicos não Capitalistas**. In: Graziano da Silva, J. & Stolcke, V. A Questão Agrária. Ed. Brasiliense. São Paulo, 1981.

CUNHA, A. **O sistema atacadista brasileiro: origens, destinos.** Tese de doutorado. Campinas, 2010.

CUNHA, A. *et al.* **Perfil da produção e dos produtores rurais usuários do Mercado Livre dos Produtores – MLP/CeasaMinas Unidade Grande BH.** Setor de estudos estratégicos – SEEST. Belo Horizonte, 2005.

ESCHER, F. **A evolução institucional do sistema de cooperativas de leite da agricultura familiar com interação solidária (SISCLAF): atores sociais, mercados e ação coletiva no Sudoeste do Paraná.** In: Conterato, Marcelo et al (org). *Mercados e Agricultura Familiar: interfaces, conexões e conflitos.* Porto Alegre, 2013

FERREIRA, P. C. **Entre a estrutura e a ação: as interações entre produtores e circuitos mercantis no assentamento Francisco Julião.** Rio de Janeiro, 2013.

FLIGSTEIN, N. **The Architecture of Markets. An Economic sociology of twenty-first-century capitalist societies.** Princeton University. 2001

FORNAZIER, A.; WAQUIL, P. D. **A importância do cooperativismo na inserção de pequenos produtores nos mercados: o caso da produção de maçã na serra catarinense.** In: Conterato, Marcelo (org). *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos.* Porto Alegre, 2013.

FRANÇA, C. G. de. **O Censo Agropecuário de 2006 e a agricultura familiar no Brasil.** Brasília. MDA, 2009

GRANOVETTER, M. **Ação econômica e estrutura social, o problema da incrustação.** In: *A Nova Sociologia Econômica, uma antologia.* Celta, 2003.

GUARESCHI, A. **A operacionalização da política de segurança alimentar: o caso do Programa de Aquisição de Alimentos em Tenente Portela, RS.** Porto Alegre, 2010

IBGE, **Censo Agropecuário 1996 e 2006.**
- **Censo Demográfico 2000 e 2010.**

IBGE. **Indicadores Sociais Municipais 2010: incidência de pobreza é maior nos municípios de porte médio.** Comunicação Social. Novembro, 2011. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/noticias-censo?view=noticia&id=3&idnoticia=2019&busca=1&t=indicadoreissociais-municipais-2010-incidencia-pobreza-maior-municipios-porte-medio>. Acesso em 27 de julho/2014.

MALUF, R. **Mercados Agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** Ensaios FEE, Porto Alegre, v.25, n 1, p. 299-322. Abr., 2004

- **Compras Para a Alimentação Escolar e a Promoção da Agricultura Familiar.** Acessado em 15 de agosto de 2012. Disponível em: http://www.conselhos.mg.gov.br/uploads/1/compras_alimentacao.pdf
- **Atribuindo sentido(s) ao desenvolvimento econômico.** Estudos Sociedade e Agricultura, 15, 53-86, 2000.
- **Segurança Alimentar e Nutricional.** Editora Vozes, Petrópolis, RJ, 2007.
- MALUF, R. S.; SPERANZA, J. S. **Volatilidade dos preços internacionais e a inflação de alimentos no Brasil: fatores determinantes e repercussões na segurança alimentar e nutricional.** Brasília: MDS/SESAN, 2013 (Série)
- MIOR, L. C. **Agricultura familiar, agroindústria e desenvolvimento territorial.** In: Vieira *et al.* orgs., Desenvolvimento Territorial Sustentável no Brasil: Subsídios para uma política de fomento. Florianópolis, APED, 2010, 486 p.
- NABUCO, M. R. *et al.* **Políticas locais de acesso alimentar: entre a regulação e as políticas compensatórias.** In: Belik, Walter e Maluf, Renato (org). Abastecimento e segurança alimentar: os limites da liberalização. Campinas, SP. 2000
- NAIME, S. M. M. **Águas de Pará de Minas.** Editora Ideal. Pará de Minas, 2005
- NIEDERLE, P. A.; SCHUBERT, M. N. **Concorrentes, híbridos e relacionais: os novos e velhos mercados da agricultura familiar frente ao desenvolvimento de uma economia de qualidades.** Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre, 26 a 30 de julho de 2009.
- OFFE, C. **A atual transição histórica e algumas opções básicas para as instituições da sociedade.** In: Bresser Pereira, L. C., Wilhelm, J., e Sola, L. (orgs.). Sociedade e Estado em transformação. São Paulo/Brasília: Editora Unesp/Enap, 1999, p. 119-145.
- OLIVEIRA, D.; MELLO, M. A. **Novas formas de inserção da agricultura familiar ao mercado como estratégia de desenvolvimento rural.** Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. Fortaleza, 23 a 27 de Julho de 2006.
- PARÁ DE MINAS. **Banco de Dados Integrados.** 2006
- PNUD. **Atlas do Desenvolvimento Humano 2013.** Acessado em 15 de abril de 2014. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013>.
- RUAS, E. D. *et al.* **Metodologia participativa de extensão rural para o desenvolvimento sustentável.** MEXPAR. Belo Horizonte, março de 2006. 134p.
- SACCO, F. dos A. **A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar.** IICA/MDA, NEAD. Acessado em 04/09/13. Disponível em

<http://www.iica.int/Esp/regiones/sur/brasil/Lists/DocumentosTecnicosAbertos/Attachments/416/ARTIGO - 01 - Clara.pdf>

SCHMITT, C. J. **Encurtando o caminho entre a produção e o consumo de alimentos.** Agricultura, v.8, n 3. Set, 2011

SCHNEIDER, S. **A pluriatividade como estratégia de reprodução social da agricultura familiar no Sul do Brasil.** Estudos Sociedade e Agricultura, 16 de abril, 2001.

