



Revista **Agriculturas**
experiências em agroecologia



Beneficiamento da produção e acesso a mercados



Beneficiamento da produção e acesso a mercados

O acesso aos mercados é um fator determinante para a composição e o funcionamento dos sistemas produtivos familiares. Desempenha assim um papel central nas estratégias de transição agroecológica. A permeabilidade dos mercados à agricultura diversificada se apresenta como condição favorecedora dos processos de conversão dos sistemas produtivos para padrões agroecológicos. Mercados especializados, oligopolizados e de longa distância, pelo contrário, tendem a comprometer a manutenção desses agroecossistemas biodiversificados.

O desenvolvimento de estratégias individuais e coletivas, voltadas para melhorar as condições de acesso aos mercados e para agregar valor à produção primária, figura entre os maiores desafios enfrentados tanto pelas famílias de produtores ecológicos quanto por aquelas que vivenciam o processo de conversão agroecológica. Um conjunto já bastante expressivo de experiências bem-sucedidas vem, sob essa perspectiva, gerando referências inovadoras passíveis de replicação. Em geral, referem-se a iniciativas que buscam a aproximação entre produtores e consumidores através da revitalização e/ou da reorganização dos mercados locais/regionais, os quais têm se revelado espaços fecundos para a realização econômica da produção da agricultura familiar diversificada, ao mesmo tempo em que favorecem a reprodução das culturas alimentares regionais.

Sendo mediadores entre os padrões de produção e os de consumo, esses mercados locais vêm merecendo crescente atenção por parte do movimento agroecológico na medida em que estabilizam os vínculos entre os sistemas produtivos e os circuitos de comercialização dos produtos e proporcionam maior transparência às relações entre os agentes dessas duas esferas econômicas. Políticas públicas sensíveis às lógicas econômicas, técnicas e socioculturais da agricultura familiar começam a ser implementadas, gerando efeitos significativos no que se refere ao apoio às dinâmicas de transição agroecológica.

Nesta edição da *Revista Agriculturas*, o tema é abordado a partir de diversos exemplos que reiteram a importância e a atualidade dos mercados locais como impulsionadores de processos de promoção da agroecologia e da agricultura familiar.

O editor



ISSN: 1807-491X

Revista Agriculturas
experiências em agroecologia

v. 2, nº 2

(corresponde ao v. 20, nº 3 da Revista LEISA)

Revista Agriculturas: experiências em agroecologia é uma publicação da AS-PTA – Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa –, em parceria com a Fundação ILEIA - Centre of Information on Low External Input and Sustainable Agriculture.

AS-PTA

Rua da Candelária, n.º 9, 6º andar.

Centro, Rio de Janeiro/RJ, Brasil 20091-020

Telefone: 55(21) 2253-8317 Fax: 55(21) 2233-8363

E-mail: revista@aspta.org.br

www.aspta.org.br

Fundação ILEIA

P. O. Box 2067, 3800 CB Amersfoort, Holanda.

Telefone: +31 33 467 38 70 Fax: +31 33 463 24 10

www.ileia.info

Conselho Editorial

Cláudia Calório

Grupo de Trabalho em Agroecologia na Amazônia - GTNA

Eugênio Ferrari

Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata, MG - CTA/ZM

Jean Marc von der Weid

AS-PTA

José Antônio Costabeber

Ass. Riograndense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural - Emater, RS

Marcelino Lima

Diaconia, PE

Maria Emília Pacheco

Federação de Órgãos para a Assistência Social e Educacional-Fase/RJ

Maria José Guazzelli

Centro Ecológico, RS

Miguel Ângelo da Silveira

Embrapa Meio Ambiente

Paulo Petersen

AS-PTA

Sílvio Gomes de Almeida

AS-PTA

Equipe Executiva

Editor Paulo Petersen

Editor convidado para este número Ricardo Costa

Produção Executiva Regina Hippolito

Pesquisa Regina Hippolito, Victor Perret, Fernanda A.

Teixeira, Gustavo M. da Silva, Jurema Diniz

Base de dados de subscritores Nádia Maria Miceli de Oliveira

Copidesque e tradução Rosa L. Peralta

Revisão Gláucia Cruz

Fotos da capa Maurício Pinheiro (agricultores da região ribeirinha do Rio Acre); Elisa Cotta de Araújo (Empório do Sertão, festas de agosto, Montes Claros/MG e processamento comunitário de pequi).

Projeto gráfico e diagramação I Graficci

Impressão SRG

A AS-PTA estimula que os leitores circulem livremente os artigos aqui publicados. Sempre que for necessária a reprodução total ou parcial de algum desses artigos, solicitamos que a *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia* seja citada como fonte e que nos seja enviada uma cópia da publicação com o texto reproduzido.

