

TERRITÓRIO E ESTRUTURAS DE MERCADO PARA PRODUTOS TRADICIONAIS

o caso da produção familiar de cachaça no território Alto Rio Pardo (MG)

Sandro Pereira Silva

Técnico de Planejamento e Pesquisa do IPEA

RESUMO

Por ser um produto tradicionalmente enraizado no território Alto Rio Pardo, a cachaça representa a principal fonte de renda dos agricultores familiares dos municípios daquela região. Porém, os agricultores familiares, com sua produção rústica e atomizada, ainda enfrentam muitas dificuldades para atenderem os requisitos de acesso aos vários mercados existentes para seu produto.

PALAVRAS CHAVE: produtos tradicionais, produção de cachaça, estruturas de mercado

ABSTRACT

Rooted in the territory of Alto Rio Pardo, the production of cachaça is the main source of income for family farmers in that region. However, with their rustic, atomized production, they still face many difficulties in order to meet the access requirements to the various markets existing for their product.

KEYWORDS: traditional products, production of cachaça, market structure

ÁREA TEMÁTICA: Desenvolvimento Rural

Introdução

O termo agricultura familiar passou a ser reconhecido como categoria de análise no Brasil a partir dos anos 1990, consolidando-se não apenas como um segmento econômico, mas também como um modo de vida estreitamente ligado à realidade local na qual essas propriedades se encontram. Assim, a produção agrícola familiar é constantemente ligada à produção de produtos agroindustriais que são tradicionalmente considerados elementos definidores de identidade territorial. Ou seja, os ambientes econômico, físico, geográfico e cultural que circundam a propriedade familiar rural interferem diretamente na construção da identidade dos agricultores, bem como na atuação econômica desses com vistas à sua reprodução. Em muitos casos, a própria exploração desse atributo de identificação gera incorporação de valor a esses produtos tradicionais. Encontram-se na literatura muitos trabalhos que versam sobre essa relação, alguns dos quais são tratados neste artigo.

O presente estudo debate a importância de produtos tradicionais para a geração de renda e ocupação de produtores agrícolas familiares e sua relação com o desenvolvimento territorial. Para isso, analisou-se a atividade produtiva da cachaça no território Alto Rio Pardo, em Minas Gerais, de grande tradição na produção familiar desse produto.

O principal objetivo é analisar as características produtivas da agricultura familiar desse território e as deficiências estruturais que apresenta para o acesso a diferentes mercados de sua produção de cachaça. Especificamente, buscou-se esclarecer alguns questionamentos importantes, tais como: quais os processos socioprodutivos, com vistas a identificar seus produtores e eliminar fatores limitantes à produtividade e à qualidade dos produtos; quais as estruturas de mercado que se apresentam como possibilidade para esses produtos; e quais os processos de mediação e organização social existentes. Para tanto, descreve-se a dimensão socioprodutiva e agroindustrial do produto nos municípios que compõem o território, bem como as estruturas de mercado e o papel dos agentes de mediação.

Como insumos para esta investigação, utilizou-se documentos desenvolvidos para subsidiar o trabalho do Conselho de Desenvolvimento Territorial (CODETER/TARP)¹: o Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável (MDA, 2006), o Estudo Propositivo para a Dinamização Econômica (MDA, 2007), e o Plano Territorial da Cadeia Produtiva da Cachaça (DYRELL, 2009). Além desses documentos, também fez parte da investigação a observação participante de uma reunião do CODETER/TARP e de uma capacitação dos agricultores familiares do território realizada pelo Instituto Federal de Ensino Tecnológico de Salinas (IFET/Salinas).

Aspectos Teóricos de Análise

A construção social dos mercados para produtos tradicionais agroindustriais

O estudo de estruturas de mercados em sistemas agroalimentares tradicionais busca compreender e explicar a acentuada competição das organizações em ambientes complexos, dinâmicos e incertos. Diversas teorias têm sido fundamentadas e colocadas à prova nestes últimos anos. Entre elas, este artigo baseou-se no referencial analítico da Nova Sociologia Econômica – NSE. A NSE surgiu como marco analítico a partir da década de 1970, e assim como outras correntes teóricas, questiona os principais pressupostos da Economia Neoclássica definidos pelo individualismo metodológico, ou seja, “atores racionais instrumentais e ausência de estrutura social” (WANDERLEY, 2002: 15).

Aliada a outras tradições econômicas heterodoxas, a NSE proporciona uma pluralidade de abordagens do tipo “ator-rede”, que refutam efetivamente o discurso liberal. Essa corrente teórica [NSE] parte do entendimento de que o agente econômico não é imune às determinações sociais, pois o ser humano sempre elaborou (em maior ou menor grau) os seus cálculos econômicos a partir da sua inserção em redes sociais. Logo, “a atividade econômica está moldada pela intermediação de obrigações e interesses sociais” (WILKINSON, 2008: 89).

Assim, a NSE cobre uma limitação teórica importante dos estudos sobre os mercados, que costumam restringir-se ao campo econômico. Seu principal objetivo é analisar a construção social das relações de mercado (concebido de maneira ampla) e a origem histórico-social dos fenômenos econômicos (STEINER, 2006). Conforme Wanderley (2002), os estudos sociológicos do mercado podem ser divididos em quatro enfoques: 1) Estudos Estruturais – definem os intercâmbios econômicos como padrões de relações interpessoais concretas; 2) Estudos Culturais – analisam o papel dos significados coletivos na definição das estratégias econômicas; 3) Estudos Cognitivos – estão dirigidos às regularidades estruturais dos processos mentais que limitam o exercício da racionalização econômica; e 4) Estudos Políticos – privilegiam as lutas pelo poder entre instituições sociais e políticas, como o Estado e as classes sociais.

Um dos principais autores dessa corrente de pensamento é Granovetter. Ele trouxe novamente à tona o conceito de *embeddedness*, que Polany (1980)² usou para dizer que os fenômenos econômicos encontram-se submersos pelo tecido social do qual fazem parte. Granovetter (1985) atribuiu uma releitura a esse termo, que passou a expressar uma ação econômica que se desenvolve dentro de uma rede de relações sociais, configurada em estruturas sociais delimitadoras das ações desenvolvidas pelos indivíduos.

Swedberg (1994; 2003), outro autor de destaque na literatura da NSE, disse que os mercados resul-

tam de configurações de interesses econômicos e relações sociais estabelecidas de diversas formas, a depender da estrutura e da posição que cada ator ocupa no campo de forças. Sob esse entendimento, os mercados não são apenas pontos de equilíbrio entre oferta e procura, mas sim, fundamentalmente, estruturas sociais, ou seja, são formas recorrentes de interação submetidas a sanções e supõem laços muitas vezes personalizados entre seus componentes.

Ao direcionar o foco de análise para os produtos tradicionais, Wilkinson (2008) afirmou que eles podem constituir sistemas agroindustriais fundamentais para um processo de desenvolvimento endógeno sustentável, ao serem assumidos pelos atores públicos e privados como uma atividade que, por meio da geração de trabalho e renda dignos, mobiliza os setores locais. Muitas vezes, identifica-se inclusive que os próprios aspectos tradicionais de produção se transformam em valores de mercado, ao envolverem características como a superioridade de atividades artesanais, a identificação do pequeno produtor com a preservação ambiental e sua relação com a biodiversidade. Esses valores, quando bem trabalhados no território, podem levar a uma maior apropriação da renda gerada pelo produtor, sendo consumida na sua própria localidade e estimulando as economias locais (MAIA et. al., 2009:197).

A presença de um coletivo organizado – produtor familiar, lideranças locais, atores sociais públicos e privados, representações do Estado – que se organiza envolvendo um mínimo de solidariedade, numa estrutura competitiva e no esforço endógeno para

melhorar as técnicas utilizadas nas atividades locais, apresentando inovações, produzindo internamente e atendendo (também), um mercado externo sem ser necessariamente dependente, [...] é um propulsor do desenvolvimento de uma localidade.

Para entender o funcionamento de sistemas agroindustriais, pode-se tomá-los como estruturas formadas a partir de um conjunto de contratos, regras e organizações que se encadeiam desde antes da unidade de produção agrícola, permitindo um planejamento e um processo para a transferência de produtos (primários e beneficiados) até o consumidor final (FARINA e ZYLBERSZTAJN, 1994). Embora a agricultura familiar tenha como ponto relevante sua capacidade de adaptação para suprir grande parte de bens e serviços requeridos para sua reprodução e atendimento da demanda mercantil, com foco em sistemas integrados, seus atores enfrentam muitas adversidades para a inserção de seus produtos em sistemas agroindustriais complexos.

