

AS FEIRAS LIVRES DO JEQUITINHONHA: FEIRANTES, CONSUMIDORES E COMÉRCIO URBANO NO SEMI-ÁRIDO MINEIRO

EDUARDO MAGALHÃES RIBEIRO *

DANIEL PRADO ARAÚJO **

FLÁVIA MARIA GALIZONI ***

EDUARDO BARBOSA AYRES ****

LUIZ HENRIQUE SILVESTRE *****

CAMILA DA SILVA FREITAS *****

Resumo: *Este artigo analisa feiras livres de cinco municípios do vale do Jequitinhonha mineiro, investigando-as em termos de vendas, do perfil dos vendedores, do abastecimento urbano, da economia local e das políticas municipais de apoio ao feirante. Revela que feiras abastecem na média três quartos da população desses municípios, geram receitas em torno de um salário mínimo mensal por família feirante, e que as vendas se transformam em consumo no comércio urbano.*

1. FEIRAS LIVRES DO JEQUITINHONHA

A feira livre é uma das instituições mais sólidas de Minas Gerais; principalmente do Norte, Nordeste e Noroeste do estado. Elas fazem parte da economia e da cultura dessas regiões: abastecem cidades pequenas e distantes das rotas comerciais de distribuição de alimentos, escoam a produção dos lavradores, aquecem o comércio urbano com as compras dos feirantes. Nas madrugadas os agricultores levam à feira leitões, frangos, verduras e frutas de estação, levam a diversidade de farinhas, *gomas* (ou polvilhos) e rapaduras saídas das prensas, engenhos e fornos da indústria doméstica rural; lá, sempre encontram as cozinheiras, doceiras e o *homem-da-cobra* – que vende remédios para todos os males do corpo, com exceção da *dor-de-cotovelo*.

Em todos os municípios do vale do Jequitinhonha mineiro existem feiras. Aos sábados os feirantes amanhecem na cidade carregando a produção da semana. Vão vender, comprar, barganhar e participar do grande evento social que é a feira livre. A oferta é variada: no *tempo-das-águas* os lavradores vendem mantimentos saídos da lavoura, como milho e feijão verdes, ou das criações, como leite fresco, queijo, requeijão e doce de leite, e, principalmente, os frutos da coleta – pequi, jatobá, panã, marolo, cagaita, coquinho-azedo, mangaba, coco-sapucaia, que aparecem nas praças de mercado de novembro a fevereiro. Quando começa o *tempo-da-seca* a oferta muda: levam produtos com maior valor agregado, processados como as farinhas, cachaças e doces; mas, principalmente, é a época dos produtos das hortas, exigentes em trabalho.

As ofertas em feiras variam também no espaço, e os mercados são maiores ou menores. Em Araçuaí, por exemplo, ele não comporta metade do movimento dos mais de 300 pontos de venda; em Veredinha a feira do sábado cabe num galpão do tamanho de uma quadra de futebol-de-salão; em Almenara a feira ocupava cinco quarteirões, atulhando de burros cargueiros, cangalhas e jumentos o espaço vizinho ao mercado.

Embora sejam constantes, animadas e barulhentas, as feiras são também quase invisíveis, são consideradas parte da paisagem da cidade. E, como atendem a um público muito localizado e geram um movimento que soverte na economia informal, sua expressão econômica costuma ser considerada como próxima do insignificante. Por isto, raramente motivam programas de geração de renda ou desenvolvimento rural. No

entanto, na sua modéstia, as feiras livres distribuem benefícios aos agricultores, ao comércio urbano e aos consumidores, geram rendas que dinamizam esses municípios, colocam em circulação recursos que alimentam e conservam a saúde das pessoas.

Lavradores-feirantes são beneficiados porque vendem uma produção que não entraria em outros mercados, pois sua pauta produtiva é muito associada à cultura alimentar local. Geralmente vendem à vista o que levam à feira na manhã dos sábados, e a essa receita combinam as rendas de transferências de programas públicos, a produção de auto-consumo, o *apurado* nas migrações sazonais; assim eles se equilibram. Repetindo o trajeto da roça para a feira por meses e anos - por *seca-e-s'água*, como se diz na região - ampliam e melhoram seus sistemas de produção, pois as receitas crescem com a *tutaméia* que é o ganho das feiras. Muitos deles conseguem com feira mais dinheiro que receberiam na migração para São Paulo.

Vantagens e ganhos de feirantes se transformam diretamente em recursos nas mãos dos comerciantes. Feirantes vendem para comprar, e a bolsa cargueira – a *bruaca*, como se diz - que vai à feira no lombo do burro, volta ao sítio carregada de compras. Aos sábados os feirantes animam um comércio urbano que tem seu auge quando os aposentados recebem seus pagamentos no início do mês, ou na época da festa do santo padroeiro no meio do ano, ou quando começa uma obra no município. Mas há grande diferença na frequência: feira tem todo sábado; aposentadorias são pagas uma vez por mês, festa-de-santo só acontece uma vez por ano e grandes obras, quando muito, só acontecem de quatro em quatro anos.

O benefício dos consumidores é um abastecimento regular de alimentos de qualidade, adaptado aos seus hábitos culturais. O consumo restrito da população urbana raramente viabiliza transporte de verduras e frutas de outras regiões; além disso, na feira o consumidor encontrará as frutas nativas coletadas nas chapadas, as rapaduras da cor que prefere, as farinhas no ponto que gosta. O levantamento em feiras do Jequitinhonha revelou 12 tipos diferentes de farinhas – variadas em espessura da peneira, ponto de torração, dose de *goma*, cor e consistência -; 6 tipos de rapaduras que variam em tamanho, cor, doçura e consistência; 18 variedades de frutas coletadas e vendidas *in natura*; doce-de-leite produzido por meio de 9 técnicas diferentes. Cada técnica de produção é típica de uma localidade, pouco usada ou desconhecida em outros locais. As feiras abastecem a população urbana também dessa parte essencial da nutrição que é a soberania alimentar, a alimentação associada à cultura, e assim também se entende porque elas resistem ao avanço do comércio de grande escala: são nichos de vendas de produção material culturalizada, e por isso as feiras livres desses pequenos municípios se expandem, em vez de retrain, pois alimentam a cultura territorializada e são espaços importantes de manifestação de identidades locais. O aumento do número de aposentados nesses municípios rurais renova o fôlego das feiras com a renda que vem do pagamento dos benefícios, pois eles são consumidores de hábitos estáveis e gasto regular.

Essas feiras são mais que locais de comercialização. Nelas circulam bens, culturas, identidades; além de pontos de vendas, são encruzilhadas entre a economia e a cultura, retratos totais dessas sociedades rurais, espaços essenciais para a reprodução das muitas agriculturas familiares do vale do Jequitinhonha.

Feiras livres recebem dupla proteção: de um lado a modesta escala do consumo é barreira à entrada de mercadorias de outros centros; de outro lado a culturalização do consumo torna as mercadorias produzidas no local insubstituíveis. Quase sempre o consumo, restrito e culturalizado, costuma ser considerado o ponto frágil dos pequenos mercados. Mas, de outra perspectiva, é também sua força, pois abre possibilidades de negócios baseadas na pauta alimentar específica e oportunidades de criação de

programas locais de desenvolvimento de baixo custo, descentralizados e participativos. Por isso as feiras cabem num quadro de reflexão maior: representam oportunidades para criar rendas, ocupações e desenvolvimento econômico da região.