Editor convidado *Ricardo Costa*

pág. 4

Artigos



pág. 5

Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro **pág. 5**

Eduardo Magalhães Ribeiro, Boaventura Soares de Castro, Luiz Henrique Silvestre, Juliana Sena Calixto, Daniel Prado Araújo, Flávia Maria Galizoni e Eduardo Barbosa Ayres



pág. 10

Compra Antecipada Especial: uma política pública fortalecendo a agricultura familiar e promovendo a segurança alimentar e o desenvolvimento local **pág. 10**

Eduardo Soares



pág. 14

Rede de Comercialização Solidária de Agricultores Familiares e Extrativistas do Cerrado: um novo protagonismo social. **pág. 14**

Alessandra Karla da Silva e Marcelo do Egito

Cooperativa Grande Sertão: articulando populações e diversidades do Norte de Minas Gerais **pág. 17**

Breno Gonçalves e Helen Santa Rosa



pág. 17

Sisparf: ferramenta de comércio eletrônico para a agricultura familiar **pág. 22**

Antônio Carlos Reis de Freitas, Luiz Manoel Silva Cunha, Laurimar Gonçalves Vendrusculo, Márcio Roberto Martins Ribeiro, Marcelo Mikio Hanashiro, Francisco das Chagas Oliveira e Antônio de Pádua Soeiro Machado

Estratégias e práticas de acesso ao mercado das famílias agricultoras do Agreste da Paraíba **24**

Adriana Galvão Freire e Sílvio Gomes de Almeida



pág. 24

Resgatando a cultura alimentar em Andhra Pradesh **29**

Michel Pimbert



pág. 30

Bolsas artesanais do vale do Bajo Mayo: uma iniciativa bem-sucedida de beneficiamento do algodão nativo **30**

Elisabeth Saint-Guily

Publicações **pág. 32**

Páginas na internet **pág. 34**

Eventos **pág. 35**

É na venda que o agricultor familiar transforma o fruto de todo seu trabalho nos recursos financeiros de que precisa para viver. Afinal, foi-se o tempo em que agricultores e agricultoras familiares conseguiam garantir o sustento de suas casas sem que fosse preciso dedicar uma atenção maior aos aspectos da venda da produção. O hábito de cultivar produtos de subsistência (milho, feijão, mandioca etc.), reservando uma parcela para o consumo da casa e vendendo somente o excedente, já não atende às necessidades mínimas de uma família.

Nos últimos trinta anos, os preços desses produtos caíram continuamente. Sabe-se que não há perspectiva de reversão desse quadro, muito menos num país como o nosso, onde o valor da cesta básica é um dos índices de medida da inflação. Nesse sentido, interessa ao governo que esses preços permaneçam baixos.

Nada disso é novidade.

A novidade está em diversas organizações comunitárias que vêm desenvolvendo estratégias criativas de afirmação da importância da agricultura familiar no cenário econômico brasileiro.

A novidade está em descobrir que o que dá maior solidez a essas estratégias não são motivações meramente econômicas. Tanto pode ser a luta pela preservação da riqueza da biodiversidade do Cerrado, no Brasil Central, como a venda de produtos agroecológicos com vistas a ampliar o debate da sustentabilidade da vida no nosso planeta. Ou seja, mais do que a procura por melhores preços, é a força desses princípios que conduz as pessoas a se reunirem para buscar caminhos e obter conhecimentos que as levem a conseguir agregar valor à produção de todos por meio de, por exemplo, seu beneficiamento.

A novidade está em perceber que feiras não são simplesmente um lugar de comércio. Entre diversas outras vantagens, elas favorecem a preservação de hábitos culturais, de espécies e variedades tradicionais e se constituem em fato econômico expressivo onde quer que se realizem, especialmente nas cidades menores. As feiras são o local onde os produtores têm a oportunidade de vender diretamente para o consumidor final e serão, por muito tempo, um importante canal de comercialização para muitos, aí incluídos os agricultores familiares. Vale a pena entender mais sobre as feiras com o objetivo de não só lutar para multiplicá-las, como também procurar adequar melhor as pouquíssimas políticas públicas de apoio às já existentes.

Novidade é descobrir como, nos Andes, um grupo de mulheres vem conseguindo, através da produção e venda de bolsas artesanais, contribuir para a preservação de uma variedade de algodão característica de sua região. E como, na Índia, uma família de agricultores percebeu que seu pequeno e desprezioso restaurante cumpria o papel de divulgar alimentos orgânicos, típicos de sua localidade.

Mas estão também relatados aqui dois importantes e inovadores serviços criados por órgãos do governo brasileiro com vistas a apoiar a comercialização dos agricultores familiares: o sistema de compra antecipada especial e um serviço de divulgação de informações comerciais, via internet. Isso porque hoje, mais do que nunca, o domínio da *informação* é recurso indispensável para que se consiga vender bem.

Enfim, essas novidades estão narradas ao longo deste número da *Revista Agriculturas*, dedicado ao tema *Beneficiamento da produção e acesso a mercados*. Nosso desejo é que a sua leitura contribua para que mais organizações de agricultores familiares se animem a entrar no desafiante mundo da comercialização de seus próprios produtos, sabendo que já não são poucas as experiências exitosas nesse campo.

* Ricardo Costa:
diretor da *Cooperação e Apoio a*
Projetos de Inspiração Alternativa - Capina
ricardo@capina.org.br



Produtos de artesanato e indústria doméstica na feira de Virgem da Lapa

Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha mineiro

Feiras de Minas

Feiras livres fazem parte das tradições mineiras. No

vale do Jequitinhonha, elas existem em todos os municípios. Nas madrugadas dos sábados, uma multidão de lavradores(as) sai do sítio para a feira, a pé, a cavalo ou no caminhão, para vender e comprar. O tamanho dessas feiras varia. Enquanto em Almenara a feira ocupa quatro quar-

Eduardo Magalhães Ribeiro, Boaventura Soares de Castro, Luiz Henrique Silvestre, Juliana Sena Calixto, Daniel Prado Araújo, Flávia Maria Galizoni e Eduardo Barbosa Ayres*

teirões além do mercado, em Berilo não chega a ocupar todo o espaço do mercado público. O perfil dos participantes varia também. Em alguns municípios, só produtores podem vender, caso de Turmalina; noutros, eles disputam com intermediários, caso de Araçuaí. Em algumas

épocas do ano, as feiras são mais especializadas. No tempo das águas, por exemplo, são os produtos da pecuária e da coleta que prevalecem. Já no tempo da seca, são os produtos da horta, do pomar e da indústria doméstica rural que têm mais saída. Há certas ocasiões em que elas são muito boas para quem vende, como no fim de ano e festas juninas; e outras em que são boas para o comprador, no auge da seca e em abril/maio, período que marca o início da estação de migração dos jovens para o corte de cana e colheita de café.

