

REFLEXÕES SOBRE A VALORIZAÇÃO DE
PRODUTOS AGRO-ALIMENTARES DE
MONTANHA

O CASO DA TERRA FRIA DO NORDESTE DE TRÁS-OS-MONTES

FERNANDO DE SOUSA*
ÁLVARO MENDONÇA*
ANTÓNIO FRAGATA**

Comunicação apresentada ao Seminário " Recursos Naturais do Nordeste Transmontano", Escola Superior de Educação de Bragança, 6 a 8 de Junho 1991.

* Escola Superior Agrária de Bragança.

**Departamento de Estudos de Economia e Sociologia Agrárias - INIA.

REFLEXÕES SOBRE A VALORIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRO-ALIMENTARES DE MONTANHA

O CASO DA TERRA FRIA DO NORDESTE DE TRÁS-OS-MONTES

Fernando de Sousa¹

Alvaro Mendonça¹

António Fragata²

RESUMO

As zonas de planalto, vales sub-montanos e montanhas do nordeste de Trás-os-Montes (Terra Fria Transmontana) têm hoje, face a uma conjectura favorável aos produtos de qualidade - nova PAC da CEE-, a possibilidade de solucionar alguns problemas que afectam a sua actividade sócio-económica.

Uma alternativa poderá consistir na valorização de produtos agro-alimentares locais de reconhecida qualidade e na sua integração na actividade turística regional.

Todavia, essa valorização não é tarefa fácil se acrescentarmos, aos factores que condicionam em geral o sector primário da região, os específicos dos produtos a promover, nomeadamente a ausência de tipificação, a deficiente organização da produção e do comércio e a heterogeneidade da qualidade. Verifica-se ser difícil a implementação e concorrência no mercado dos "produtos de qualidade" onde imperam ao mesmo tempo a receptividade e a agressividade comercial de outros produtos e outras regiões.

Para responder a esta situação, preconiza-se a criação de uma estrutura organizativa fomentadora de uma marca colectiva de denominação de origem para produtos agro-alimentares regionais, com os seguintes objectivos:

- Promover de forma integrada os vários produtos de qualidade (MCIP).
- Efectuar o controle de qualidade, para apoiar as fileiras dos diferentes produtos, manter e melhorar a sua qualidade.
- Instituir um consenso social entre agrupamento de produtores, comerciantes, cooperativas, indústria, investigadores, técnicos e consumidores
- Integrar esforços com outras instituições/organizações para o desenvolvimento sócio-económico da região.

¹ Escola Superior Agrária de Bragança

² Departamento de Estudos de Economia e Sociologia Agrárias - INIA

Os meios necessários à estruturação e arranque desta organização poderão ser gerados mediante recurso aos apoios financeiros previstos em programas como o sub-programa 4 do PROTAD.

O despertar deste projecto poderá ser fundamental para um desenvolvimento rural baseado numa lógica de diversificação económica das comunidades locais, na valorização de recursos endógenos de alta qualidade produzidos a baixo custo energético e através de processos tradicionais/ artesanais, como forma de garantir o povoamento de zonas rurais, proteger o ambiente frágil e manter o espaço natural.

I - SITUAÇÃO ACTUAL

As zonas de planalto, vales sub-montanos e montanas da Terra Fria do nordeste de Trás-os-Montes apresentam uma grande diversidade de condições ambientais, nomeadamente face a variações importantes de precipitação. Assim, a paisagem diferencia-se conforme nos situamos em zonas de precipitação acima dos 800/1000 mm ou abaixo dos 600/800mm (GONÇALVES, 1990).

Do ponto de vista da estrutura agrária, estas regiões caracterizam-se por as explorações possuírem pequena dimensão e uma elevada pulverização da sua superfície (CEPEDA, 1988,131). As estruturas associativas dos agricultores são deficientes ou inexistentes. As principais produções tradicionalmente comercializáveis são: cereais (trigo e centeio), bovinos ovinos, caprinos e castanha (MOREIRA, 1981). Recentemente, verificou-se um acréscimo na produção de leite e um decréscimo na importância da venda de batata. Constata-se um geral de abandono progressivo de raças e variedades tradicionais, locais com elevado potencial.

A nível do sector comercial, os circuitos são frágeis e desconhecidos e em grande parte dos casos não beneficiam os produtores. Existem dificuldades na valorização e implementação dos produtos na própria região e verifica-se uma ausência total de marketing e exploração dos diversos segmentos de consumo.

Na transformação de produtos, verifica-se uma grande heterogeneidade tecnológica e também deficiências organizativas.

As condições agroecológicas naturais , a estrutura fundiária, os circuitos de comercialização, a má qualidade das vias de comunicação, a

ausência de indústria agro-alimentar conjugaram-se para que nestas regiões ainda hoje se encontrem, em extensas áreas, sistemas agrários de baixo custo energético, com recurso substancial a fontes energéticas de ciclo curto e dependência mínima do exterior.

II - PERSPECTIVAS FUTURAS

Na situação actual dos mercados agrícolas podia perspectivar-se que estas comunidades de agricultores não encontrariam mercado para o conjunto de produtos tradicionalmente comercializados, por perda de competitividade face a um mercado aberto a produtos estandardizados, nacionais e europeus, com preços mais baixos.