A agricultura familiar está simultaneamente envolvida em processos de adaptação aos padrões dominantes e em mobilizações para impor um novo conjunto de padrões mais compatíveis com as suas condições técnicas e econômicas. Além do desafio de uma maior organização do processo produtivo primário e de processamento agroindustrial, enfrentam também dificuldades quanto ao abastecimento de insumos, equipamentos produtivos e tecnologia para a conquista de novos segmentos de mercado para seus produtos finais (WILKINSON, 2008). O quadro abaixo apresenta algumas segmentações de mercados para esses produtos, seus perfis e os principais desafios que cada um apresenta.

Quadro 1 – Uma Tipologia de Mercados para a Agricultura Familiar

Mercado	Perfil	Desafios
Commodities	Velhos e novos mercados locais e à distância	Padronização, legislação, qualidade mínima e escala
Especialidades	Discriminado por grau de associação com localidade/tradição	Concorrência de novos entrantes
Orgânicos	Grau de associação à saúde e/ou a um modo específico de produção	Certificação, escala e pesquisa
Artesanais	Denominação de origem ou não	Qualidade, normas técnicas, autenticidade, ação coletiva
Solidários	Identificação ou não com a agricultura familiar, mercados de alta e baixa renda	Escala, variedade, qualidade
Institucionais	Licitações, oferta para varejo	Qualidade, variedade, escala

Fonte: WILKINSON (2008)

Segundo Wilkinson (2008), é possível identificar ao menos quatro formas de acesso aos mercados mencionados na tabela acima: 1) acesso direto, sobretudo no caso do mercado local (informal); 2) intermediação via atravessador; 3) integração com a agroindústria; e 4) compras por parte do poder público. Dentre esses, o autor se atém mais ao papel

dos mediadores envolvidos nos processos de comercialização. Em suas palavras:

Hoje, o acesso ao mercado local passa por uma maior fiscalização e a necessidade da legalização com base em inspeção oficial. O atravessador continua, mas é crescentemente substituído pelo supermercado com exigências maiores em termos de classificação. A agroindústria, por sua vez, exige patamares mais altos de qualidade e volume. As compras do Governo cederam lugar a licitações para aceder a 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 (p. 16).

O supermercado é, portanto, um mediador que vem assumindo papel de destaque na definição de padrões de comercialização para produtos da agricultura familiar em geral e os produtos tradicionais em especial. Conforme argumentou Wilkinson (2008), os supermercados impõem qualidades privadas definidas por eles próprios, abrangendo objetivos inteiramente novos para esses tipos de produtos. Entre as principais exigências dos supermercados, estão: cumprimento de padrões de qualidade definidos por escrito; quantidade mínima de produtos; certificação de inocuidade dos alimentos (testes de água, análise bacteriana e de toxinas), rotulagem, indicação de origem, tabelas de conteúdo nutritivo, código de barras, especificação de entrega; envolvimento em promoções inclusive com promotores dentro do supermercado. Além disso, os supermercados também impõem uma nova dinâmica à coordenação do mercado a partir da implantação de sistemas de logística, que, para o produtor, implica a capacidade de suprir e custear uma cesta mínima de produtos em forma planejada e contínua.

Ruralidade e territorialidade

Os estudos recentes sobre a ruralidade buscam uma compreensão das distintas inter-relações sociais que se expressam em um ambiente de diferentes complexidades, composto por espaços tidos como rurais e outros caracterizados como urbanos, mas mantém uma constante relação de troca e dependência, sem que haja uma descaracterização de um dos sistemas culturais e sua autenticidade (MOREIRA, 2005). Esses espaços se fundem em um território, o qual será alimentado pela sua produção cultural e econômica e pelas dinâmicas de poder, dominação e participação social que neles se engendram.

Assim também entendeu Mejia (2006: 31). Para a autora, a representação dos territórios é dada com base no “resultado de formas de articulação social em espaços heterogêneos”, sob os quais são constituídos os elementos de identidade territorial, uma vez que a prática social é desenvolvida em um espaço geográfico determinado. Nesse sentido, o território não se constitui apenas sob uma base material ou física, ou seja, ele também é composto de um “referencial de elaboração simbólica”. Guanzirolli (2005) é outro autor a abordar o caráter imaterial que acompanha o termo território, ressaltando duas noções com base nessa concepção. A primeira é a de que território é também valor e poder, é o espaço de poder instituído. A segunda noção assimila a ideia de tê-lo como “espaço das identidades”, dirigindo-se assim ao conceito de região. Essa última noção também foi abordada por Santos e Silveira (2007), quando afirmaram que o território “é o chão mais a identidade, [...] é o fundamento do trabalho, o lugar

da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida” (SANTOS; SILVEIRA 2007: 14).

Marsden et. al. (1990), apud Mior (2005: 37), reconheceram que a adoção da abordagem territorial para a caracterização da dinâmica rural, tendo como ponto de partida os próprios atores, suas relações sociais e seus interesses, assume uma perspectiva holística para a análise das relações de poder que relaciona: “conhecimento (capacidade discursiva em formular interesse), ação social (oportunidade para agir sobre tais formulações) e materialidade (a distribuição dos recursos econômicos que facilitam certos cursos de ação)”.

Segundo Perico (2009), as condições socioeconômicas constituem fortes características de conformação territorial, ou seja, os territórios expressam fortemente sua identidade a partir de seus sistemas econômicos dominantes. Não é raro, porém, suscitarem conflitos entre diversos sistemas de produção, estruturas de propriedade ou pressões dos processos de urbanização, como características de diferenciação territorial. Afirma o autor que os processos de conformação e gestão dos territórios exercem influência determinante na definição dos sistemas produtivos hegemônicos e suas estruturas de governança.

De acordo com Wilkinson (2008: 172), um determinado território configura-se em uma “combinação única de natureza e cultura cujo valor pode ser expresso em produtos e serviços especiais”. Ao ser inserida nesse enfoque como elemento chave para a dinâmica socioeconômica territorial, a agricultura familiar passa a ser vista por muitos autores com base em outra lógica, mesmo quando integrada ao mercado, com outras consequências econômicas para o desenvolvimento, a sustentabilidade e a distribuição de renda e emprego. Além disso, com suas atividades econômicas baseadas em diferentes sistemas produtivos, a agricultura familiar apresenta um enraizamento social muito forte em relação ao território sobre o qual se insere. Esses sistemas produtivos são desenvolvidos ao longo dos anos a partir de aspectos físico-geográficos, históricos, culturais e econômicos, sendo, assim, um importante definidor de um território de identidade e coesão das famílias que o compõem.

No meio rural brasileiro, a agricultura familiar está diretamente ligada a uma série de produtos e processos agroindustriais tradicionais arraigados na constituição da história particular de uma comunidade, suas origens e raízes. Riberio e Martins (1995), apud Zunin e Zunin (2008), definiram produto tradicional como “um produto único pelo emprego de matérias-primas e pelos conhecimentos aplicados, assim como os usos de produção, de consumo e de distribuição e que atualmente recebem, entre outras, as denominações de local, artesanal ou regional” (p.113). Esses produtos marcam um processo que reúne relações sociais e familiares, em uma conexão entre o saber e a experiência construída ao longo do tempo através da tradição familiar.

Zunin e Zunin (2008:111-112) também afirmaram que o caráter histórico e tradicional de produtos tradicionais pode ser um importante fator a ser levado em conta em um projeto de desenvolvimento local:

E por assim ser é que estes produtos com história, até há poucos anos, considerados como símbolos do atraso socioeconômico de um indivíduo, de uma região ou de um país, vêm sendo reconhecidos, em primeiro lugar, pela União Européia, como elementos potencialmente capazes de revitalizar a economia dos meios rurais. [...] Diante disso, a produção desses alimentos seria uma alternativa para o desenvolvimento local, assegurando aos pequenos produtores a valorização de sua cultura, de sua história e de sua produção.

Já Abramovay (2000) mostra a importância de uma nova atitude dos atores locais (públicos e privados) diante das atividades artesanais, pois, conforme afirmou:

Elas possuem um potencial de geração de renda tanto maior quanto mais elas consigam reunir num só produto a garantia quanto a sua sanidade e a imagem de que resgatam conhecimentos e modos tradicionais de fabricação dos produtos. A tradição que consiste em vincular um certo procedimento produtivo a um território – tão importante na afirmação das regiões na Europa Ocidental – é completamente estranha a nossa tradição. O importante é que os conhecimentos de um corpo social localizado territorialmente possam exprimir-se em marcas capazes de oferecer garantia aos consumidores e elevar a renda dos produtores que investiram nesse tipo de organização coletiva. O papel dos técnicos extensionistas, dos movimentos sociais e das associações profissionais nesse sentido pode ser crucial (p. 13).