À primeira vista, o movimento que acontece nas feiras parece pequeno, mas elas são excelentes para agricultores familiares, para consumidores e para o comércio urbano. Quanto menor o município, maior costuma ser o impacto das feiras.

Os produtores ganham porque garantem a comercialização da produção, que de outra forma seria difícil nessas economias de pouca liquidez. Eles geralmente vendem à vista e, em pouco mais de três horas, conseguem vender tudo, ou quase tudo, o que levam à feira. Quando se especializam e *capricham* num produto, a venda é ainda mais fácil. Estudo feito pela Universidade Federal de Lavras (UFLA) no Alto Jequitinhonha verificou que os feirantes que beneficiavam produtos derivados de milho, mandioca ou cana obtinham renda maior nas feiras do que na migração sazonal para São Paulo. Na época da pesquisa, a renda mensal do agricultor-feirante se situava entre R\$ 40,00 e R\$ 400,00, com a média tendendo para R\$ 200,00, o que correspondia a um salário-mínimo ou uma aposentadoria.

Os consumidores ganham porque têm garantido um abastecimento regular, de qualidade e, principalmente, adaptado aos seus hábitos alimentares. A dimensão reduzida do mercado desses municípios geralmente inviabiliza uma oferta de verduras e frutas frescas vindas de outra região. É na feira que o consumidor encontra frutas da estação coletadas nas *chapadas*; rapaduras na cor e tamanho que preferem; farinhas no ponto, *finura* e clareamento que gostam; peixe fresco; a verdura de época. Os consumidores dizem que nenhum estabelecimento de verdureiro profissional, ou *sacolão*, substitui a feira, porque é nela que encontram os produtos que fazem parte de seus costumes alimentares.

E, por fim, ganham os comerciantes. Assim que acabam de vender seus produtos, os feirantes vão ao comércio e adquirem bens de consumo: sapatos, roupas,

óleo, sabão, macarrão. Como vendem à vista, compram também à vista, e tornam o final da manhã de sábado das pequenas cidades tão bom para o comércio quanto a véspera do dia da festa do santo padroeiro ou o dia do pagamento das aposentadorias.

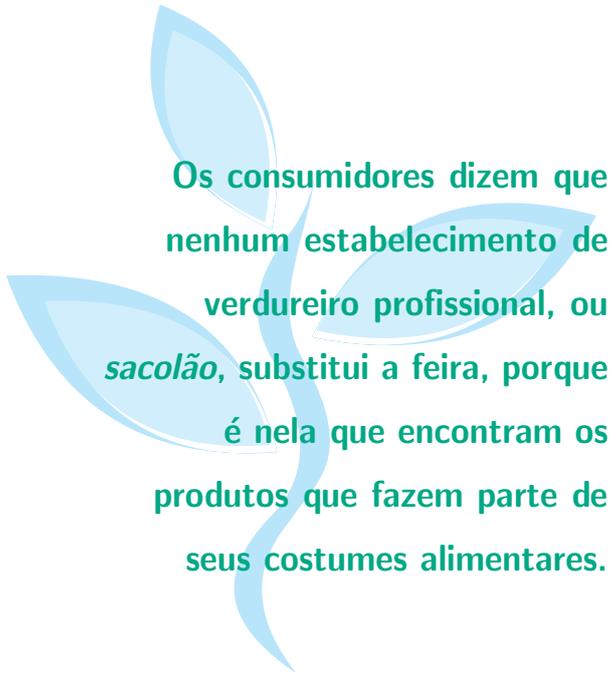
Mas feiras são mais que pontos de comercialização da produção da agricultura familiar. São também espaços públicos onde circulam alimentos, bens, pessoas e culturas. Além de serem o lugar das vendas, são também o local de encontro, da articulação política e sindical, da amizade, da reprodução da identidade e da cultura das muitas agriculturas familiares do vale do Jequitinhonha. Por tudo isso, são espaços de grande potencial para ações coletivas.