2. O ESTUDO

Este artigo analisa as feiras livres de cinco municípios do vale do Jequitinhonha - Berilo, Carbonita, Francisco Badaró, Veredinha e Virgem da Lapa -, investigando a expressão das vendas, perfil dos feirantes, abastecimento urbano e políticas municipais de apoio ao feirante. Ele resulta de um programa de pesquisa e extensão universitária em apoio às feiras livres montado com objetivo de identificar problemas e propor melhorias para feiras, feirantes e abastecimento urbano, parceria entre o Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar da Universidade Federal de Lavras, Núcleo PPJ/UFLA, o Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica, CAV, e a Comissão Regional de Segurança Alimentar e Nutricional do Alto e Médio Jequitinhonha, CRSAN.

A pesquisa foi realizada em três etapas.

Na primeira etapa, os objetivos foram acordados no fórum da CRSAN, visando criar um programa de apoio às feiras livres em municípios selecionados. Escolhidos os municípios, foram acertadas parcerias locais envolvendo feirantes, sindicato de trabalhadores rurais, prefeitura, comércio, organizações sociais, Emater, Câmara e outras agências.

A segunda etapa investigou as consequências da feira sobre comércio e serviços urbanos. O comércio urbano foi avaliado por meio de entrevistas fechadas, investigando suas relações com as feiras. Os serviços urbanos - prefeitura, secretarias, extensão e sindicato de trabalhadores rurais, polícia - foram pesquisados para analisar demandas dos feirantes por serviços e iniciativas de melhoramento da feira e da agricultura familiar.

Por fim, numa terceira etapa, foi feita a pesquisa nas feiras, focado no feirante e no consumidor. Inicialmente foi levantando o número de feirantes presentes e as categorias de produtos à venda; assim foi estabelecida a amostra: 10% dos feirantes presentes distribuídos em termos de volume e produtos levados à feira. Estimava-se também o total de consumidores: 10 consumidores por feirante; e a amostra era definida em 3% dos consumidores, distribuídos por sexo e horário de compras. Consumidores eram entrevistados e, por meio de tarjetas distribuídas na entrada da feira, era possível contá-los. E foram entrevistadas 79 famílias feirantes nos 5 municípios, distribuídas entre as seguintes categorias de produtos: 1) frutas e verduras; 2) indústria doméstica rural (doces, queijos, mel, rapadura, farinhas, cachaça, por exemplo); 3) bancas diversificadas, principalmente as que combinam indústria doméstica com verduras e frutas; 4) açougues; 5) produtos da agricultura (*feijão-andu*, *feijão-catador*, milho de bulhão, por exemplo); 6) alimentos prontos (café, refeições...); 7) animais vivos (aves e suínos); 8) leite de vaca; 9) manufaturados (roupas, bijuterias) 10) artesanato regional; 11) fumo de rolo; 12) temperos; 13) produtos do extrativismo (pequi, panã, medicinais...). Em cada categoria os feirantes entrevistados foram segmentados pelo volume de produtos e vendas: feirantes *fortes* ou *fracos*, como eles mesmos se definem.

As entrevistas foram realizadas no *tempo-da-seca*, entre abril e novembro de 2005, quando a oferta de produtos do extrativismo e derivados de leite é reduzida, e é elevada a oferta de produtos intensivos em trabalho, como verduras, ou de maior valor agregado, como rapaduras. O questionário sazonalizava as receitas de vendas, sugerindo a estimativa da queda de vendas na estação das chuvas e captando a diversificação de

oferta ao longo do ano. Para compreender melhor essa estacionalidade foram feitas observações nas feiras na estação das águas de 2005/2006.

Um terço dos feirantes entrevistados na feira foram, depois, pesquisados também no sítio, com base em amostra selecionada em função das categorias de produtos encontradas na feira. Então, era investigada a produção da família: sua organização, as estratégias de reprodução, a distribuição do trabalho entre os membros, os resultados da migração sazonal, o impacto das políticas públicas, o auto-consumo. Essa ocasião era aproveitada também para conhecer os sistemas comunitários de produção - farinheiras, engenhos, moendas, fornos: a indústria doméstica rural.

Por fim, sistematizadas, as informações foram devolvidas aos feirantes e demais organizações em assembleias realizadas em todos os municípios. Nas partes seguintes deste artigo são comentados os efeitos econômicos das feiras; em seguida são apresentados dados sobre o perfil dos feirantes. Depois são analisadas as relações entre feiras, consumidores e comércio urbano. Por fim, são comentados os programas públicos que contribuem para o melhoramento das feiras e recomendados procedimentos para dinamizá-las.

3. FEIRAS LIVRES E ECONOMIA LOCAL

O vale do Jequitinhonha fica a nordeste de Minas Gerais, é coberto por vegetação de cerrado, floresta, carrascos e outras formações de transição; faz parte da grande região mineira sujeita às variações no regime de chuvas. A área mais próxima às cabeceiras dos grandes rios, o alto Jequitinhonha, apresenta uma topografia marcada pela alternância de chapadas planas, ocupadas em maioria por reflorestamentos de eucaliptos, e por vertentes acidentadas, as grotas, ocupadas por milhares de sítios de produção familiar.

Esses agricultores familiares com características peculiares: suas áreas de terras sempre ficam abaixo do módulo rural mínimo da região, se dedicam a uma produção diversificada, usam técnicas regionalizadas e adaptadas para manejo dos recursos naturais. Estão envolvidos em ativas redes sócio-territoriais, carregam um forte sentimento de pertencimento e vivem em unidades de domínio de terra, cultura e parentesco, as comunidades rurais; podem, conforme se convencionou nos últimos tempos, ser denominados como agricultores tradicionais. Eles conseguem permanecer ao largo da concorrência com interesses mercantis, fundiários e da agricultura integrada por ocupar nichos, fundiários e de mercado: terras de menor ou nenhuma importância para cultivos ou criação em larga escala; comercialização de pequena escala em mercados locais, comunitários e informais. A migração sazonal leva anualmente milhares de homens jovens para o trabalho em outras regiões.

As características culturais, territoriais e ambientalizadas desse regime de exploração do meio foram, durante séculos, consideradas equivalência do atraso. Nos últimos anos, porém, o papel dos agricultores tradicionais tem sido revisto por muitos autores, movimentos e organizações sociais, revista sua identificação com a estagnação, pois eles podem, em determinados casos, ser a base para o desenvolvimento rural.