Um instrumento interessante para a identificação territorial de produtos tradicionais é a obtenção de selos de Identificação Geográfica, previstos pela Lei de Propriedade Industrial Brasileira, de 1996. De acordo com a lei, os selos podem certificar os produtos de duas maneiras: Indicação de Procedência ou Denominação de Origem. As duas modalidades de certificação são consideradas pela legislação como propriedade intelectual, da mesma forma que uma patente ou direito autoral. A obtenção dessas certificações permite aos produtos tradicionais desfrutar de uma reputação devido à qual os seus consumidores se dispõem a pagar um diferencial de preço, já que se trata de um produto de características singulares.

De acordo com Zunin e Zunin (2008), a indicação de procedência (IP) é um tipo de certificação mais simples, quando comparada com a denominação de origem (DO), e já é uma realidade nacional para alguns produtos nacionais. As certificações de IP tendem a agregar valor aos produtos ao indicar simplesmente sua origem geográfica. Para conquistá-lo, uma das atividades de maior importância é determinar que a maior parte da matéria-prima seja oriunda da região em questão. Como exemplo de algumas experiências de sucesso no país, os autores citaram as vinícolas da região de Bento Gonçalves, localizada no Vale dos Vinhedos, do estado do Rio Grande do Sul, que receberam a certificação de indi-

cação de procedência em 2007, assim como a cachaça de Parati (RJ) e o café do cerrado mineiro.

Embora várias regiões venham se preocupando com a criação de uma identidade regional para usufruir de certas vantagens mercadológicas competitivas, Wesz Jr e Trentin (2007) afirmaram que, para concretizar essas vantagens no território, é necessário, inicialmente, conscientizar a população, para futuramente investir em uma estratégia de desenvolvimento, na qual os indivíduos externos possam reconhecer as potencialidades do território em questão.

A Produção Familiar de Cachaça no Território Alto Rio Pardo

A produção de cachaça no Brasil ocorre em todas as suas regiões. Segundo dados do Ministério da Agricultura, existem 1.824 estabelecimentos registrados e mais de quatro mil marcas de cachaça no Brasil. Os mesmos dados estimam um total aproximado de 30 mil produtores, sendo a maioria de micro e pequeno porte, utilizando baixo nível tecnológico e produzindo pequenos volumes que são comercializados localmente. Estima-se que atualmente o Brasil produza 1,3 bilhões de litros de cachaça ao ano, o que equivaleria aproximadamente a um consumo anual de 12 litros por brasileiro acima de 18 anos. O estado de São Paulo é o principal produtor, com 45% da produção nacional, seguido de longe por Pernambuco (12%), Ceará (11%) e Minas Gerais (8%). Na produção de cana, seu principal insumo, e seu processamento em cachaça, os engenhos podem comprar a cana no mercado livre, fazer acertos de “meia” (contratos) ou plantar em suas próprias terras (COSTA et. al., 2005).

Praticamente toda a produção é consumida no mercado interno, sendo a cachaça a segunda bebida alcoólica mais consumida no país, perdendo apenas para a cerveja, e a terceira bebida destilada mais consumida no mundo, ficando atrás apenas da vodka e do soju, bebida oriental destilada a partir do arroz (OLIVEIRA et. al., 2008).

Existem dois modelos de produção de cachaça no país: o industrial (coluna) e o artesanal (alambique). No modelo industrial, a produção é efetuada por empresas de grande e médio porte, e sua produção em maior escala permite a redução de seus custos. No segmento de alambique, a produção é realizada geralmente por produtores familiares de pequeno porte com recursos mais modestos, obtendo escalas de produção menores. A cachaça de alambique responde por cerca de 20% da produção total no país, girando em torno de 300 milhões de litros (ETENE/BNB, 2008).

O estado de Minas Gerais, embora não seja o maior produtor, detém uma fama nacional como responsável pelas melhores e mais saborosas cachaças do país, principalmente a cachaça produzida no município de Salinas, localizado no Território Alto Rio Pardo. Um indicador para essa informação

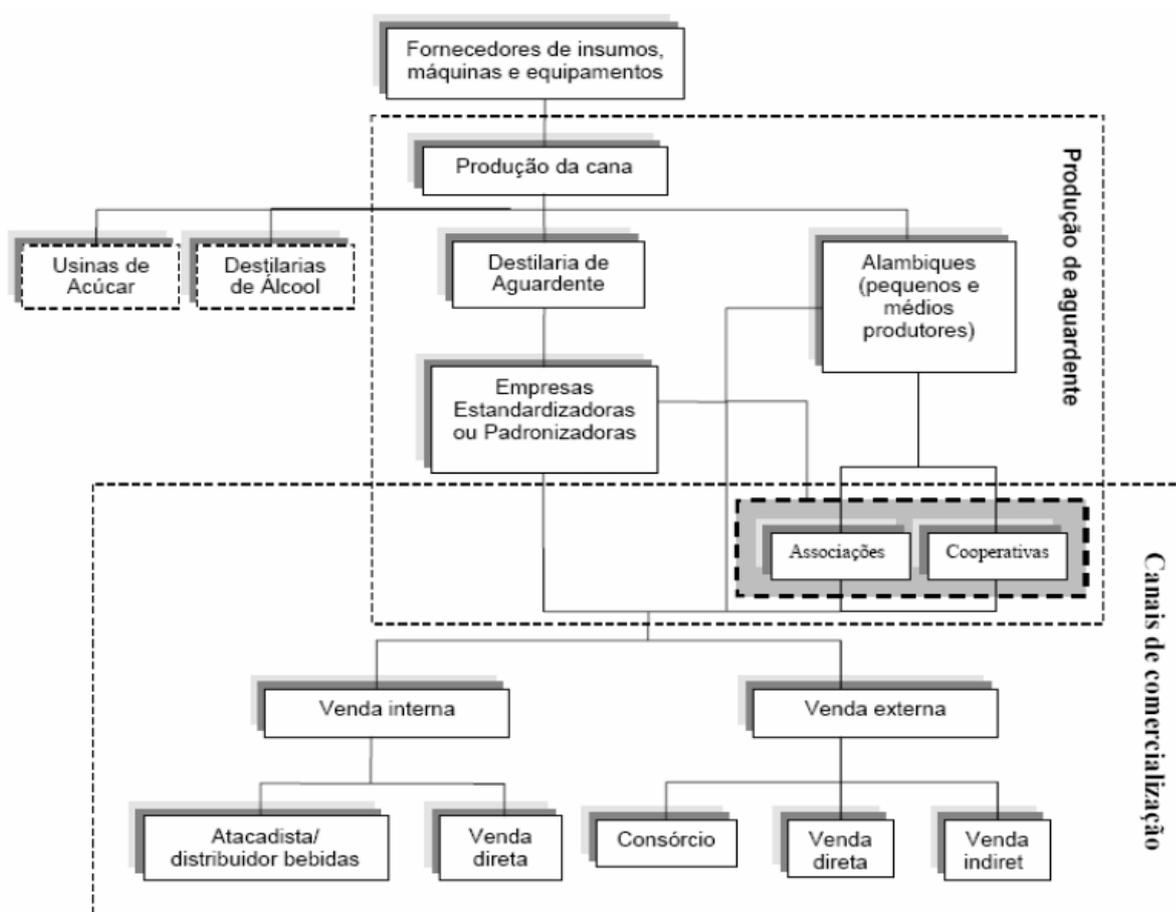
é o preço médio do litro da cachaça exportada por estado no Brasil: de acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC) em 2006, enquanto o preço da cachaça mineira gira em torno de U\$3,05, a média nacional é de apenas U\$1,22, menos da metade do valor. Segundo dados do Censo Agropecuário do IBGE, existem 8.466 alambiques de cachaça no estado, com forte concentração nas regiões mais pobres, como o Norte de Minas (2.591) e Vale do Jequitinhonha e do Mucuri (1.874). A produção artesanal da cachaça mineira gera atualmente cerca de 115.000 empregos diretos e acumula ao longo do seu ciclo produtivo uma receita anual de R\$1,4 bilhão. Porém, a clandestinidade ainda é a marca dominante no setor, visto que 85% dos estabelecimentos operam às margens da lei (ALMEIDA e SILVA et. al., 2006).

Apesar de apresentar altos índices de informalidade, a atividade produtiva e comercial da cachaça

possui um papel de relevância na estruturação de milhares de propriedades rurais do interior de Minas Gerais, onde tem destaque a produção de aguardente artesanal. Nesse aspecto, diferencia-se da cachaça paulista, que tem uma longa tradição na produção de aguardente industrial e possui 850 empresas distribuidoras, com faturamento anual estimado em R\$ 5 bilhões. O intenso programa de pesquisas em cana-de-açúcar desenvolvido no estado, em função de demandas do próprio setor sucroalcooleiro, e o caráter industrial da atividade fazem com que a produtividade da aguardente paulista alcance a média de 150 litros por tonelada de cana, contra 100 litros por tonelada obtidos em Minas Gerais (SEBRAE-MG, 2001; SILVA et. al., 2005).