Feiras e programas públicos

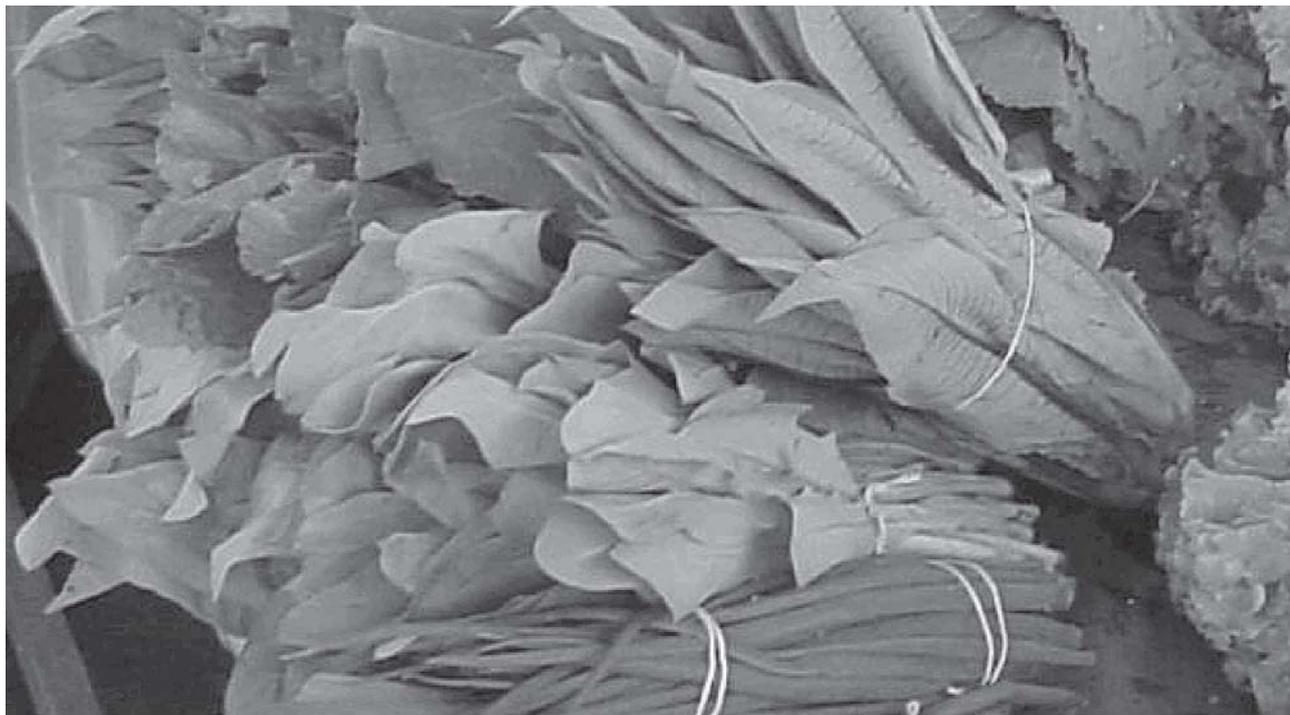
Embora sejam importantes para agricultores familiares e consumidores, para o comércio e a cultura local, raramente as feiras livres merecem atenção de programas, governamentais ou não, de apoio ao desenvolvimento rural. Isso revela a invisibilidade econômica de atividades locais, a marginalização da agricultura familiar nos programas de desenvolvimento dos municípios e, mais ainda, demonstra o caráter produtivista dos programas públicos.

A ação pública mais freqüente em relação às feiras atinge, quando muito, o transporte. Prefeituras bem-intencionadas estabelecem rotas de deslocamento dos caminhões de transporte de feirantes, que às vezes é gratuito, o que reduz o custo da comercialização, estimula a oferta de produtos, eleva a renda dos(as) agricultores(as), regulariza o abastecimento urbano e melhora as vendas do comércio. Porém, não são muitas as prefeituras que tomam essa iniciativa.

De forma geral, os programas pensados para apoiar a comercialização da agricultura familiar têm por



Os consumidores dizem que nenhum estabelecimento de verdureiro profissional, ou *sacolão*, substitui a feira, porque é nela que encontram os produtos que fazem parte de seus costumes alimentares.



Verduras na feira de Minas Novas

meta buscar ou construir novos mercados, na maior parte das vezes situados em lugares distantes. Isso provoca uma série de dificuldades, como demora na prestação de contas, elevação dos custos de intermediação e perda de produtos, o que, por sua vez, desestimula as organizações de agricultores. É por esse motivo que as iniciativas recentes de agências, estatais ou não, de apoio a programas locais de comercialização têm apontado as feiras livres municipais como um bom caminho, embora mais difícil sob vários aspectos, uma vez que lida com situações cristalizadas, boa parte delas mediadas pelo ranço forte do mando local e de vantagens pessoais estabelecidas. Mas sob outros aspectos é um caminho rico, que torna viável a participação direta de vendedores e compradores e, como o tema é universalizado, faz com que todas as pessoas fiquem em condição de opinar. As ações geralmente exigem mais boa vontade que dinheiro.

Foram esses motivos que levaram o Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar Justino Obers (PPJ/Ufla) e o Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica (CAV) a formularem o Programa de Apoio às Feiras Livres do Alto e Médio Jequitinhonha. Esse Programa, concebido e executado em parceria com a Comissão Regional de Segurança Alimentar e Nutricional do Alto e Médio Jequitinhonha (CRSAN), tem como objetivo pesquisar feiras, identificar problemas, soluções e alternativas, além de propor ações concertadas para seu melhoramento.

Histórico do Programa

O Programa surgiu da experiência conjunta do CAV e do Núcleo PPJ/Ufla, que mantêm desde 1999 uma sólida cooperação em temas relacionados ao desenvolvi-

mento e produção agroecológica. O assunto feira começou a ser debatido nessa parceria em decorrência de estudos sobre coleta de frutos e essências nas chapadas do Alto Jequitinhonha. Da coleta, passou à comercialização, da comercialização se descobriu a feira e, da pesquisa na feira, se chegou à formulação de programas municipais de apoio às feiras. O primeiro deles foi executado em Turmalina (2001/2004, com apoio da Cáritas), e o segundo em Minas Novas (2003/2004). A partir dessas experiências surgiu a idéia de um programa mais amplo, mesorregional, envolvendo organizações dos 22 municípios que participam da CRSAN.