O mercado – compreendido no sentido de espaço único - tem sido considerado como o desaguadouro natural dos programas de apoio a essas populações rurais; mas têm sido poucos os sucessos em experiências conjuntas de comercialização. Problemas como qualidade do produto, insuficiência de capital, dificuldade para alcançar escala econômica na cooperação, distribuição e padronização se manifestam de forma recorrente nas iniciativas, mesmo naquelas consideradas mais inovadoras – por exemplo, as experiências denominadas como economia solidária ou economia popular, onde a

força do mercado fica subordinada aos interesses do grupo. Por isto é necessário pensar, além dessas, outras oportunidades para essas populações. É por isso que feiras livres se tornam oportunidades importantes. São experiências locais, acumuladas, potencializáveis, protegidas pelo seu próprio caráter de nicho, ajustáveis a programas relacionados a segurança alimentar, desenvolvimento, extensão rural, abastecimento e distribuição de renda.

4. AS ABORDAGENS SOBRE FEIRAS

Feiras livres são vitais para os municípios rurais e os agricultores que as abastecem. Têm, sempre, características marcadamente locais, associadas à cultura e às tradições dessas comunidades. Polaniy (1980) observava que as feiras da Idade Média européia conservaram por séculos seu caráter fechado; as transformações na economia pós-revolução industrial e a grande circulação mercantil não as afetaram, sobreviveram como facetas específicas, econômicas e culturais, dessas sociedades; como espaços do pequeno comércio, mais ou menos impermeáveis às mudanças econômicas. As feiras não são reguladas somente pelas normas que vigoram nos grandes mercados, mas pautadas também pela particularidade, pela solidariedade, pela complementaridade, pela informalidade, que resultam da sedimentação histórica das relações locais.

No Brasil, a maior parte dos estudos sobre feiras livres foi feita na região Nordeste. Os autores revelaram que feiras fazem parte de estratégias de reprodução de pequenos produtores, que as integram a outras atividades: *“De negócio só não dá, de agricultura só não dá”*, sintetizava o feirante citado por Garcia (1983). A feira complementa a sobrevivência, mas exige a dedicação, o bom nome, a boa relação com vizinhos, consumidores e poder público.

Embora seja um espaço de agricultores, feira não é igual à lavoura: ela exige o *“juízo, a vivacidade de espírito, o cálculo e o risco”* (Garcia, 1984), carece dedicação contínua, e é, definitivamente, um espaço de socialização (Forman, 1979; Heredia, 1979; Garcia Jr, 1983; Freire e Almeida, 2005; Coutinho e outros, 2006). Mas, feiras do Sul do país têm quase o mesmo caráter: feirantes se integram à sua clientela e transformam a feira livre no seu espaço de ação (Anjos, Godoy e Caldas, 2005).

Além de abastecer cidades, feiras geram muitas ocupações com pouco investimento. Angulo (2002) analisou isto numa feira do alto Jequitinhonha; Ribeiro Soares e Ribeiro (2004) mostraram que a receita familiar de feirantes tem forte relação com o tipo de produto, e que as feiras do vale do Jequitinhonha podem se transformar em espaços para programas de custo baixo e ampla abrangência no apoio aos agricultores familiares da região.

5. DIMENSÕES DAS FEIRAS LIVRES

No vale do Jequitinhonha as feiras livres cumprem um papel importante na geração de ocupação rural. Nos 5 municípios pesquisados perto de 500 famílias auferem receitas semanais com feiras. As famílias feirantes, em conjunto, representam 7,27% da população rural dos municípios pesquisados.

As feiras respondem também por parte muito importante do abastecimento dessas cidades: compram nelas praticamente $\frac{3}{4}$ dessa população urbana, e em alguns casos abastecem ainda a população rural e consumidores que residem em outros municípios. Há uma grande diversidade na oferta e se destacam verduras, frutas e produtos da indústria doméstica rural. O calendário de abastecimento, porém, varia pelas estações do

ano. Há uma tendência para que os frutos coletados, as essências e fibras tenham importância maior no verão; a pecuária é estimulada pelas chuvas, pelo calor e pelas boas pastagens dessa temporada. No início do inverno começa a crescer a oferta de verduras, frutas cultivadas e produtos beneficiados, que atingem o máximo em setembro. Daí em diante as hortas declinam em produção, começa a chover no final do ano, mandioca e cana já não servem mais para fazer farinha e rapadura, e os tratos culturais das lavouras tomam muito do tempo de trabalho da família.

Produtos de maior valor agregado e mais intensivos em trabalho, como frutas, verduras, indústria doméstica rural, alimentos prontos, artesanato, fumo e temperos representam mais de 60% da produção levada às feiras. Isso se explica em parte pelo ajuste da feira ao perfil do consumidor. Mas também, em parte, se explica pela racionalização do trabalho nos sítios, pois na estação seca - que dura a maior parte do ano - os feirantes dispõem de força de trabalho para dedicar mais horas às hortas e ao beneficiamento, pois os fornos, engenhos, tachos, consomem muito trabalho, mas também criam produtos mais valiosos.

Evidentemente existem riscos na produção comercial de frutas e verduras: são perecíveis e sazonais, dependem de vendas rápidas. Este risco, em parte, é compensado pelo duplo uso, a *alternatividade* desses produtos que servem para vender, mas também alimentam a família e os animais. O risco, também, fica diluído na diversificação, pois a produção de verduras se completa com o beneficiamento de produtos, ou com produtos da agricultura. No verão, em alguns casos, produtores de frutas/verduras se tornam vendedores de produtos de coleta; produtores de rapadura vendem queijos ou produtos da lavoura sem beneficiamento, como feijão-andu, catador, milho verde.

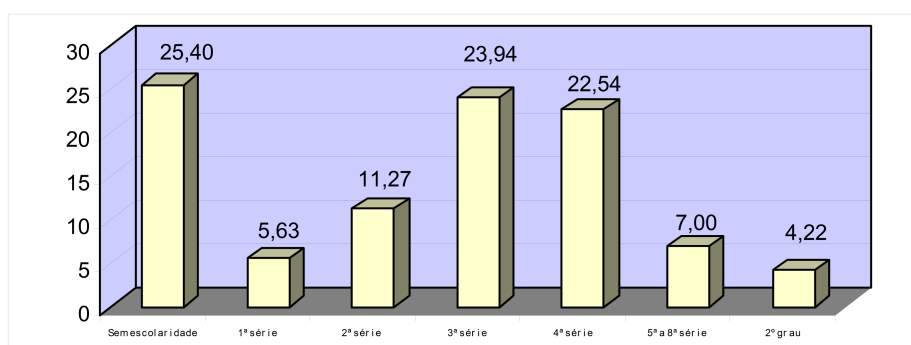
Uma característica essencial da produção vendida nessas feiras é sua origem no trabalho familiar e a ligação profunda com a cultura da região. Os consumidores realçam isso em depoimentos e tomam como referência de qualidade exatamente o caráter familiar, territorializado e específico da produção. Produtos de certas comunidades ou famílias são referências de excelência, caem no agrado dos consumidores e assim se tornam exemplos de qualidade e denominação de origem.

6. PERFIL E CONDIÇÃO DE TRABALHO DOS FEIRANTES

Os chefes dessas famílias feirantes em sua maioria são homens, de idade média acima dos 46 anos; este segmento representa mais de 50% deles nos municípios. Assim, há grande percentual de aposentados nessas famílias, pois mulheres rurais se aposentam aos 55 anos e homens aos 60 anos; existem 0,64 aposentado por família feirante. Sendo pessoas mais idosas, tende a haver entre eles um número reduzido de migrantes, pelo menos como chefes de família, pois na região é a população jovem que mais migra sazonalmente.