A figura 1, abaixo, traz uma descrição simplificada de todo o sistema produtivo e a interligação entre as etapas produtivas para a produção de cachaça, de uma maneira generalizada.

Figura 1 – Caracterização Geral da Cadeia Produtiva da Cachaça



Fonte: OLIVEIRA, et. al., 2008

A produção de cachaça foi introduzida nos municípios da região do Alto Rio Pardo mineiro já com a chegada dos primeiros fazendeiros colonizadores, seguindo os rastros da pecuária bovina vinda da Bahia. O processo produtivo dessa bebida na região envolve, além da observância da técnica, a tradição exposta no modo de se produzir a cachaça (saber-fazer tradicional) que é repassada pelas gerações,

desde o início do povoamento de seus municípios, e está presente na maioria das propriedades familiares rurais. Com isso, a cachaça produzida nos municípios do Alto Rio Pardo reveste-se de uma forte relevância econômico-social na medida em que envolve um expressivo contingente de pessoas no processo produtivo, desde a produção da matéria-

prima até a distribuição (OLIVEIRA e RIBEIRO, 2002).

Breve caracterização do Território Alto Rio Pardo

Os municípios que integram o atual Território Alto Rio Pardo (TARP) localizam-se na região Norte de Minas Gerais. Sua colonização, assim como toda a porção norte do estado, está ligada diretamente à agricultura de subsistência e à pecuária a partir do século XVII. A microrregião do Alto Rio Pardo apresenta algumas peculiaridades que lhe conferem uma identidade própria, tais como: seus recursos naturais, a predominância da atividade agrícola familiar e a produção artesanal de cachaça, que é considerada um de seus principais produtos em termos econômicos e de forte identificação territorial. No entanto, seus municípios apresentam alto índice de pobreza e baixa dinamização econômica (MDA, 2006).

Em 2003, a microrregião do Alto Rio Pardo foi homologada pelo Governo Federal como um dos territórios rurais incluídos no Programa de Desenvolvimento Sustentável de Territórios Rurais, conduzido pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. O programa foi concebido para ser implementado no longo prazo, alcançando todos os espaços rurais do Brasil, especialmente aqueles cujos perfis apresentem características de estagnação econômica, problemas sociais e riscos ambientais, com ponderável presença de agricultores familiares. Atualmente, são 164 territórios rurais inclusos no programa.

O TARP é composto por um total de 15 municípios, sendo eles: Berizal, Curral de Dentro, Fruta de Leite, Indaiabira, Montezuma, Ninheira, Novorizonte, Rio Pardo de Minas, Rubelita, Salinas, Santa Cruz de Salinas, Santo Antônio do Retiro, São João do Paraíso, Taiobeiras e Vargem Grande do Rio Pardo. Ocupa uma área de 15.460 km², o que representa 2,6% da área total do estado. A população total do TARP é de 183.110 habitantes, que representa 1,02% da população total do estado. Desse total, 47% residem em áreas urbanas e 53% em áreas rurais, o que enfatiza a importância da atividade agrícola nos seus municípios.

Sobre seus recursos naturais, destacam-se as Serras do Espinheiro e do Anastácio, com suas reservas minerais de manganês, quartzo e ferro. Quanto à hidrografia, o território é banhado por duas das principais bacias hidrográficas do sudeste brasileiro, as bacias do Rio Pardo e do Rio Jequitinhonha. A vegetação primária e predominante nos municípios componentes do território é o Cerrado, com clima tropical sazonal, de inverno seco (MDA, 2006).

Em termos de indicadores de desenvolvimento, o IDH-M³ do território é 0,648 e está abaixo do estadual, que é 0,773. Entre os três indicadores utilizados para compor o IDH-M, a renda apresenta os valores mais baixos em todos os municípios. O território possui ainda uma média de 54,8% dos domicílios em situação de pobreza⁴, valor que está bem acima do estadual, que é de 14,10%. Já o número de pessoas pobres⁵ corresponde a 69,39% da população total, enquanto no estado esse número é inferior a 30%. Os dados educacionais para os municípios do território apontam taxas de analfabetismo e de evasão escolar maiores que a média do estado. Outro indicador das péssimas condições educacionais do território são os 71,5% de responsáveis por domicílios, com menos de 4 anos de estudo, comparados à média no estado, que é de 34,8%.

Com relação à economia do território, chama a atenção a pequena renda gerada pelos municípios. Segundo dados do IBGE, do ano de 2009, o território responde por menos de 1% da renda total gerada em Minas Gerais. O PIB per capita corresponde a apenas 25% do PIB per capita auferido no estado.

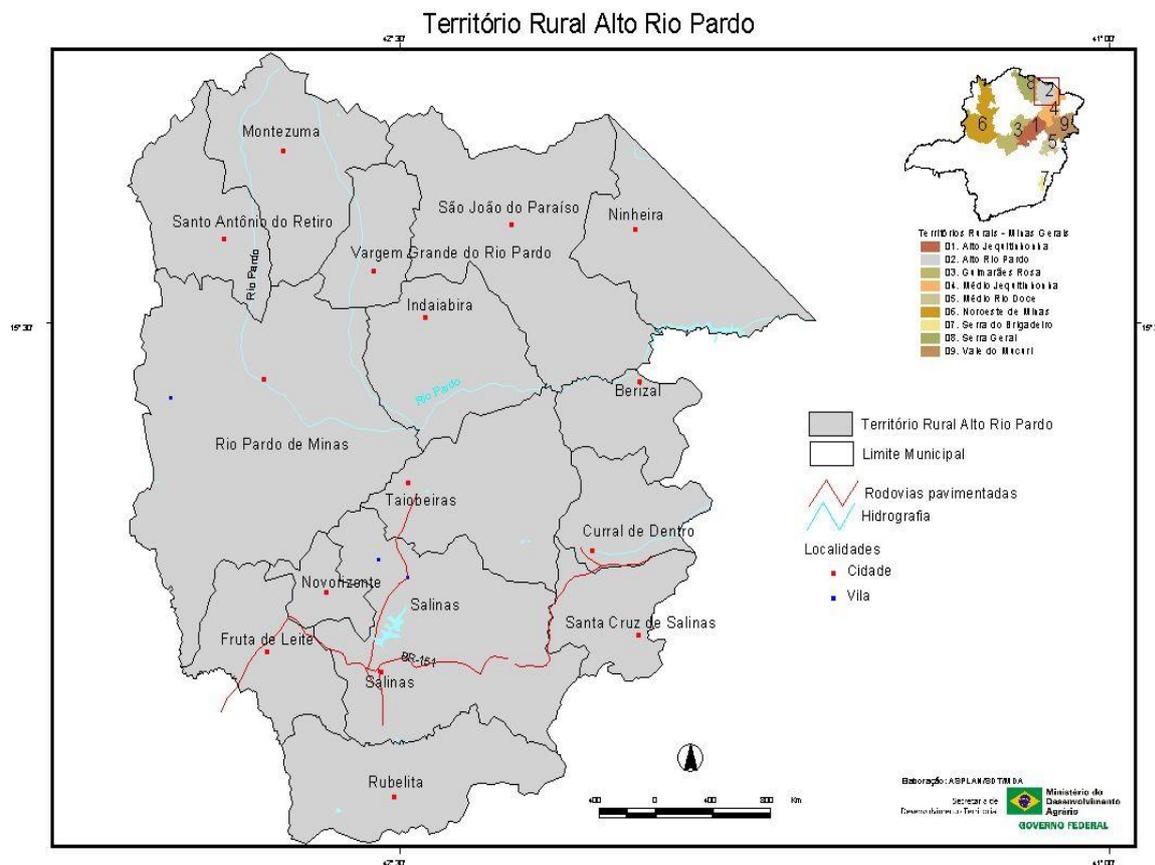
O Censo Agropecuário do IBGE em 2006 trouxe informações importantes sobre a questão agrária no TARP. Analisando-se o perfil dos municípios em relação ao uso da terra, tendo em vista a alocação do número de estabelecimentos rurais, 41% do total de estabelecimentos rurais do território realizam produção em lavouras temporárias, enquanto 6,62% produzem em lavouras permanentes, totalizando 47,62% dos estabelecimentos. A produção mista está presente em outros 22% dos estabelecimentos do território.

Esse censo também indicou um total de 15.983 estabelecimentos rurais no conjunto dos 15 municípios. Desse total, 46,9% possuem menos de 10 hectares, enquanto apenas 0,8% possuem mais de 1.000 hectares. A partir desses dados, percebe-se que há uma ampla predominância de pequenas propriedades no território.