Para esclarecer a concepção do Programa, optamos por analisar o caso de Minas Novas. Ele revela o tipo de informação que a pesquisa em feiras fornece e as bases para um programa municipal e regional de apoio a esse tipo de atividade.

A feira livre de Minas Novas é realizada num galpão coberto, aos sábados, e é meio de escoamento da produção de aproximadamente 180 famílias agricultoras. A participação é livre. Não são cobradas taxas e são comercializadas principalmente frutas/verduras, que predominam em 42% dos pontos de venda. Mas a diversificação também é uma característica dessa feira, que conta com grande presença de produtos beneficiados, artesanato, carnes, produtos do extrativismo, entre outros.

A cada sábado, cerca de 2.000 pessoas frequentam a feira, tanto homens quanto mulheres. Desse total, apenas 40% são consumidores e, destes, 65% são mulheres. A feira, assim, se configura como um espaço não apenas de trocas, mas também de lazer, um evento social, principalmente para os homens, que vão lá comer pastel, ver os amigos, conversar fiado.

A importância dessa prática na vida das famílias do município pode ser observada pelo fato de que 23% delas possuem algum tipo de relação com a feira. Ela recebe consumidores com distintas capacidades de compra, cujas características mudam no decorrer da manhã do sábado. Entre 6h e 9h30, estão à venda os produtos com preços mais elevados e há predominância de consumidores com maior poder aquisitivo. Após 9h30, a situação se inverte: os preços caem e o número de pessoas com menor poder aquisitivo cresce.

Entre os consumidores, 80% têm o costume de ir à feira todas as semanas, o que demonstra a grande aceitação dos produtos ofertados pela agricultura familiar e a relação dos produtos com os padrões de consumo locais e com a segurança alimentar da população, visto que os alimentos da cultura local estão acessíveis, a preços que possibilitam o consumo por diferentes camadas da sociedade. A maioria dos frequentadores (74,35%) gasta menos de R\$ 20,00 por feira, o que é justificado pelo fato de as compras serem efetuadas para a semana, não existindo a compra para estoque familiar, dada a perecibilidade do que é vendido. Entre os produtos mais consumidos estão as frutas e verduras. Em seguida, vêm os produtos da indústria doméstica rural (IDR) e depois, as carnes. Para o consumidor, a feira apresenta vantagens que vão desde atributos relacionados a padrões de qualidade específicos, como a produção sem agrotóxicos, até práticas ligadas à articulação política, que incluem a valorização da produção local e a permanência do dinheiro das vendas no município. Outros atrativos são os preços menores, a variedade concentrada num mesmo recinto e a associação à agricultura familiar.

O homem ou mulher que vende na feira de Minas Novas tem sempre a seguinte característica: trabalha em família. Às vezes, o homem vende na feira e a mulher trabalha na roça, ou vice-versa. Outras vezes é um filho que

Todos os feirantes pesquisados realizam atividade produtiva rural, sendo que 75% deles comercializam apenas produtos do seu próprio trabalho, criando interação direta entre produtor e comprador, uma relação valorizada pelos consumidores.

Foto: Eduardo Ribeiro



Feira de Carbonita

vai à cidade vender a produção enquanto a família fica trabalhando na roça. Enfim, o trabalho sempre é feito em família. A maioria dos feirantes (82%) vai a todas as feiras do mês e o restante frequenta quinzenalmente ou apenas mensalmente. A frequência tem forte relação com a disponibilidade do transporte gratuito, essencial para metade deles.

Todos os feirantes pesquisados realizam atividade produtiva rural, sendo que 75% deles comercializam apenas produtos do seu próprio trabalho, criando interação direta entre produtor e comprador, uma relação valorizada pelos consumidores. Na feira, também existem intermediários. Esses vendem o que não produzem, mas têm papel importante por proporcionar renda às pessoas que não comparecem à feira, além de aumentar a oferta com baixos custos de intermediação. Seu fluxo de mercadoria é pequeno, o que limita seu poder sobre o consumidor.

Constatou-se que as vendas da feira têm importante participação na composição do rendimento total das famílias. Para 40% dos entrevistados, a feira é a única fonte de renda e, para 64% dos feirantes, ela representa mais da metade do rendimento mensal total. Em média, os feirantes auferem R\$ 318,65/mês, o que correspondia a 1,33 salários-mínimos entre janeiro e fevereiro de 2004. No entanto, essa renda variava entre R\$ 32,00 e R\$ 1.180,00. Os menores valores abrangiam famílias detentoras de outras fontes de recursos, como programas governamentais, enquanto a maior renda estava no segmento de frutas e verduras, com famílias especializadas, cujos rendimentos oriundos da feira correspondiam a 100% de sua renda total. Entre os segmentos de produtos, o que gera maior ganho mensal é a indústria doméstica rural – R\$400,00 –, o que se justifica pelo valor agregado, menor perecibilidade e transporte geralmente menos delicado, mas é o segmento mais exigente em inversão de capital quando consideramos os níveis de recurso de que os feirantes dispõem. Em seguida, vem o segmento de frutas e verduras (cuja renda supera R\$380,00), mais aberto, pois mesmo aquele que não tem propriedade da terra pode entrar. Por outro lado, é o mais arriscado, pela perecibilidade e transporte delicado.