Por ser população mais idosa, há um percentual bastante elevado de pessoas que não freqüentaram escola: mais de 25% deles, conforme o Gráfico 1. A escolaridade, a partir de um ano de freqüência a escolas, cresce até o terceiro ano, para declinar em seguida e revelar que apenas 7% deles freqüentaram mais de 4 anos de escola, e um percentual bem mais reduzido, 4,22%, freqüentou o segundo grau.

GRÁFICO 1
ESCOLARIDADE MÉDIA PERCENTUAL DOS FEIRANTES DOS PESQUISADOS.



Fonte: Pesquisa de campo, 2005

Escolaridade reduzida às vezes representa dificuldades para feirantes: há necessidade de anotar valores, fazer contas e acertos, consultar bulas ou receituários agrônomicos. Uma vendedora de verduras e folhas, não alfabetizada, dizia que costumava vender alguns produtos para uma família vizinha na comunidade; guardava em separado os resultados das vendas dos outros e das suas, cortava pedacinhos da folha ou da casca da verdura vendida para enrolar na nota ou moeda que recebia do comprador; assim, depois, acertava contas. Noutro caso, um vendedor de produtos da indústria doméstica rural passou a frequentar a escola noturna na cidade junto com sua filha mais nova que começava a ser alfabetizada; quando foi entrevistado, exibia orgulhoso o caderno de escola, e relatava seus progressos na escrita e na leitura, que apareciam nas boas notas que recebia da professora e eram acompanhados pelo progresso nos negócios, e assim ele ficava ainda mais satisfeito e mais motivado para frequentar escola.

A distribuição de terras revela que 75,00% dos feirantes dispõem de terras próprias, o que dá estabilidade ao domínio da família. No entanto, 63,00% deles têm áreas inferiores a 30,00 hectares, com média de 22,19 hectares, numa região em que o módulo rural – tecnicamente a área considerada o mínimo necessário para uma família produzir satisfatoriamente – é 40,00 hectares. Acrescentando a isto a variável idade, já comentada, conclui-se que são lavradores idosos que produzem em áreas pequenas de terras, com filhos adultos precisando de terras para trabalhar. Por isso a migração temporária é a saída para a porção jovem desta população, pois sendo poucas as alternativas de acesso à terra vão buscar fora a ocupação que não encontram em sua região.

Entre os feirantes que têm terras – 91,00% deles - o cultivo tradicional (enxada e encoivramento da capoeira) domina, estando presente em 68,00% dessas unidades; o cultivo mecanizado (trator, arado e grade) está em 11,00% das unidades de produção; uma combinação dos dois anteriores está em 21,00% desses estabelecimentos. A matriz de uso de insumos revela que 48,10% deles utilizam algum tipo de insumo industrial, de sementes selecionadas a combustíveis, de adubo químico a remédios veterinários. As sementes selecionadas industriais são dominantes nas lavouras de milho.

A combinação sistema de produção/uso de insumos revela outra faceta dessas famílias rurais: elas combinam manejo tradicional e insumos comprados em proporção elevada: 28,00%; em seguida vem o manejo tradicional combinado ao uso de insumos próprios, configurando sistemas produtivos não integrados, que representam 18,00%. É possível comparar os extremos: sistemas produtivos mais integrados (trator mais insumos comprados) estão presentes em 8,00% das unidades de produção; sistemas absolutamente tradicionais estão presentes em 18,00% dos estabelecimentos.

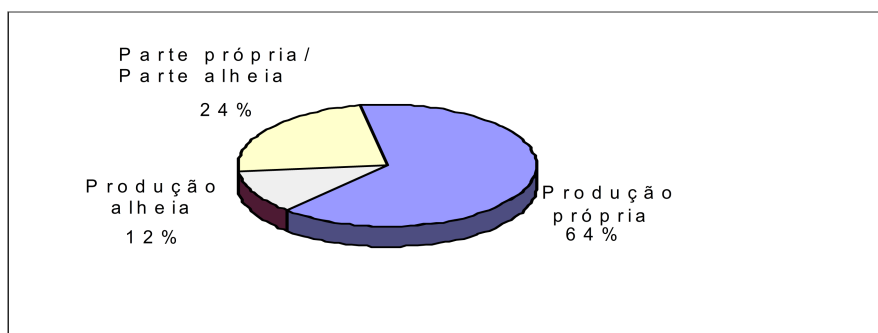
Em relação às condições de vida e produção esses feirantes enfrentam algumas restrições sérias. Em primeiro lugar, 1/3 deles não dispõe de energia elétrica na unidade de produção. Isto é crítico, principalmente considerando que a produção dessas famílias é exigente deste insumo: na irrigação das hortas e frutas, na força motriz dos engenhos e moendas, na torração da farinha que entra pelas noites, na moagem, na embalagem dos produtos para a feira que são feitas na madrugada. Em relação à água a situação também é crítica: 49% das famílias enfrentam problemas de abastecimento, que se tornam mais agudos quando se considera que sistemas produtivos exigem muita água: horticultura, fruticultura, indústria doméstica rural. E água é requisito básico para limpeza.

Nas pesquisas em sistemas de produção foram encontrados casos extremos, como a família que renuncia ao consumo regular de água para trato de animais e lavagem de roupa, gastando na irrigação da horta a pouca água que a nascente produzia no final do mês de outubro; a irrigação era feita à noite para reduzir as perdas por evapotranspiração; essa família não dispunha de energia elétrica, mas todos os sábados colocava suas verduras na feira da cidade. Noutro caso, o agricultor viajava um quilômetro todos os dias para buscar água no rio para os porcos, que engordava e abatia para vender em retalho na feira; este também não dispunha de energia elétrica.

O Gráfico 2, abaixo, apresenta a origem da produção vendida na feira. Destaque-se um aspecto comum às feiras da região: a presença reduzida de intermediários, pois apenas 12% dos feirantes vendem produtos que, no todo ou em parte, não são originários do trabalho da sua família; aí estão incluídos os mascates, vendedores de bijuterias, roupas feitas, fumo, carnes e parte da indústria doméstica rural. A produção própria é majoritária: 64% dos feirantes vendem apenas o que produzem.

Os 24% que combinam as vendas de produção própria e alheia, geralmente comercializam por encomenda de vizinhos, parentes ou amigos de sua comunidade rural. Aqui, a feira livre revela seu caráter solidário: o feirante alterna às vezes sua presença com outro feirante, ou arranja maneiras de redistribuir a produção por duas ou três bancas da mesma feira, de forma que produtos dos amigos e seus tenham oportunidades iguais de vendas. Noutros casos, ainda, repartem a produção com vizinhos, parentes e amigos entre feiras diferentes, e estarão vendendo parte da produção de outros, mas os outros estarão vendendo parte de sua produção em outro município.

GRÁFICO 2
ORIGEM DOS PRODUTOS OFERTADOS NA BANCA.