De acordo com a definição do projeto INCRA/FAO (2000), a agricultura familiar está fortemente presente em todos os seus municípios. A quantidade de estabelecimentos de agricultura familiar supera 90% do total, sendo a proporção bem superior que a média estadual com 77,3%. Contudo, a área de posse desses estabelecimentos familiares ainda é muito pequena, contendo apenas 43% da área ocupada, o que indica uma alta concentração fundiária no território. A agricultura familiar no território é ainda responsável pelo emprego de 92% dos trabalhadores e 54% do Valor Anual da Produção (VAP).

A figura 2, logo a seguir, ilustra a localização e divisão municipal do território.

Figura 2 – Mapa do Território Rural Alto Rio Pardo e sua Divisão Municipal



Fonte: Site da Secretaria de Desenvolvimento Territorial/MDA

Dimensão produtiva e agroindustrial

De uma maneira geral, nas propriedades familiares do Território Alto Rio Pardo, o cultivo da cana está associado a uma produção agropecuária diversificada e, de alguma maneira, relacionada com atividades extrativistas, as quais fazem parte de uma mesma lógica no processo de provisão dos meios de sobrevivência. A produção agrícola nessas propriedades está assentada no cultivo de cana, mandioca, milho, feijão, abóbora, batata-doce e frutíferas, além da produção de hortaliças. A lógica da produção é garantir o autossustento familiar e a venda do excedente nos mercados locais.

Tradicionalmente direcionada para a produção de rapadura e aguardente, o cultivo da cana vem sendo conduzido, em alguns casos, para uma produção mais especializada de cachaça. O corte da cana é feito normalmente a partir de maio, quando o teor de sacarose começa a se elevar e estende-se até outubro, quando, por influência das chuvas, o teor é reduzido, diminuindo, portanto, o rendimento dos derivados. Para o transporte da cana, algumas pro-

priedades mais capitalizadas fazem uso de trator e caminhão para transportar sua produção, porém, é muito comum a utilização de carroças movidas por bois, dado seu custo de aquisição e manutenção significativamente inferior.

A produção de cachaça no TARP é uma atividade essencialmente familiar: cada família costuma ter o seu próprio canavial e sua fábrica de cachaça. Contudo, nos documentos analisados, constatou-se que a atividade produtiva possui outras formas organizativas. Existem casos em que um grupo de parentes ou vizinhos explora uma mesma fábrica de cachaça, ou então, cada membro da família forma a sua lavoura em terra própria ou da família e beneficia sua matéria-prima na fábrica geralmente do pai, parente ou vizinho mais próximo.

Outra forma comum de produção de cachaça é o contrato verbal de produção “à meia”: o dono da terra forma com o meeiro o canavial, cuja divisão da matéria-prima e do produto final é feita conforme a participação de cada um, geralmente 50% para cada parte. Aos proprietários da terra e da fábrica, cabem

a cessão da área de plantio e a realização das atividades de preparação de solo e fabricação da cachaça, ao meeiro, cabe o fornecimento da mão de obra para as atividades de plantio, limpeza do canavial, corte e transporte da cana. Segundo um meeiro entrevistado, é uma relação que apresenta poucas vantagens econômicas, já que a remuneração é prejudicada pelo alto custo agregado de mão de obra que não encontra compensação no preço de venda do produto final. Foram identificadas outras formas de produção em que o meeiro combina com o proprietário da fábrica a fabricação da cachaça por ele mesmo, assumindo, nesse caso, os custos de mão de obra, em que a divisão do produto final é feita com um percentual maior de 50% para o meeiro.

De acordo com Oliveira e Ribeiro (2002), os produtores de cachaça dos municípios do território podem ser tipificados da seguinte forma: a) mini-produtor, com produção anual menor que 4.000 litros de cachaça; b) pequeno produtor, com produção anual de cachaça entre 4.000 e 15.000 litros; c) médio produtor, que produz entre 15.000 e 30.000 litros por ano; e d) grande produtor, cuja produção anual ultrapassa 30.000 litros.

As condições socioeconômicas, bem como as necessidades das famílias produtoras, são fatores fundamentais na determinação dos custos de produção da cachaça nas propriedades. A maior ou menor demanda de serviços e insumos externos depende das disponibilidades monetárias, nem sempre existentes em volume suficiente para garantir a incorporação de recursos e técnicas convencionais. Vem daí a importância dos recursos do PRONAF como política pública oferecendo crédito a juros subsidiados aos agricultores familiares, e que, segundo dados do MDA, vêm crescendo entre os agricultores do TARP ao longo dos últimos anos. Os principais fatores que definem os custos são a contratação de serviços de mecanização de solos, o transporte da cana e a mão de obra diarista em atividades de plantio, colheita e beneficiamento, além da aquisição de insumos diversos. O uso relativamente baixo de insumos industriais (corretivos, adubos), a falta de costume em realizar serviços de análise de solos e de compra de mudas (exceto em alguns casos de formação da primeira lavoura), reduzem a mercantilização da atividade, cujo desenvolvimento depende principalmente de recursos próprios. O uso do trabalho diarista contratado pelo produtor de cachaça é bastante comum. No momento em que parcelas importantes da população rural, sobretudo os jovens e adolescentes, passam a se ocupar de outras atividades sociais e produtivas (estudo e trabalho), seja nas sedes dos seus municípios de origem ou em outras regiões, a demanda por mão de obra externa à família torna-se frequente.

De acordo com os próprios agricultores, a produtividade média anual gira em torno de 50 a 60 barris por hectare, embora alguns atinjam níveis

significativamente superiores, na faixa de 80 a 100 barris, ou seja, 80 a 100 toneladas de cana crua por hectare. Ainda que existam casos em que os rendimentos físicos de canaviais alcançam níveis superiores, o que faz toda diferença em matéria de produtividade econômica (redução relativa dos custos de produção e aumento do volume de cachaça), os atuais níveis de rendimento dos canaviais nesse território são muito baixos, o que evidencia uma baixa incorporação tecnológica dos agricultores familiares. Isso reduz ainda mais a renda relativa das famílias, sobretudo quando há baixo preço de mercado do produto final vendido a granel no alambique. Portanto, a produtividade agrícola dos estabelecimentos familiares é um fator extremamente relevante para a competitividade desse segmento social, num cenário de profissionalização desses produtores no ramo de cachaça em que competem entre si produtores de médio e grande porte.

Conforme argumentou Dayrell (2009), somente no município de Rio Pardo de Minas existem pelo menos 116 pequenas fábricas para a produção de cachaça artesanal, para um total de aproximadamente 40 mil barris, o equivalente a quase quatro milhões de litros de cachaça por ano. As edificações das fábricas são em geral bastante simples, pois a aquisição de equipamentos mais sofisticados exige um elevado investimento para o perfil da agricultura familiar. A água consumida no processo de fabricação também é uma questão de grande importância, já que esse insumo não recebe o devido controle de qualidade na origem ou no local de consumo.

O processo de fabricação da cachaça no território é marcado fortemente pela tradição, e os conhecimentos exigidos para a operação das subetapas de processamento da matéria-prima são, de um modo geral, dominados pelos membros da família, com destaque para os mais experientes. Em fábricas com capacidade de produção diária entre dois e três barris, o trabalho é desenvolvido basicamente por duas ou três pessoas.

Os engenhos utilizados nas propriedades são comumente movidos à energia elétrica e, em alguns casos, movidos a motor estacionário. Esses equipamentos representam um dos itens de investimento mais elevados para uma fábrica de cachaça nos padrões comuns na região. Os principais custos que incorrem na utilização desses equipamentos, além da energia — frequentemente elétrica — são de óleo lubrificante e graxa. A manutenção é feita pelo próprio dono, exceto a reposição ou conserto de peças como mancais e moendas, que exige serviços técnicos especializados. A moagem da cana gera uma grande quantidade de resíduo em forma de bagaço, um ótimo potencial energético que muitos produtores não aproveitam adequadamente, além da possibilidade de sua utilização como cobertura de solos e adubação.

Em geral, o próprio agricultor é quem elabora o composto para a fermentação, à base de fubá de milho cru ou torrado e, em menor proporção, de fubá de arroz, também chamado de “quirela”. É uma das etapas mais delicadas do processo de fabricação de cachaça de qualidade, porque a utilização do fermento envelhecido ou preparado inadequadamente provoca queda no rendimento da produção de cachaça. A fermentação da garapa exige cuidados com assepsia das dornas⁶, pois eventuais impurezas influenciam também a fermentação e no nível de acidez e podem provocar riscos de contaminações por elementos orgânicos e inorgânicos ou por compostos fenólicos (DAYRELL, 2009).

Após a fermentação, ocorre então a destilação do produto. Essa subetapa é realizada pelos “alambiqueiros”. No caso das propriedades familiares, os recursos técnicos utilizados por esses trabalhadores são os mais rústicos e baseiam-se, não diferentemente das atividades anteriores, nos conhecimentos adquiridos pelo meio social e cultural em que foram criados. Com relação aos equipamentos utilizados na destilação, Dayrell (2009) destaca que, comumente, as fábricas operam com apenas um alambique, serpentina ou capelo, com capacidade para produzir até 2,5 barris diários. O alambique representa um alto investimento, devido principalmente ao elevado custo do cobre, mas sua vida útil é longa, o que reduz, ao longo dos anos, o custo do investimento imobilizado. Esse e os demais equipamentos são adquiridos com recursos próprios, na maioria dos casos, dada a dificuldade dos agricultores familiares em obter financiamento.