Circulam mensalmente na feira de Minas Novas entre R\$ 57.000 (renda estimada pelos feirantes) e R\$ 61.000,00 (despesa estimada pelos consumidores).

Os feirantes gastam parte ou tudo o que recebem no comércio da cidade, principalmente em dia de feira, aproveitando dessa forma o transporte disponibilizado pela prefeitura. O leque de estabelecimentos beneficiados é amplo: supermercados, açougues, lojas, cabeleiros, papelarias. As aquisições realizadas pelos feirantes elevam o dinamismo do comércio urbano. Determinados setores, como é o caso dos supermercados, chegam a registrar até 50% de aumento das vendas em relação aos outros dias da semana. Esses impactos apresentam um ritmo sazonal, com picos na estação das chuvas e no fim de ano, quando a produção e a oferta na feira são maiores e há o retorno dos jovens do corte de cana, que trazem consigo a poupança desses meses de trabalho.

Programas de desenvolvimento a partir das feiras livres

Estudos sobre feiras livres revelam rapidamente os pontos críticos e potencialidades dessa atividade. De posse dos resultados de pesquisa como estes de Minas Novas, chega o momento em que todos os interessados devem buscar a unidade pela melhoria da feira, da agricultura familiar, do desenvolvimento sustentável. Nessas horas se descobre que somente ações concertadas são viáveis. Por isso, nos municípios onde há relações de cooperação entre as organizações municipais - Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS), Sindicatos de Trabalhadores Rurais (STRs), prefeitura, ONGs, Assistência Técnica e Extensão Rural pública (Ater) e outras - há maior chance de sucesso.

Resultados de pesquisa indicam as linhas de ação, e cada uma delas pode ser liderada por uma organização, antenada com outras ações convergentes que são priorizadas pelo coletivo das organizações e dos feirantes do município. Essa experiência de atuação em feiras tem revelado fortes demandas e potencialidades de atividades, como nas áreas de transporte, aproveitamento de sobras de produtos, crédito rural, educação de adultos, programas urbanos de segurança alimentar, conservação de recursos hídricos, horticultura orgânica e muitos outros.

Por envolver públicos com características distintas, como feirantes, comerciantes e consumidores de todas as faixas de renda, a ação na feira tem seu impacto multiplicado e de grande abrangência, com diferentes resultados em inúmeros aspectos relacionados à qualidade de vida, como, por exemplo, renda e alimentação. Mineiros gostam de dizer que negócio bom é aquele em que as duas partes ganham. Por isso, a feira livre é mais que bom, é ótimo, porque agrada quem compra e quem vende, beneficia o comércio *de rua* e abre espaços para uma ação pública propositiva de prefeituras, que transformem feiras num negócio cada vez melhor para os produtores e para o município.

***Eduardo Magalhães Ribeiro:**

economista, professor do Núcleo PPJ da Universidade Federal de Lavras (Ufla) e coordenador do Programa de Apoio às Feiras Livres do Alto e Médio Jequitinhonha (Convênio Ufla/CAV). eduardomr@ufla.br.

Boaventura Soares de Castro:

técnico do Centro de Agricultura Alternativa Vicente Nica (CAV) de Turmalina (MG) e coordenador do Programa de Apoio às Feiras Livres do Alto e Médio Jequitinhonha (Convênio Ufla/CAV). cavi@uai.com.br

Luiz Henrique Silvestre:

administrador, mestrando em Administração do Núcleo PPJ/ Ufla. lhsilvestre@yahoo.com.br

Juliana Sena Calixto:

engenheira florestal, coordenadora do Núcleo PPJ/Ufla. jujucalixto@yahoo.com.br

Daniel Prado Araújo:

estudante de Agronomia do Núcleo PPJ/Ufla. ppj@ufla.br

Flávia Maria Galizoni:

antropóloga, bolsista CNPq do Núcleo PPJ/Ufla. flaviagalizoni@yahoo.com.br

Eduardo Barbosa Ayres:

engenheiro agrônomo, coordenador do CRSAN/Alto e Médio Jequitinhonha. eduardoturmalina@yahoo.com.br

Referências:

ANGULO, J. L. G. *Feira e desenvolvimento local: o caso de Turmalina, vale do Jequitinhonha, MG.* Lavras, UFLA, 2002. Dissertação de mestrado apresentada à PPGA.

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

RIBEIRO, E. M.; GALIZONI, F. M. Sistemas agrários, recursos naturais e migrações no alto Jequitinhonha, Minas Gerais. In TORRES, H.; COSTA, H. (Org). *População e meio ambiente: debates e desafios.* São Paulo: Senac, 2000.

RIBEIRO, E. M. et al. Feira e trabalho rural: um estudo de caso em Turmalina. *Unimontes Científica*, Montes Claros, v. 5, n. 1, jan./jun. 2003.

RIBEIRO, E. M.; CASTRO, B. S.; RIBEIRO, J. A. (coord.) *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.



Foto: U.Detmar

Bocaiúva (MG)

Compra Antecipada Especial:

uma política pública fortalecendo a agricultura familiar e promovendo a segurança alimentar e o desenvolvimento local

Eduardo Soares*

Numa escola pública de um pequeno município do Norte de Minas Gerais, uma criança se delicia bebendo suco feito com polpa de frutos do Cerrado fornecida por uma cooperativa de agricultores familiares e agroextrativistas da região de Montes Claros.