SCHNEIDER, S. e NIEDERLE, P. A. **Agricultura Familiar e Teoria Social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura.** In: FALEIRO, F.G. e FARIAS NETO, A.L. (ed.) SAVANAS: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais (p. 989-1014). Planaltina, DF, Embrapa Cerrados, 2008.

SEBRAE-MG. **Pará de Minas. Diagnóstico Municipal.** Belo Horizonte, setembro, 1997.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade.** São Paulo, Companhia das Letras. 2000

SICSÚ, J. *et al.* **Porque novo-desenvolvimentismo?** Revista de Economia Política, 27, 4(108): 507:524, 2007.

SILIPRANDI, E. e CINTRÃO, R. **As mulheres agricultoras no Programa de Aquisição de Alimentos.** Revista Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, 18(2): 12-32, 2011.

SILVA, F.C.; SANT'ANA, A. L.; MODENESE, V. S.; MAIA, A.H. **Geração de renda e novas sociabilidades dos produtores familiares, a partir de estratégias diferenciadas de comercialização.** In: 47º Congresso da Sociedade Brasileira de economia, Administração e Sociologia Rural, 2009, Porto Alegre. Anais do 47º Congresso da Sociedade Brasileira de economia, Administração e Sociologia Rural. Brasília : Sober, 2009

STOLARSKI, M. C., CASTRO, D. **Caminhos da Alimentação Escolar No Brasil: análise de uma política pública no período de 2003-2004.** Revista Paranaense de Desenvolvimento, Curitiba, n.113, p.31-58, jul./dez. 2007.

VINHA, V. da. **Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social.** Econômica, v.3, n.2, p. 207-230, 2003.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** UFRGS, Porto Alegre, 2008

Anexo 1: Entrevista semiestruturada realizada com agricultores familiares de Pará de Minas

Entrevistado:

1. Perguntas quanto à família e ao estabelecimento

- 1.1 O estabelecimento rural é de sua propriedade?
- 1.2 Qual o tamanho do estabelecimento?
- 1.3 Quem trabalha no estabelecimento/atividade? Família, empregado fixo, temporário ou meeiro?
- 1.4 O que é produzido/criado no estabelecimento?
- 1.5 Parte da produção é destinada ao autoconsumo familiar?
- 1.6 Usa algum tipo de insumo químico na produção? E agrotóxico? O que o levou a usar?
- 1.7 Acessa algum tipo de crédito?
- 1.8 Possui DAP?
- 1.9 Os membros da família exercem atividades/ocupações não agrícolas? Quais?
- 1.10 Recebe algum auxílio por transferência de renda?
- 1.11 Qual a renda mensal oriunda do estabelecimento?

2. Perguntas quanto à produção agropecuária e a comercialização dos produtos

- 2.1 Tabela com os produtos comercializados de acordo com:
 - a) Canais de comercialização;
 - b) Frequência;
 - c) Quantidade por canal;
 - d) Forma de pagamento;
 - e) Preço por produto e por canal;
 - f) Como acessa esse canal;
 - g) Como é vendido? Há selo/certificação?
- 2.2 Como se constituem o elo com os mercados? (como e por que acessou esses mercados?)
- 2.3 Há formas associativas envolvidas na comercialização? Elas facilitam a conexão com os mercados?
- 2.4 Houve mudanças nos mercados nos últimos 5 anos? Por quê?
- 2.5 Quais os mercados com melhores opções de comercialização e por quê? Quais seus potenciais e problemas?

- 2.6 Recebe algum tipo de apoio público para acessar algum mercado? Como você vê isso?
- 2.7 Já participou ou participa de algum programa de compra institucional? Qual é a sua avaliação?
- 2.8 Há alguma relação de troca com alguém? Mutirões, trocas de serviço ou contratação de mão-de-obra?

Anexo 2: Fotos do campo

Plantação da Agricultura Familiar com criação de frango não-familiar ao fundo



Povoado de Aparição – fev, 2014

Plantação de tomate italiano em estufa



Povoado de Aparição – fev, 2014

Plantações da Agricultura familiar



Povoado de Floresta – março, 2014

Plantação de goiaba ensacada da Agricultura familiar



Povoado de Floresta – março, 2014

Plantação de folhosas da Agricultura familiar



Distrito da Matinha - março, 2014

Fabricação de mudas



Distrito da Matinha - março, 2014

Galpão de criação de frango



Distrito de Meireles, junho de 2014

Geomorfologia de altiplanos – vista da Serra



Distrito de Meireles, junho de 2014