Estrutura de mercado e mediadores

Em face de seus principais mercados, a cachaça é vendida, em sua maior parte, “a granel”. Recentemente vêm surgindo novos agentes interessados na produção e comércio de cachaça artesanal de qualidade registrada, com destino a empresas engarrafadoras de Salinas, municípios das regiões norte e nordeste de Minas Gerais, além de mercados das regiões nordeste e sudeste do país. Esse fato decorre de ações promocionais nos mercados interno e externo e iniciativas de fomento oficial pela EMATER-MG e o Banco do Nordeste (SEBRAE, 2004). O valor pago pelos compradores médio gira em torno de R\$ 80,00 a R\$ 90,00 o barril (R\$ 0,80 a R\$ 0,90/litro, para um custo médio de R\$ 0,53).

Um dos primeiros programas de destaque na região para a promoção do produto foi o Programa Mineiro de Incentivo à Produção de Aguardentes, o Pró-Cachaça, lançado pelo governo estadual em 1992. Além da valorização do produto, o Pró-Cachaça possibilitou um grande aumento do número de marcas de cachaça na região. Segundo Oliveira e Ribeiro (2002), só no município de Salinas o número de marcas subiu de nove, antes do programa, para 27 em 1999, com um aumento correspondente na produção.

No TARP, o principal elo entre a produção de cachaça da agricultura familiar e o comércio varejista é feito por compradores que adquirem o produto direto no alambique, chamados de atravessadores ou intermediários. O produtor dificilmente exerce o papel de distribuidor, o que é feito por comerciantes operando fora dos procedimentos legais e fiscais, muito embora haja ocorrências de venda direta a varejistas. Segundo Dayrell (2009), isso ocorre pelo fato de:

O risco de perda do produto e de sofrer outras penalidades previstas em lei faz com que o produtor familiar não assuma essa função, sendo mais cômodo e, portanto, mais seguro, transferir para um agente comercial. Nesse sentido, o constrangimento de saber que, ao transferir a execução da função, transfere também os ganhos oriundos do comércio clandestino para o atravessador e, conseqüentemente, deixa de aumentar a sua margem de ganho no negócio, é bastante reduzido quando não nulo. A dificuldade de assumir a função de produtor-comerciante está relacionada também aos custos e ao tempo que envolve o processo de distribuição. Embora se saiba que quando se conquista um novo cliente, em muitos casos, as “vendas seguintes resumem-se praticamente em tirar pedidos”, mas o produtor familiar, atuando individualmente, dificilmente realizaria a comercialização com as mesmas margens de ganho de um atravessador dedicado tão somente à venda de cachaça (p. 59).

Os produtores familiares de cachaça do TARP atuam individualmente em sua maioria e não possuem associação de produtores ou sindicato que lhes representem. Isso indica que eles carecem de maior organização social que lhes permita negociar para forçar a elevação dos preços junto aos atravessadores. Como dependem dos atravessadores para continuarem a produzir cachaça, não raramente a negociação do preço e do pagamento segue a posição do atravessador. Esse utiliza o argumento de operar na venda à vista e a prazo e por depender, de certa forma, da revenda na ponta, além dos custos e riscos de venda em que incorre para convencer os produtores a aceitarem as condições propostas.

Dessa forma, no comércio tradicional da cachaça a granel, a distribuição até o consumidor é feita com a participação de até três agentes, destacados por Dayrell (2009):

I) *Atacadista ou Distribuidor* — compra grandes quantidades suficientes para fechar uma carga de pelo menos um caminhão e distribui em pequenos volumes. Utiliza veículos próprios bem como os vasilhames que se assemelham aos utilizados pelos produtores para armazenar temporariamente seu produto. Ele exerce a função de comprar o produto no local de origem e transportar para outros municípios ou regiões onde o vende diretamente para distribuidores ou varejistas locais. Esses compradores compram à vista ou a prazo e não possuem uma fidelidade absoluta com o produtor.

II) *Distribuidor local* — atua na revenda e na distribuição varejista, assemelhando-se, nesse caso, ao intermediário atacadista. A diferença é que o distribuidor local adquire o produto do intermediário atacadista e atua na pulverização do produto nas cidades onde atua. Para tanto, são disponibilizados

depósitos para o armazenamento e granelização das mercadorias.

III) *Varejista* — o produto a granel é revendido nos mais diferentes estabelecimentos varejistas, especialmente em bares, botecos e mercearias localizados em regiões periféricas das cidades e vilas. A cachaça é revendida para os consumidores na forma usual de doses e garrafas.

É importante ressaltar que a cachaça produzida pela agricultura familiar tem seu preço limitado pela forte concorrência exercida pelos fabricantes de aguardente industrial. A preponderância da oferta no mercado interno da caninha industrial (acima de 80%) em relação à cachaça artesanal, faz com que os preços da primeira, praticados no varejo em torno de R\$ 2,00 o litro, exerçam forte influência na formação dos preços de mercado em que opera o comércio da segunda, vendida a granel.

No caso dos supermercados, que respondem por importante volume de vendas de produtos em geral, especialmente em cidades de médio e grande porte, a entrada de uma nova marca envolve custos importantes para o produtor. Em geral, é cobrado do produtor o pagamento de uma espécie de “pedágio” como um dos itens do contrato comercial. Para colocar a sua cachaça nas gôndolas do supermercado, o produtor deve ceder uma quantidade de produto para o estabelecimento, o que, em alguns casos, representa volumes expressivos⁷. Assim, uma das implicações dessa prática é a necessidade de o produtor operar com escalas ampliadas de produção e com produtos de maior valor agregado.

Embora a produção de cachaça permaneça sendo uma atividade informal na grande maioria das propriedades, é crescente o número de empreendimentos para a produção e comercialização do produto. Em Salinas, por exemplo, o município que mais se apropriou da “fama” da cachaça produzida na região, já são cerca de cinquenta marcas comerciais operando no mercado, todas dispendo de alguma infraestrutura própria de engarrafamento. A principal marca do município, tida também como a principal de todo o país, é a cachaça Havana, apresentada inclusive como uma das grandes responsáveis pela tamanha fama angariada pela cachaça do município ao longo dos anos. Segundo Oliveira e Ribeiro (2002: p. 11), trata-se de uma cachaça pouco disponível no mercado — dada a pequena escala de produção —, com um preço bastante elevado, cuja trajetória é assentada na simplicidade e no capricho quase obsessivo de seu proprietário em manter, ao longo de várias décadas, um elevado padrão de qualidade. Os autores enfatizaram, ainda, a existência de uma lógica própria que permeia a produção da cachaça Havana: “a lógica do produtor familiar que não é obrigado a subordinar-se aos princípios do mercado” (p. 15).

Em termos de negócios, um dos reflexos positivos da cachaça dessa região atualmente é a crescente abertura de novos pontos de distribuição no va-

rejo, com destaque para as redes de hiper e supermercados. Também proliferam lojas especializadas na venda e revenda de cachaça artesanal de qualidade, inclusive por meio de sites nos quais se realiza o comércio eletrônico. Segundo Dayrell (2009):

O crescimento das vendas da cachaça artesanal de qualidade deve-se ulteriormente à constituição de equipes dedicadas exclusivamente a essa atividade. O caminho percorrido por esses empresários não é diferente do de outros ramos da indústria cuja estratégia de distribuição é operada por meio de contratos firmados com escritórios de representação comercial e com distribuidoras em regiões estratégicas, principalmente em capitais como Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, dentre outras. Caso contrário, a inserção em maior escala do produto no mercado se inviabiliza (p. 47).

Essa profissionalização do setor de cachaça tem sido levada a cabo por um número reduzido de produtores, com perfil econômico distinto do agricultor familiar, devido à exigência de investimentos elevados de toda ordem: capital imobilizado para instalação de fábricas, engarrafadoras e envelhecedoras dentro dos padrões legais; e capital de giro para financiar os custos com distribuição e promoção de marketing e gestão empresarial. As unidades de produção familiares diferenciam-se, sobretudo, em relação à área plantada de cana e à capacidade de maior produção física de cachaça. Assim, de maneira geral, os produtores familiares possuem pouco poder de negociação com os fornecedores de equipamentos e serviços para estruturarem suas propriedades.