Fonte: pesquisa de campo, 2005

Os produtos ofertados nas feiras livres são objetos do trabalho e do cuidado das famílias que os vendem. Feirantes controlam a qualidade do que é ofertado, e os cuidados vão da seleção dos produtos (40,00%) à limpeza (31,00%), aos cuidados na

pré-colheita, na colheita, no armazenamento e na seleção. Cuidados fazem a fama do feirante: um produtor *caprichoso*, como se diz; o *capricho* é valorizado pelo consumidor, é considerado um dos principais atributos para aquisição de determinado produto.

O crédito rural não é usado por todos os feirantes: 60% deles jamais o utilizaram. No entanto, 40% deles já utilizaram, e este é um percentual expressivo para a região, associado em grande parte ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, Pronaf, nos últimos anos. Rebatimento de juros, abertura de escritórios de agentes financeiros, publicidade do crédito e estabilidade das rendas proporcionada pelo grande número de aposentadorias têm dado segurança aos agricultores para que acessem ao crédito. A difusão do crédito, porém, não atingiu um segmento: as mulheres. Muitas delas, empreendedoras ativas nas hortas e engenhos, precisam de implementos e insumos, mas nunca conseguem financiá-los porque os maridos vão na frente...

Apenas 22% dos feirantes recebem algum tipo de assistência técnica. Sem dúvida, é um percentual superior às médias observadas em outras populações de agricultores. Mas, são produtores que estão sistematicamente presentes em mercados, que operam com abastecimento regular, que tendem a inovar em seus sítios, que lidam com processos produtivos relacionados ao consumo direto e têm uma demanda razoável de financiamentos. Por isso esse número merece atenção.

Da mesma maneira, é restrita a participação desses feirantes em cursos. Quase $\frac{3}{4}$ deles jamais participou de qualquer capacitação. Assim, apesar da profusão de recursos direcionados para capacitações de população rural, por meio de Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, SENAR, Pronaf, Sebrae e outras organizações, esses lavradores com relações tão estreitas com o abastecimento urbano não recebem uma atenção especial.

7. RECEITAS E GASTOS DOS FEIRANTES

A pesquisa revelou duas fontes importantes para a composição das receitas desses feirantes: a) os ingressos vindos das atividades rurais, originários do processamento e/ou comercialização na feira dos produtos da terra e a produção direta de alimentos; b) as rendas das transferências públicas.

A Tabela 1 revela a expressividade das receitas rurais dos feirantes, que se tornam particularmente importantes pelo fato da região ser identificada com pobreza desde os anos 1960. Além disso, o Jequitinhonha é parte do Semi-Árido: a chuva é irregular, e a uma série de anos de boas chuvas sucedem períodos de seca, e os índices de precipitação variam entre 400 a 900 mm/ano. Um terceiro aspecto a ser considerado está relacionado à introdução de programas modernizantes - reflorestamentos, principalmente - que criaram restrições para acesso dos lavradores às terras comuns das chapadas e à oferta regular de águas de nascentes.

As entradas exclusivamente rurais - produção de autoconsumo e receitas da comercialização - variam de 1,36 salário mínimo por família, no caso de Veredinha, limite inferior, até 2,09 salários mínimos/família/mês no extremo superior, Berilo. Em todos os municípios as entradas originárias de atividades rurais superam as demais fontes - outras atividades, transferências e fontes diversas - mostrando a força dessa produção: 60,64% da receita total; 1,64 salário mínimo/família/mês na média. A receita das vendas atinge na média dos municípios 1,18 salário mínimo; variando de 0,85 em Veredinha a 1,57 salário mínimo em Berilo. Em alguns dos municípios, como Carbonita, por exemplo, a receita direta da comercialização supera em quase o dobro a renda das transferências, mostrando o papel efetivamente complementar destas.

TABELA 1
RECEITAS MÉDIAS MENSAS DAS FAMÍLIAS RURAIS PESQUISADAS,
POR FONTES E MUNICÍPIOS, EM REAIS

Fontes de receitas	Veredinha	Carbonita	Berilo	Francisco Badaró	Virgem da Lapa	Receita Média	%
Rural: vendas	255,91	349,25	470,32	282,48	364,66	354,37	43,67
Rural: autoconsumo	152,10	136,70	159,48	158,37	104,42	137,72	16,97
Aposentadorias/ pensões	233,33	171,43	272,73	150,00	171,43	192,86	23,77
Bolsa-família	28,94	28,48	21,82	43,96	36,43	32,80	4,04
Programas compensatórios	6,39	14,29	0,00	0,63	15,36	9,50	1,17
Outras Atividades	0,00	57,59	61,36	35,21	52,50	46,78	5,76
Outras fontes	0,00	38,10	0,00	75,00	48,73	37,46	4,62
Receita total	676,67	795,84	985,71	745,65	793,53	811,49	100,00

Fonte: pesquisa de campo, 2005.

As rendas de transferências, compostas por aposentadorias, pensões, Bolsa Família e outros programas (PETI, vale-gás), pesam em média 28,98% na receita total. Aposentadorias e pensões se destacam: representam 23,77% da receita total dessas famílias, e em alguns municípios superam este percentual. Essa participação expressiva tem duas explicações.

Uma, que as oportunidades de geração de receitas monetárias para essas famílias efetivamente são reduzidas: há pouco espaço no grande mercado para esses produtos voltados para pauta alimentar muito diversificada e de pequena escala, que tende a ir para os mercados locais e gerar receita incerta ao longo do ano. Portanto, tende a ser maior o peso relativo das transferências.

Outra explicação é relacionada ao envelhecimento da população, que aumenta a proporção dos idosos. Este fenômeno, resultado da transição demográfica em curso no país, se manifesta com uma força relativa maior por conta da migração definitiva e temporária de trabalhadores jovens, que eleva a média da idade na região. Ocorrem também, desde os anos 1990, retornos de antigos migrantes, aposentados. Emigração de jovens e imigração de idosos contribuem para tornar expressiva a presença de aposentados.

A Bolsa Família está presente nas receitas de 47,00% das unidades, distribuindo em média R\$ 32,80 para cada uma e chegando a representar, em alguns casos, quase 6% da receita total das famílias, quase um terço do valor das aposentadorias e pensões. Seu impacto no conjunto das receitas chega a ser tão expressivo quanto aqueles originários de outras atividades – geralmente receitas não-agrícolas – ou originárias de outras fontes, como aluguéis e remessas de dinheiro de parentes que migram.

As receitas de outros programas de transferência, de outras atividades e de outras fontes têm participação pequena na composição da receita. As primeiras foram absorvidas pela Bolsa Família, o principal programa de transferência de rendas; ocupações não-agrícolas e migração sazonal são menos importantes em virtude da idade relativamente elevada desses agricultores.

8. CONSUMIDORES NAS FEIRAS

O fluxo de consumidores nas feiras é contínuo. O maior movimento de entrada ocorre até 9:30 horas da manhã, mas são dois movimentos temporais bem marcados: a) das 6:00 às 9:00 horas ocorre o afluxo de consumidores urbanos, que fazem mais compras; b) das 9:00 às 12:00 horas as feiras se tornam mais rurais, é acentuado o movimento de feirantes que vão se abastecer no comércio urbano; neste momento os preços caem e ocorrem trocas para eliminar sobras e adquirir bens que não produzem.