No Rio Grande do Sul, em Montenegro, o suco de laranja servido nas refeições do albergue e em escolas municipais é orgânico, produzido por uma associação de citricultores familiares. Em Pelotas, crianças se alimentam com peixe, arroz e leite no restaurante da escola municipal, alimentos oriundos de cooperativas e associações de agricultores familiares e pescadores artesanais da região.

No calor do trópico úmido, crianças, adultos e idosos acolhidos em escolas e instituições de amparo são abastecidos com hortigranjeiros produzidos por agricultores familiares de seus próprios municípios: Cruzeiro do Sul, Feijó, Mâncio Lima e Rio Branco, todos no Acre. No estado

vizinho, o Amazonas, no município de Parintins, são assentados da reforma agrária que fornecem peixes, frutas, abóbora e leite para as crianças assistidas pela Associação Pestalozzi e pela Polícia Militar do Estado, abastecendo também o presídio local, onde alimentam os detentos.

Cena similar se repete no Nordeste. No município de Remanso – BA, escolas fornecem na merenda suco feito com polpa de umbu, colhido e processado por associações de agricultores familiares e agroextrativistas da região.

Tais experiências têm um elemento em comum: o consumo local de produtos produzidos ou processados na própria região. Num contexto que promove trocas comerciais entre lugares cada vez mais distantes e em escalas cada vez maiores, acarretando muitas vezes uma subvalorização da produção e cultura locais em favor daquelas de outras origens, seria de se esperar que experiências assim tivessem dificuldades para se estabelecer e que estivessem se tornando cada vez mais raras.

Surpreendentemente, entretanto, elas são recentes e representam uma pequena amostra de outras tantas que estão se multiplicando pelo país afora. Essa multiplicação se dá graças a um segundo elemento em comum: o apoio do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), do governo federal.

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)

Tal Programa foi instituído pelo Art. 19 da Lei nº 10.696 e regulamentado pelo Decreto 4.772, ambos de 02 de julho de 2003, tendo como objetivo incentivar a agricultura familiar. Suas ações envolvem a aquisição de produtos da agricultura familiar, que são distribuídos para pessoas em situação de insegurança alimentar ou formam estoques estratégicos. Composto o Fome Zero, essas ações integram-se a um leque mais amplo de políticas voltadas ao fortalecimento da segurança alimentar e nutricional do país.

Do ponto de vista legal, o PAA está dispensado de cumprir as regras públicas de licitação, simplificando o processo de aquisição dos produtos da agricultura familiar e permitindo que estes se prestem ao atendimento dos programas públicos.

Seus recursos têm origem no Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza, coordenados e disponibilizados pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). Somente agricultores familiares com enquadramento no Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) têm acesso ao PAA e num limite de até R\$2.500,00/ produtor/ano.

O PAA conta com seis diferentes mecanismos: dois operados pelo MDS, por meio de convênios com governos estaduais ou com o poder público municipal - Compra Direta Local da Agricultura Familiar (CDLAF) e Incentivo à Produção e ao Consumo do Leite (IPCL); quatro pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) - Contrato de Garantia de Compra (CGCAF); Compra Direta (CDAF); Compra Antecipada (CAAF) e Compra Antecipada Especial da Agricultura Familiar (CAEAF). Este último, o CAEAF, é o que tem permitido o apoio a experiências como as referidas acima.

Como funciona

A peculiaridade que permite a valorização dos produtos regionais diz respeito à abrangência de alimentos que podem ser adquiridos. O CAEAF permite a aquisição de todo e qualquer alimento, seja este *in natura* ou processado, mesmo quando perecível, desde que cumpra com as normas de classificação e sanitárias vigentes.

Outra singularidade do instrumento é a exigência do encontro das duas “pontas” – produção e consu-

mo – num processo de “doação simultânea”, que requer que um grupo formal de produtores estabeleça um acordo de fornecimento de alimentos para um ou mais grupos de consumidores, definindo produto, tipo, qualidade, valor, período e cronograma de entrega. A proposta, denominada Cédula de Produto Rural (CPR) Especial, é apresentada pelos produtores, devendo ser assinada também pelos consumidores que, assim, atestam estar cientes e de acordo com as condições estabelecidas. Por sua vez, o Conselho Municipal (ou Estadual) de Segurança Alimentar e Nutricional (ou equivalente) endossa a proposta, assegurando que os beneficiários consumidores configuram uma população sob risco alimentar e/ou nutricional.

Com a CPR Especial aprovada, a Conab deposita o valor correspondente à mesma em uma conta específica vinculada à organização dos fornecedores (associação, cooperativa etc.). Estes, à medida que vão comprovando a entrega dos produtos (via Termo de Aceite dos consumidores e notas fiscais encaminhadas à Conab), recebem autorização para realizar os saques correspondentes.

O acesso à parte dos recursos contratados pode se dar antes do começo das entregas, desde que a

| Região | Agricultores beneficiários CAEAF (fam.) | Consumidores beneficiados CAEAF | Recursos CAEAF (R\$) | Operações Conab com o PAA (R\$) |
|--------------|---|---------------------------------|----------------------|---------------------------------|
| Norte | 3.894 | 166.074 | 8.692.657,69 | 40.778.440 |
| Nordeste | 3.029 | 370.406 | 6.294.811,93 | 73.980.386 |
| Centro-oeste | 26 | 148.972 | 64.835,16 | 15.625.067 |
| Sudeste | 1.533 | 281.253 | 3.834.645,88 | 16.507.061 |
| Sul | 13.343 | 393.681 | 32.131.293,95 | 41.836.080 |
| TOTAL | 21.825 | 1.360.387 | 51.018.244,61 | 188.727.034 |

Fonte: Conab

CPR Especial traga em si justificativa para tanto. Assim, um grupo de produtores pode obter recursos que permitam a aquisição de matérias-primas e insumos necessários para desencadear ou otimizar o processo produtivo dos alimentos.