Nesse sentido, a reclamação maior dos agricultores refere-se à falta de assistência técnica para a capacitação dos produtores em boas práticas de fabricação, que, aliada às precárias condições da infraestrutura instaladas no elo do beneficiamento, reduz as chances de inserção de grande parte da produção em mercados que oferecem melhores preços. São raros os municípios em que a EMATER-MG consegue desenvolver um trabalho mais sistemático junto aos produtores, até mesmo devido à estrutura precária e à falta de quadro técnico de que sofrem as unidades municipais da EMATER. A mesma reclamação se constata em relação às Secretarias Municipais de Agricultura, sempre sem recursos e voltadas para os produtores industriais.

Na situação de informalidade e de pouca organização, não resta outra saída para os agricultores familiares senão operar nos sistemas tradicionais de comercialização, em que a figura do atravessador cumpre função de destaque. Mas alguns processos estão em curso. Com o apoio do MDA e da EMATER/MG, 109 produtores rurais familiares de Salinas e municípios vizinhos estão exportando, desde 2007, a cachaça Terra de Ouro para empresas que comercializam produtos da agricultura familiar no mercado italiano. A cachaça Terra de Ouro é produzida pela COOPERCACHAÇA, cujos produtores trabalhavam para empresas privadas e agora, trabalhando sob a forma de cooperativa, possuem receita

própria e estão capacitados para a realização de todo o processo produtivo, desde o plantio da cana-de-açúcar até a comercialização da cachaça. Sobre a organização socioprodutiva dos agricultores familiares no TARP, Dayrell (2009) afirmou o seguinte:

A criação da Associação dos Produtores de Cachaça de Salinas - APAC - e a Cooperativa de Produtores de Cachaça de Salinas - COOPERCACHAÇA - é uma demonstração da percepção que alguns agentes produtivos mais bem informados e relacionados no setor privado e público possuem sobre os caminhos que devem ser seguidos para superar a condição de um território constituído de aglomerados (clusters), com centenas de pequenas e isoladas fábricas, e estruturar arranjos produtivos locais. Mas, não obstante o usufruto dos benefícios da história coletiva por esses agentes, os caminhos adotados por eles sugerem a não incorporação daqueles que constituem a base social, que foi e continua sendo, produtores e reprodutores da história da cachaça (p. 57).

Em geral, as práticas associativas envolvendo a produção de cachaça no TARP — compras coletivas de insumos, serviços ou comercialização nas associações e sindicatos — são realizadas em baixa escala. Os produtores do território têm muito a perder com esse baixo capital social existente, pois as relações de convívio social que essas práticas possibilitam (além de outras advindas das relações tradicionais de vizinhança e amizade que permeiam o cotidiano das famílias) são elementos importantes para a construção de propostas locais de organização do segmento da agricultura familiar no ramo da cachaça. Segundo afirmou Abramovay (2000: p. 4), o capital social de um território corresponde a recursos cujo uso abre caminho para o estabelecimento de novas relações entre seus habitantes, permitindo a consolidação de estruturas sociais que “devem ser vistas como recursos, como um ativo de capital de que os indivíduos podem dispor” territorialmente.

Segundo relatos dos agricultores, já se tentaram experiências de organização no município de Rio Pardo de Minas, por meio da criação de uma cooperativa de produtores de cachaça, mas essa não chegou a ser concretizada. Recentemente, um grupo de produtores desse município, com características diferenciadas sob alguns aspectos, retomou a discussão da criação de uma cooperativa, adotando como estratégia a engarrafadora e envelhedora instalada no município, até então subutilizada.

Não obtiveram resultados, até o momento, os esforços de lideranças dos municípios em negociar recursos da modalidade Infraestrutura do PRONAF para a melhoria das condições de agregação de valor à cachaça, instalação de equipamentos de envelhecimento, engarrafamento e produção coletiva. Mesmo assim, os representantes do Conselho de Desenvolvimento Territorial —CODETER/TARP—, responsável pela condução dos projetos do PRONAF-Infraestrutura, acreditam que a estratégia territorial para definir esses recursos permite o diálogo de organizações públicas e privadas de municípios limítrofes que antes não mantinham contatos. Pode-se, assim, vislumbrar a formação de futuros arranjos organizacionais que levem a uma me-

lhor “incidência territorial das políticas públicas” (SILVA, 2008).

Recentemente, o TARP foi inserido no Programa Territórios da Cidadania, do Governo Federal, que envolve 21 Ministérios e Autarquias diferentes⁸. Esse programa tem o objetivo de possibilitar uma melhor focalização e articulação entre as ofertas de políticas públicas aos municípios de territórios elencados a partir de alguns critérios, tais como índice de pobreza, baixo IDH, existência de grande número de agricultores familiares e assentados de reforma agrária, etc. Além disso, esses territórios terão aumento dos recursos dos programas sociais do Governo Federal e poderão participar do planejamento, execução e monitoramento desses projetos por meio de seu CODETER.

Outro agente bastante recente no TARP, mas de suma importância para o seu desenvolvimento, principalmente no desenvolvimento de produtos, é o Instituto Federal Tecnológico do Norte de Minas – IFET, em especial o seu campus de Salinas (antiga Escola Agrotécnica de Salinas), onde existe o único curso superior de tecnologia da produção de cachaça no Brasil. Segundo os agricultores, o IFET apenas atuava em benefício dos grandes produtores da região. No entanto, a partir de um projeto financiado pelo MDA envolvendo o IFET/Salinas e o Centro de Agricultura Alternativa do Norte de Minas (CA-A/NM), ONG que atua na prestação de serviços junto a grupos de agricultores familiares da região, essa aproximação entre a escola e os agricultores familiares começou a se efetivar. O projeto, ainda em execução, abrange um diagnóstico da produção de cachaça em propriedades familiares no território, a apresentação e o retorno dos resultados a cada um dos agricultores, e a capacitação desses agricultores em boas práticas na fabricação de cachaça. Com isso, visa-se a incentivar os agricultores para melhorarem cada uma de suas etapas produtivas, desde o cultivo da cana até o processamento final, para assim auferirem uma maior produtividade e uma melhor qualidade do produto, além do cuidado com o meio ambiente. A importância de uma participação mais ativa do IFET/Salinas no processo de desenvolvimento territorial no TARP se revela pela qualidade de sua infraestrutura física e equipamentos, o conhecimento de seus professores, e a vontade dos alunos de pôr em prática o aprendizado da sala de aula.

Por fim, outra organização de apoio no setor é o Banco do Nordeste (BNB), que tem uma atuação importante a partir de sua agência em Salinas, sobretudo via o PRONAF para os agricultores do grupo B (mais pobres) e também pelo programa Nordeste Territorial. Esse programa age tanto na concessão de crédito como na organização dos produtores, coordenado pelos “agentes de desenvolvimento”. A carteira na agência local do BNB soma algo em torno de R\$5,6 bilhões, e os recursos aplicados são, em grande parte, do Fundo de Desenvolvimento do Nordeste (FNE). Atualmente, o banco

patrocina uma pesquisa de seleção de leveduras de alta qualidade sensorial e físico-química, em parceria com o IFET/Salinas e a Universidade Federal de Ouro Preto, para buscar estratégias de identificação geográfica da cachaça de Salinas (NORONHA, 2010).

Os esforços das organizações locais para diminuir a assimetria de informações à qual estão sujeitas e assim obterem uma posição mais destacada no processo de geração de valor nessa cadeia produtiva passam pelo fortalecimento de suas habilidades sociais (FLIGSTEIN, 2001). Ou seja, é necessário desenvolver, no interior do ambiente organizacional que envolve a agricultura familiar no TARP, a capacidade de cada organização provocar o engajamento de outros atores em processos de cooperação, para a mediação de políticas públicas e o aperfeiçoamento de suas competências instrumentais.

Considerações finais

De acordo com as análises deste estudo, pode-se dizer que as estruturas de mercado em torno da produção de cachaça no Território Alto Rio Pardo são fortemente enraizadas nas configurações de interesses econômicos e relações sociais que se estabelecem de diversas formas no interior do território. Embora a qualidade de sua cachaça seja nacionalmente e até internacionalmente reconhecida, os ganhos com esse reconhecimento basicamente são capitaneados pelos maiores produtores e, sobretudo, os produtores industriais. Os agricultores familiares, com sua produção rústica e atomizada, ainda ressentem de muitas dificuldades para atenderem aos requisitos de acesso aos vários mercados que existem para o produto.

Os principais problemas diagnosticados, que impedem os agricultores familiares do Alto Rio Pardo de alcançarem maiores rendas nessa atividade com o acesso a outros mercados para o seu produto, estão relacionados à: informalidade das unidades produtivas; infraestrutura precária de beneficiamento; dificuldade de obtenção de capital de giro, tanto pela baixa renda monetária dos agricultores como pela falta de garantias reais para adquirir financiamentos; necessidade de assistência técnica mais direcionada e preparada para atuar de acordo com as necessidades desses agricultores, que lhes

possa auxiliar na incorporação de novas tecnologias produtivas, capacitação em boas práticas de fabricação e no melhor gerenciamento de suas propriedades; baixa densidade organizacional dos agricultores e dificuldade de mediação junto ao poder público e outros atores privados; e altos custos de produção, devidos à baixa produtividade.