No primeiro momento os produtos à venda são mais “caprichados” e os preços mais elevados. No segundo momento são vendidos produtos de qualidade inferior a preços reduzidos, geralmente para consumidores de renda mais baixa. Muitas pessoas vão às feiras para passear ou fazer outra atividade; homens, mais que mulheres, vão lá fazer negócios, ver amigos, contratar trabalho. Mulheres compram mais: feirantes informam que elas são fiéis ao vendedor, exigentes nas escolhas e nos pedidos de abatimento nos preços.

A qualidade dos produtos é bem avaliada pelos consumidores. Acrescente-se que hortaliças, indústria doméstica rural, frutas, além de produtos do extrativismo, são adquiridos por consumidores de todas as faixas de rendas. Carnes, pelo contrário, são compradas por consumidores de renda elevada.

Merece um comentário à parte o consumo relativamente difundido dos produtos da indústria doméstica e do extrativismo, adquiridos por pessoas de todas as faixas de renda. Eles representam um consumo alimentar fundamentalmente cultural, associado a processos de produção ou coleta muito regionalizados. Para os consumidores, representam o diferencial oferecido pelo mercado local, pois é apenas nele que encontram rapadura, pequi, araticum e farinha, da forma e diversidade que apreciam. Os consumidores entrevistados destacaram este caráter cultural do consumo na feira. Ela representa a oportunidade de consumir aquilo que só se encontra em sua cidade, é uma ocasião de adquirir produtos de qualidade. Apesar de muitos aspectos críticos – desorganização das bancas, exposição de produtos no chão – os consumidores valorizam o caráter local e cultural da sua feira de sábado. Isto tem a ver com identidade cultural e alimentar, com a recusa à padronização do consumo, manifesta a relação do consumidor com seu próprio alimento.

As famílias com renda inferior a R\$ 450,00, um e meio salários mínimos na época da pesquisa, fazem na feira entre 23 a 50% das suas despesas com alimentação. Na faixa seguinte, de R\$ 450,01/900,00, feiras absorvem entre 16 e 35% das despesas com alimentação; na faixa acima de R\$ 900,01 as feiras correspondem a algo entre 15 e 32% da mesma despesa. Isso evidencia a importância da feira no abastecimento doméstico desses municípios, tanto em número de consumidores, quanto em termos de despesa alimentar. As faixas de renda mais baixa gastam quase 10% da sua renda total na feira.

9. FEIRA E COMÉRCIO URBANO

Feirantes gastam grande parte do que recebem das suas vendas no comércio das sedes dos municípios. Suas despesas principais são com alimentos para a família, que absorvem 51,20% dos seus gastos; em seguida vêm as despesas com insumos, que consomem 30,40% das receitas. Os comerciantes consideram positivos os efeitos das feiras livres sobre suas próprias vendas. Eles observam, no entanto, uma sazonalidade nas compras no correr do ano e do mês, o que faz com que suas vendas sejam desiguais ao longo desses períodos. A maioria deles associa o incremento de suas vendas ao crescimento de vendas dos feirantes no início do mês: é a época em que são pagos

salários, aposentadorias, pensões e benefícios; época em que os feirantes vendem mais, portanto compram mais. No correr do ano as vendas dos feirantes e suas compras aos comerciantes crescem ao longo dos trimestres: começam a crescer no segundo trimestre, início da estação das secas, com a produção e venda de verduras; crescem no início do terceiro trimestre com a entrada dos produtos da indústria doméstica rural no mercado; crescem novamente com a entrada do *tempo-das-águas*: além do esvaziamento das despensas das famílias de sitiantes, acrescem os gastos feitos na feira por migrantes sazonais retornados e o gasto dos décimos-terceiros salários. O pior trimestre para feirantes e comerciantes é o primeiro do ano: é a época em que as lavouras ainda não amadureceram, que as hortas não produzem muito, que a produção de leite é elevada e o preço baixo, em que a própria oferta de produtos do extrativismo é excessiva. É um período em que a agregação de valor à produção é mínima, pois o excesso de oferta derruba preços de derivados de leite, de milho verde, de produtos da coleta; não que caiam a oferta absoluta ou o número de feirantes, mas caem o valor agregado e os preços, com isso declinam as receitas, e, da mesma maneira, cai o volume das compras aos comerciantes.

Mas no correr de meses e do ano o consumo dos feirantes é variado e freqüente. Eles adquirem alimentos básicos, manufaturados, serviços, combustíveis, bebidas e alimentos prontos. Adquirem, principalmente, bens de consumo direto e alimentos básicos - arroz, feijão, macarrão, óleos -, insumos para a produção, móveis e eletrodomésticos; estes geralmente parcelados. Há, assim, uma ativa relação de trocas entre cidade e campo, pois os feirantes colocam à disposição do consumidor urbano certos produtos, para imediatamente depois adquirirem outros. Observando o retorno ao rural no começo das tardes de sábado essa relação fica clara: feirantes levam para o campo tantas ou mais mercadorias do que trazem. Na hora de embarque no caminhão de feira, na moto ou na garupeira dos animais de serviço é visível a quantidade de bens adquiridos no comércio, e o ritmo da feira de sábado sempre é marcado por dois movimentos: quando os feirantes estão vendendo, de 6:00 às 9:00 horas; quando os feirantes saem a comprar no comércio urbano, de 9:00 às 12:00 horas. Neste segundo momento as caminhonetes dos supermercados fazem entregas nas proximidades da feira, e feirantes vão chegando com grandes volumes de compras feitas no comércio urbano.

Essa relação de trocas campo-cidade é francamente favorável às cidades. A Tabela 2 revela as dimensões relativas dessas trocas, e se percebe que o volume de gastos é superior às receitas de vendas nas feiras em até 80%, ou seja: feirantes têm que buscar receitas de outras fontes para fazer frente às suas compras no comércio urbano. Estas despesas serão cobertas com rendas de transferências, principalmente, mas também com outras vendas, serviços prestados, ou ocupação de membros da família em atividades não-agrícolas.

TABELA 2
GASTO DE FEIRANTES NO COMÉRCIO URBANO
E RECEITA DE FEIRA; MÉDIAS MENSAIS EM REAIS

Município	Veredinha	Carbonita	Berilo	Francisco Badaró	Virgem da Lapa
Gasto médio	463,20	363,20	660,68	324,96	492,64
Gasto total médio	25.012,80	32.324,80	51.533,04	26.646,72	84.734,08

Receita da feira	13.819,14	31.083,25	36.684,96	23.163,36	62.721,52
Gasto/receita (%)	181,00	104,00	140,75	115,04	135,10

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Há uma complementaridade no consumo: os feirantes abastecem a cidade e se abastecem na cidade. Esse perfil de consumo mostra como essa população rural do *Brasil profundo* se integra ativamente aos costumes urbanos das cidades rurais. A demanda urbana pela produção desses feirantes é assentada em dois pilares: um, a distância dos grandes pólos distribuidores de hortifrutigranjeiros e o reduzido consumo municipal, que inviabilizam a oferta regular de verduras vindas de outras regiões; dois, a tradição alimentar, acentuadamente regionalizada e fundada na cultura local. Mas a demanda dos feirantes por consumo urbano é moderna/industrial: por manufaturas, alimentos não perecíveis, utensílios industriais e complementares à produção familiar. Esta complementaridade revela o quanto a *modernidade* está longe de prescindir da *tradição*, e quanto a *tradição* se assenta em perfis de consumo e relações mercantis bastante *modernos*.