No entanto, a nova Política Agrícola Comum ao pôr em causa a situação actual dos mercados agrícolas, ao sustentar medidas de apoio ao rendimento dos pequenos agricultores, ao privilegiar a qualidade dos produtos, a conservação da natureza e a manutenção do homem em regiões de montanha (COMISSÃO, 1988), vem abrir novas perspectivas de desenvolvimento a zonas como a Terra Fria Transmontana, com elevado potencial em produtos tradicionais de alta qualidade.

Entre estes produtos, poderiam vir a ser certificados e utilizar marcas colectivas de identificação de proveniência (MCIP): castanha, vinho, azeite, derivados do trigo barbela, variedades de fruta como a maçã verdial, pão, vitela mirandesa (posta e rodião), salpicão, mel, cabrito e cordeiro de Montezinho, queijo de ovelha e cabra.

A valorização desses produtos não é, todavia, tarefa fácil. A ausência de tipificação, a deficiente organização dos sectores agrário e comercial e a heterogeneidade da qualidade tornam difícil a entrada e concorrência num mercado cada vez mais receptivo aos "produtos de qualidade", onde impera a agressividade promocional de outros produtos e outras regiões.

A valorização, aliada a uma correcta distribuição da mais valia ao longo da fileira do produto, não deve procurar uma especialização dos sistemas produtivos das explorações agrícolas. A especialização contrariaria os objectivos e as estratégias dos agricultores dominantes na Terra Fria e alteraria o equilíbrio natural de ecossistemas situados em meio frágil.

O volume de produção dos produtos é variável. Em vários casos pouco ultrapassa o autoconsumo, é sazonal e satisfaz um ocasional requinte gastronómico local. Noutros produtos, como a castanha, a carne de mirandesa ou o mel do Parque Natural de Montezinho, o volume de produção já justifica uma promoção exterior centrada numa forte imagem da história, cultura e gastronomia da região de origem.

Por outro lado é necessário realizar o controlo de qualidade, cujo conceito admite duas acepções: uma de natureza objectiva, baseada em critérios mensuráveis, como a composição físico-química ou microbiológica; outra de natureza subjectiva, situada entre componentes psico-sensoriais ou organolépticas e culturais, aliando à qualidade uma percepção de satisfação e sugerindo que um produto de "qualidade" é um produto de "boa qualidade" (JOLIVET, 1989,3).

Um exemplo típico da subjectividade da qualidade é a carne de bovino. Para um recriador a qualidade é um animal com um bom índice de conversão e com ganhos médios diários elevados; um retalhista entende como qualidade os bons perfis musculares dos bovinos, com uma elevada percentagem de peças de 1ª categoria e uma quantidade de gordura de cobertura apropriada; um consumidor considera como características de qualidade o tempo de cozedura ou a tenrura, suculência e aroma da carne.

Os produtos atrás referidos ainda hoje não possuem uma tipificação que permita a sua diferenciação, em termos objectivos, de outros produtos semelhantes, elaborados em condições diferentes de ambiente, matérias primas ou tecnologias de transformação diferentes. Desconhecem-se os indicadores que diferenciam esses produtos e nalguns casos ignoram-se mesmo as práticas e os saberes tradicionais tão importantes para valorizar a imagem de uma região.

Uma MCIP ou uma denominação de origem exige um conhecimento e controlo de proveniência, técnicas, características físico-químicas e microbiológicas dos produtos, de forma a conseguir-se uma criteriosa diferenciação de outros produtos similares de outras regiões.

Para tal, deve levar-se a cabo acções de investigação para identificação de critérios apropriados de caracterização e classificação que permitam uma maior informação sobre o produto e uma melhoria da qualidade em toda a sua fileira.

instrumentos financeiros específicos que permitam a sua valorização. Alguns dos meios necessários à estruturação e arranque de uma organização regional poderão ser gerados mediante recurso aos apoios financeiros previstos em programas como o sub-programa 4 do PROTAD.

*
* *

Em conclusão, uma estratégia de desenvolvimento concebida a partir das realidades locais da Terra Fria poderá ser fundamental para um desenvolvimento baseado numa lógica de diversificação económica das comunidades rurais, na valorização de recursos endógenos de alta qualidade, produzidos a baixo custo energético e através de processos tradicionais/ artesanais, como forma de garantir o povoamento de zonas rurais, proteger o ambiente frágil e manter o espaço natural, tal como é actualmente recomendado pela Comissão das Comunidades Europeias.

III - BIBLIOGRAFIA

- CEPEDA, FRANCISCO J. T. (1988) - Emigração, Regresso e Desenvolvimento no Nordeste interior Português; Tese de Doutoramento, U.T.A.D.; Vila Real.
- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1988) – O futuro do mundo rural. Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, Luxemburgo.
- FRAGATA, ANTÓNIO; SOUSA, FERNANDO; MENDONÇA, ÁLVARO (1991) - A valorização da carne de bovino da raça mirandesa, Congresso Internacional de Zootecnia, Universidade de Évora, Évora.
- GONÇALVES, DIONISIO AFONSO (1990) - O uso do solo e a construção de paisagens rurais, O caso do interior de Trás-os-Montes, 1ª Jornadas sobre o Mundo Rural, IPB, Bragança.
- JOLIVET, GILBERT (1989) - Rapport sur les appellations d' origine des produits autres que vinicoles, Ministère de Agriculture et Forêt, Paris.
- MOREIRA, NUNO (1984) - Os sistemas de agricultura do nordeste, Instituto Universitário de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.