Não obstante, a atividade produtiva da cachaça ainda persiste como uma das principais oportunidades de geração de renda para esses agricultores, visto que ela apresenta reduzidas barreiras à entrada, baixo investimento inicial necessário, e também pela possibilidade de sua matéria-prima ser consorciada com outras culturas de subsistência. Além disso, a produção de cachaça no território permanece uma atividade eminentemente familiar: a cana-de-açúcar é cultivada nas próprias terras, a atividade ocupa uma considerável quantidade de mão de obra e a fabricação mantém-se artesanal e pouco tecnificada, caracterizando-a como um produto tradicional do território (característica ainda pouco explorada comercialmente).

Os novos arranjos organizacionais e os recentes programas governamentais de apoio à agricultura familiar apontam a cachaça artesanal no território como um amplo potencial de negócios. Pensando assim, a organização territorial dos agricultores familiares pode fornecer a eles próprios um maior poder de negociação junto a outros agentes privados (varejistas, atacadistas, financeiros, etc.) e públicos, no sentido de buscar um projeto integrado de desenvolvimento. A interlocução com novos atores auxiliando nesse trabalho, como no caso do IFET/Salinas, SEBRAE, EMATER, BNB, ONGs, entre outras, aparece como alternativa interessante.

O trabalho de registro de uma marca própria ou obtenção da Indicação Geográfica da cachaça artesanal familiar no território também pode ser uma estratégia a ser vislumbrada em um médio prazo, após sanadas algumas dificuldades estruturais mais urgentes. Com isso, poder-se-ia resolver certo conflito existente entre Salinas, detentor da maior fama em termos de qualidade de cachaça no território, e os demais municípios que apresentam as mesmas características de produção.

Sandro Pereira Silva - Bacharel e Mestre em Economia pela Universidade Federal de Viçosa, doutorando do Centro de Pesquisa e Pós-Graduação sobre as Américas – UnB e Técnico de Planejamento e Pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA.

Referências

ABRAMOVAY, R. (2000). O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural. *Revista Economia Aplicada*, nº 2, vol. IV.

ALMEIDA E SILVA, L.; *et. al.* (2006). "Cachaça de Minas" e desenvolvimento rural. **Anais do Congresso da ALASRU.**

- COSTA, E. F. (2005). Eficiência Econômica e competitividade da Cadeia Produtiva da Cachaça em Alagoas. **Revista de Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 36, nº 2.
- DAYRELL, C. (2009). **Plano Territorial da Cadeia Produtiva da Cachaça: Território Alto Rio Pardo**. MDA/SDT.
- ETENE/BNB. (2008). **Cachaça e rapadura na área de jurisdição do BNB: produção, tecnologia e mercado**. Fortaleza: ETENE/BNB.
- FARINA, E.; ZYLBERSZTAJN, D. (1994). **Competitividade e organização das cadeias agroalimentares**. Costa Rica: IICA.
- INCRA/FAO. (2000). **Novo retrato da agricultura familiar**. Brasília: MDA.
- FLIGSTEIN, N. (2001). **The architecture of markets: an economic sociology of twenty-first-century capitalist societies**. Princeton University Press.
- GRANOVETTER, M. (1985). **Economic action and social structure: the problem of embeddedness**. *American Journal of Sociology*, n. 90.
- GUANZIROLI, C. E. (2005). **Experiências de desenvolvimento territorial rural no Brasil**. Texto para Discussão. UFF/ECONOMIA.
- MDA. (2006). **Plano Territorial de Desenvolvimento Territorial Sustentável do Território Alto Rio Pardo**. Brasília: MDA/SDT.
- _____. (2007). **Estudo Propositivo para a dinamização econômica do Território Alto Rio Pardo**. MDA/SDT.
- MEJIA, M. R. (2006). O "território" na análise da ruralidade: reflexões elaboradas a partir da situação de um assentamento do Incra. **Revista Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 11, n. 1.
- MIOR, L. C. (2005). **Agricultores familiares, agroindústria e redes de desenvolvimento rural**. Chapecó, Argos.
- MOREIRA, R. J. (2005). **Identidades sociais: ruralidades no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro, DP&A.
- NORONHA, S. (2010). Símbolo Nacional. **Revista Rumos**, nº 249, jan/fev.
- OLIVEIRA, A. R.; RIBEIRO, E. M. (2002). Indústria rural, agricultura familiar e desenvolvimento local: o caso da produção de cachaça artesanal em Salinas. **Anais do X Seminário de Economia Mineira**. Diamantina, UFMG.
- OLIVEIRA, A. R. *et al.* (2008). **Análise da Cadeia Produtiva da Cachaça em Minas Gerais sob a ótica da Economia dos Custos de Transação. Custos e Agronegócios**. Disponível em: <<http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero3v4/cachaca.pdf>> Acesso: abril 2009.
- PERICO, R. (2009). **Identidade e território no Brasil**. Brasília, IICA.
- POLANY, K. (1980). **A grande transformação**. Rio de Janeiro, Campus.
- SANTOS, M.; SILVEIRA, M. L. (2008). **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro, Record.
- SEBRAE/MG. (2001). **Diagnóstico da cachaça de Minas Gerais**. Belo Horizonte, SEBRAE, 2001. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: setembro de 2009.
- SILVA, C. B. (2005). Caracterização e análise da cadeia produtiva da cachaça brasileira. **Anais do 43º Congresso da SOBER**, Ribeirão Preto.
- SILVA, S. P. (2008). **Políticas públicas e agricultura familiar: uma abordagem territorial do PRONAF no Médio Jequitinhonha**. Viçosa: UFV, 2008. Dissertação (Mestrado em Economia). Universidade Federal de Viçosa.
- STEINER, P. (2006). **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas.
- SWEDBERG, R. (1994). Markets as Social Structures. In: SWEDBERG, R. e SMELSER, N. J. **The Handbook of Economic Sociology**. Princeton University Press, Russel Sage Foundation. Princeton, New York.
- _____. (2003). **Principles of Economic Sociology**. Princeton, Princeton University Press.
- WANDERLEY, F. (2002). Avanços e desafios da nova sociologia econômica. **Revista Sociedade e Estado**, v. XVII, n. 1. Brasília: UNB.
- WESZ Jr, V.; TRENTIN, I. C. (2007). Análise territorial e representativa das agroindústrias familiares de cachaça nas Missões/RS. **Revista Organizações Rurais & Agroindustriais**, vol. 9, nº 2.
- WILKINSON, J. (2008). **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: Ed. UFRGS.

ZUNIN, L. F.; ZUNIN P. B. (2008). PRODUÇÃO DE ALIMENTOS TRADICIONAIS: Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos

produtores rurais. In: **Revista Gestão & Desenvolvimento Rural**, v. 4, nº 1.

Notas

¹Os Conselhos de Desenvolvimento Territorial (CODETER) são formados paritariamente por integrantes de organizações da sociedade civil e do poder público dos municípios que compõem cada um dos 164 territórios rurais envolvidos no PRONAF – Infraestrutura.

²Publicado originalmente no ano de 1949.

³Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, composto pela média de três índices: longevidade, educação e renda.

⁴Os domicílios em situação de pobreza são aqueles com saneamento inadequado e cujos responsáveis têm renda de até um salário mínimo por mês e frequentaram escola por menos de quatro anos.

⁵Percentual de pessoas com renda domiciliar *per capita* inferior a R\$ 75,50, equivalentes a 1/2 do salário mínimo vigente em agosto de 2000. O universo de indivíduos é limitado àqueles que vivem em domicílios particulares.

⁶Dorna é um recipiente feito comumente de fibra ou plástico por causa do baixo custo, para armazenar a garapa, utilizado na fermentação. Também existem dornas de aço inox em algumas propriedades (ideal).

⁷Segundo um produtor de Salinas, para colocar o produto em apenas uma rede de supermercados em Belo Horizonte, o mesmo é obrigado a pagar 3 caixas por tipo de bebida por loja. Como são 86 lojas, apenas um tipo (descansada ou envelhecida), representaria 258 caixas, o equivalente a 3096 garrafas que, vendidas ao estabelecimento por R\$ 4,57, custaria ao produtor nada mais nada menos que R\$ 14.148,72, sem se considerar, evidentemente, o frete. A expectativa de venda mensal foi estimada pelo produtor em 200 caixas naquela rede de lojas.

⁸Ao todo, são 120 territórios, dentre os 164 trabalhados pelo MDA, que compõem o Programa Territórios da Cidadania, sendo 8 deles em Minas Gerais.