10. FEIRAS E PROGRAMAS PÚBLICOS

Embora sejam importantes para agricultores familiares, para consumidores e para o comércio local, nem sempre feiras livres recebem atenção de programas, governamentais ou não, de desenvolvimento rural. Mas toda prefeitura tem algum tipo de ação que direta ou indiretamente favorece às feiras. Essas ações nem sempre são sistemáticas, planejadas e, às vezes, são muito descontínuas e desiguais; mas, sempre existem.

O programa mais freqüente em apoio às feiras livres é o transporte. As prefeituras estabelecem rotas de ônibus ou caminhões para transporte de feirantes, quase sempre gratuito. Dois dos municípios pesquisados têm programas contínuos de transporte gratuito, um deles tem um programa parcial, e dois não têm iniciativa nesta área. Nos municípios em que existem programas, Carbonita e Veredinha, os custos são bancados pelo orçamento municipal e representam uma despesa expressiva. Em Carbonita, a Prefeitura Municipal contrata 9 caminhões que cobrem 15 comunidades rurais, dependendo em média R\$ 900,00 por mês com cada um deles; uma despesa próxima de R\$ 100.000,00 por ano. Sendo 89 as famílias rurais presentes na feira, isto representa uma transferência em torno de R\$ 1.123,60 por família/ano, ou R\$ 93,63 por família/mês. Em Veredinha a mesma despesa fica em R\$ 60.000,00/ano; dispêndio de R\$ 1.111,11/ano ou R\$ 92,59 por família/mês com cada uma das 54 famílias feirantes. Mas esta não é uma transferência apenas para feirantes: é um investimento em segurança e soberania alimentar para consumidores e estímulo às vendas dos comerciantes.

Nos demais municípios não existem programas constantes de transporte. Os feirantes se ressentem disso e reivindicam. Em Virgem da Lapa, principalmente, lavradores chegam a gastar parte importante do ganho da feira com o pagamento do transporte. Ou, quando não é este o caso, reclamam dos abusos de transportadoras privadas e gratuitas, que exigem a fidelidade da compra no estabelecimento que custeia o transporte.

No entanto, outras formas de apoio público são freqüentes. O principal deles, certamente, é o prédio próprio do mercado, geralmente construído, mantido e zelado pelos cofres municipais. Quase todas as prefeituras oferecem bancas para exposição dos

produtos, porém seu número fica aquém da demanda e muitos feirantes acabam expondo seus produtos no chão.

Existem programas produtivos: as prefeituras de Berilo e Veredinha mantêm patrulhas de mecanização que atendem gratuitamente lavradores que cultivam pequenas áreas; a prefeitura de Francisco Badaró oferece um galpão para armazenamento e seleção de produtos dos feirantes; em Veredinha a prefeitura mantém um campo de sementes para doação às famílias rurais. São ações de apoio direto às feiras livres nesses municípios.

São criadas, ainda, ações públicas que apóiam indiretamente aos feirantes, e os atendem na medida que são direcionadas para a agricultura familiar. São exemplos: assistência técnica gratuita em todos os municípios, resultado dos convênios entre Prefeituras Municipais e Emater/MG; o crédito rural para agricultores familiares ofertado pelo Banco do Nordeste do Brasil; os programas de apoio à pequena produção, que estimularam a proliferação de *fabriquetas* em comunidades rurais, que depois viabilizaram o beneficiamento de produtos com menor penosidade; os programas governamentais de transferência de renda, que elevaram os ganhos da população rural e total, e assim estimulam o consumo alimentar regular e permitiram que os agricultores fizessem investimentos no melhoramento dos seus sistemas de produção; programas de segurança alimentar, como CRSAN e “Minas-sem-fome”, que disponibilizaram recursos e equipamentos em apoio à produção, com graus variados de participação dos beneficiários e sucesso nos objetivos.

Mas falta articulação a esses programas públicos. Os governos, federal e estadual, formulam muitos programas para a agricultura familiar da região; nesta porção do Jequitinhonha, entre 2004/2006, estavam implementados ou em fase de implementação: Desenvolvimento Territorial (Ministério do Desenvolvimento Agrário), CONSAD (Ministério do Desenvolvimento Social), Mesovales (Ministério de Integração Nacional), Bolsa Família (Ministério do Desenvolvimento Social), Programa de Aquisição de Alimentos (Ministério do Desenvolvimento Social), Minas-sem-fome (Governo estadual / Ministério do Desenvolvimento Social), Prosan/CRSAN (Governo estadual / Ministério do Desenvolvimento Social / sociedade civil), P1MC (sociedade civil/ Ministério do Desenvolvimento Social), Programa de Combate à Pobreza Rural (Governo de Minas Gerais). Eram ações descoordenadas, simultâneas e, sobretudo, competitivas. Agências públicas disputavam o público, competiam entre si, usando às vezes instrumentos muito pouco civilizados.

As prefeituras, por sua vez, não criam ações combinadas de abrangência microregional. Assim, as boas experiências que umas constroem não se transmitem às outras; programas mais amplos, micro ou mesoregionais raramente são compartilhados por elas, e as filiações políticas são obstáculos sólidos. Programas regionais poderiam viabilizar ações locais de baixo custo, estimulando atividades cooperativas entre órgãos públicos e da sociedade civil.

11. AS POSSIBILIDADES DAS FEIRAS

Feiras são espaços de negócio e de cultura, mas também podem inspirar programas de desenvolvimento. Desde fins dos anos 1980 os municípios dispõem de condições legais necessárias para formular programas locais, mas encontram dificuldades que vão da escassez de pessoal qualificado ao peso da burocracia aos arranjos e acordos dos poderes locais à ausência de articulação.

As organizações da sociedade civil - sindicatos, ongs, associações comunitárias e microrregionais - costumam ter mais facilidade para enfrentar essas situações, graças às

suas estruturas enxutas, aos vínculos orgânicos com suas bases, à ação em rede e a pequena importância que dão aos limites geopolíticos municipais. Elas conseguem construir propostas de desenvolvimento, conservação de recursos ou aumento do bem-estar neste nível local, negociá-las com o setor público e a sociedade, e construir, assim, acordos territoriais às vezes sólidos, marcados pela identidade cultural, liderados por organizações que dominam os códigos costumeiros e ao mesmo tempo ultrapassam os limites do varejo político paroquial.

Certamente, a maior dificuldade para criar programas em apoio às feiras está nessa ausência de diálogos entre o setor público - a prefeitura e suas agências, afinal a representação da República e expressão da cidadania no município - e as organizações da sociedade civil. A possibilidade de organizações sociais ou públicas, separadamente, construírem programas microregionais consistentes é muito reduzida, porque a força de um - representação, recursos, formalização - é exatamente a fraqueza do outro, que tem capilaridade, abertura à participação, capacidade de articulação e visão de prazos maiores que 4 anos. Mas não há outro caminho fora da parceira: é preciso que estejam em acordo sítiates e comerciantes, prefeituras e sindicatos, agências bancárias e comunidades rurais, e é por isso que a construção de programas para as feiras têm que partir mais das possibilidades de diálogo político entre as organizações públicas e da sociedade civil da microregião que de potencialidades estritamente econômicas. Muitas vezes feiras livres de grande movimento de compra e venda serão espaços limitados para ação conjunta, dada a mediocridade do pacto político local; noutros casos, serão os pequenos municípios rurais, com reduzidos espaços para negócio mas com uma tradição de relações cooperadoras entre as organizações locais/microregionais que revelarão potencialidades para agir em favor das feiras livres.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, L. *Do Jequitinhonha aos canaviais*. Belo Horizonte, Dissertação (mestrado), Fafich/UFMG, 1988.
- AMOROZO, M.C.M., MING, L.C. e SILVA, S.M.P. *Métodos de coleta e análise de dados em etnobiologia, etnoecologia e disciplinas correlatas*. Rio Claro, UNESP/SBEE, 2002.
- ANGULO, J.L.G. *Feira e desenvolvimento local: o caso de Turmalina, vale do Jequitinhonha*. Lavras, dissertação (mestrado), PPGA/UFLA, 2002.
- ANJOS, F.S.; GODOY, W.I.; CALDAS, N.V. *As feiras-livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências*. Pelotas, Editora UFPEL, 2005.
- AUGUSTO, H.A. *Aposentadorias rurais e desenvolvimento municipal: o caso de Medina, Nordeste mineiro*. Lavras. Dissertação (MS), Lavras, PPGA/UFLA, 2003.
- BERQUÓ, E. e BAENINGER, R. *Os idosos no Brasil: considerações demográficas*. Campinas. Textos NEPO 37, outubro 2000.
- CARRARA, A.A. *Cooperativa de agricultores familiares e eagroextrativistas Grande Sertão*. Cadernos CEAS, Salvador, Abril/junho 2006, número 222.
- COUTINHO, E.P., NEVES, H.C.N., SILVA, E.M.G. *"Feiras livres do Brejo Paraibano: crise e perspectivas"* Anais do XLIV Congresso da Sober. Fortaleza, 2006.
- DELGADO, G.C. e CARDOSO JR, J.C. (orgs) *A universalização de direitos sociais no Brasil: a previdência rural nos anos 90*. Brasília, IPEA, 2000.
- FERNANDES FILHO, J.F. e CAMPOS, F.R. *A indústria rural no Brasil*. Revista de Economia e Sociologia Rural. 41 (4) Nov/dez 2003.
- FORMAN, S. *Camponeses: sua participação no Brasil*. RJ, Paz e Terra, 1979.

- FREIRE, A.G., ALMEIDA, S.G. *Estratégias e práticas de acesso ao mercado das famílias agricultoras do Agreste da Paraíba*. Agriculturas: experiências em agroecologia. V.2, número 2, junho 2005.
- GALIZONI, F.M. *Terra, ambiente e herança no alto Jequitinhonha*. Revista de Economia e Sociologia Rural. 40(3) jul/set, 2002.
- GARCIA JÚNIOR, A.R. *Terra de trabalho: trabalho familiar de pequenos produtores*. RJ, Paz e Terra, 1983.
- GARCIA, M.F. *Negócios e campesinato: uma estratégia de reprodução social*. Boletim Museu Nacional. Rio de Janeiro, número 45, nov. 1983.
- GARCIA, M.F. *Feira e trabalhadores rurais: as feiras do Brejo e do Agreste paraibano*. Tese (doutorado). PPGAS/UFRJ, 1984.
- HEREDIA, B.A. *A morada da vida*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.
- MELO, A.P.G. *Agricultura familiar e economia solidária: a experiência em gestão de bens comuns e inserção em mercados por organizações rurais de Minas Gerais*. Lavras, dissertação (mestrado), PPGA/UFLA, 2005.
- POLANIY, Karl. *A grande transformação*. Rio de Janeiro, Campus, 1980.
- RIBEIRO, E.M. e GALIZONI, F.M. *Sistemas agrários, recursos naturais e migrações no alto Jequitinhonha, Minas Gerais*. In Torres, H. e Costa, H. (orgs) *População e meio ambiente: debates e desafios*. São Paulo, Senac, 2000.
- RIBEIRO, E.M. e GALIZONI, F.M. *Água, população rural e políticas de gestão: o caso do vale do Jequitinhonha*. Ambiente e Sociedade. vol VI, número 1, jan/jul 2003.
- RIBEIRO, E.M., ANGULO, J.L.G., NORONHA, A.B., CASTRO, B.S., GALIZONI, F.M., CALIXTO, J.S., SILVESTRE, L.H. *A feira e o trabalho rural no alto Jequitinhonha: um estudo de caso em Turmalina*. Montes Claros, Unimontes Científica, V.5 n1, jan/jun 2003.
- RIBEIRO, E.M., CASTRO, B.S. e RIBEIRO, J.A. (coords.) *A feira livre de Minas Novas: abastecimento urbano, consumo e renda para a agricultura familiar*. Lavras, Turmalina, Minas Novas, Relatório de Pesquisa. Maio de 2004.
- RIBEIRO, J.T.L. e CARVALHO, J.A.M. de. *A imigração para Minas Gerais no período 1981/1991, com enfoque na migração de retorno*. Rev. Brasileira de Estudos de População. V. 16 - n. 1/2 - jan/dez. 1999.
- SILVA, A.K., EGITO, M. *Rede de comercialização solidária de agricultores familiares e extrativistas do cerrado: um novo protagonismo social*. Cadernos do CEAS, Salvador, Abril/junho 2006, número 222.

* Eduardo Magalhães Ribeiro é economista, pesquisador CNPq, professor da Universidade Federal de Lavras, do NúcleoPPJ/UFLA, Caixa Postal 37, CEP 37200-000, Lavras, MG. [eduardomr@ufla.br]

** Daniel Prado Araújo é agrônomo, do NúcleoPPJ/UFLA. [ppj@ufla.br]

*** Flávia Maria Galizoni é Antropóloga, do NúcleoPPJ/UFLA. [flaviagalizoni@yahoo.com.br]

**** Eduardo Barbosa Ayres é engenheiro agrônomo, coordenador da CRSAN/Alto e médio Jequitinhonha. [eduardoturmalina@yahoo.com.br]

***** Luiz Henrique Silvestre é administrador, mestrando PPGAD/UFLA, do NúcleoPPJ/UFLA. [hsilvestre@yahoo.com.br]

***** Camila da Silva Freitas é estudante de Administração, bolsista IC/Fapemig, do NúcleoPPJ/UFLA. [ppj@ufla.br]