O quadro acima exhibe, por região, as operações nos anos de 2003 e 2004, destacando o número de famílias de agricultores que acessaram o CAEAF, o número de pessoas beneficiadas com os alimentos da CPR Especial, o volume de recursos aplicados pelo instrumento e a totalidade de recursos aplicados pelo PAA via operação Conab.

Decorridos já quase dois anos de sua operação (iniciada em novembro de 2003), algumas reflexões têm sido feitas sobre o CAEAF - seja percebendo seus limites, seja constatando sua eficácia e impactos.



Foto: Maurício Pinheiro

Agricultores da região ribeirinha do Rio Acre



Foto: Maurício Pinheiro

Comunidade do Colibri

Limites

- As exigências de capacidade organizativa e de planejamento tornam o instrumento mais operativo nos estados do Sul.

Um exame dos números exibidos acima permite identificar pelo menos duas questões: uma significativa concentração de recursos e beneficiários do CAEAF na região Sul; e a inversão da situação quando observamos a totalidade dos recursos do PAA operados pela Conab.

Na busca de interpretação para tal, identificam-se alguns limites do CAEAF que podem explicar essa contraposição.

O primeiro diz respeito à exigência de que a CPR Especial seja acordada entre duas “pontas”, fornecedores e consumidores. Os distintos níveis de organização observados entre as regiões brasileiras, notadamente no setor da agricultura familiar, podem explicar a dificuldade maior de algumas das regiões em operar o instrumento.

Ao mesmo tempo, essa dificuldade pode ser indicadora do grau de articulação da agricultura familiar e agroextrativistas com outros segmentos sociais/urbanos.

Os demais instrumentos do PAA, já que não exigem essa aproximação entre as “pontas”, têm operação mais simplificada e são a opção mais fácil em certas realidades.

Um segundo aspecto diz respeito à distribuição geográfica dos agricultores e agroextrativistas. Nos estados do Sul e Sudeste, eles estão mais concentrados e próximos de grandes centros urbanos, enquanto nos demais estão mais dispersos e/ou distantes em relação aos consumidores. No Norte e Nordeste, geralmente compreendendo áreas muito superiores às que se observam no Sul, os consumidores são os próprios produtores – com núcleos “urbanos” constituídos majoritariamente por população de atividade agrícola ou agroextrativista. Essa situação de relativo isolamento em relação ao mercado de maiores proporções é ainda agravada por outras condições relevantes para acesso ao mesmo, como qualidade das estradas e a regularidade nos serviços de transporte.

O terceiro aspecto relevante se refere à capacidade de planejamento a médio prazo por parte das organizações envolvidas. As organizações no Sul, na medida em que tiveram, historicamente, melhores condições de acesso ao mercado, desenvolveram habilidades para tanto e exibem maior capacidade de resposta às exigências da CPR Especial.

- A base produtiva agrícola, quando restrita, dificulta o pleno aproveitamento das possibilidades do instrumento.

Outro limite do CAEAF é que, em muitas regiões, o instrumento não consegue ser útil ao propósito de valorizar a biodiversidade ou a diversificação dos sistemas produtivos dos agricultores.

Em que pese a amplitude de produtos que podem ser considerados numa CPR Especial, em várias regiões a base produtiva agrícola está de tal modo desestruturada ou apoiada num leque tão restrito de espécies alimentícias, que não há oferta de produtos locais que possam ser valorizados ou que se traduzam em enriquecimento nutricional das dietas dos beneficiários. É o caso, por exemplo, de regiões em que o único produto disponibilizado para comercialização pelos agricultores familiares é a farinha de mandioca, ou a soja.

Ao mesmo tempo, essas situações denunciam a baixa capacidade de planejamento de alguns dos potenciais beneficiários, que não conseguem ajustar seus sistemas produtivos às possibilidades que algumas políticas públicas anunciam – mesmo quando estas oferecem meios para tal.

- Inexistência de vontade política por parte de agentes/atores locais.

Por outro lado, ocorrem situações em que exis-

tem condições materiais (produção, escala, qualidade) para a utilização do instrumento por comunidades rurais em cooperação com consumidores, mas essa utilização é limitada pela inexistência de agentes locais com uma visão de desenvolvimento que se apóie na valorização da produção local.

- O caráter do PAA como um todo, voltado eminentemente para a comercialização.

O Programa, por seu recorte voltado exclusivamente para a comercialização, não dispõe de meios para tentar suprir lacunas existentes na base potencialmente beneficiária. Assim, demandas exibidas pelos proponentes de CPRs, como possibilidade e/ou necessidade de agregação de valor, logística, acompanhamento técnico etc., ficam na dependência de uma articulação e sinergia imediatas com outros órgãos e/ou programas públicos, federais ou não, o que nem sempre é possível ou está ao alcance dos proponentes ou do próprio programa.

No CAEAF, onde as exigências (em relação aos beneficiários) nas áreas de planejamento e logística são notadamente maiores se comparadas às dos demais instrumentos, torna-se evidente a necessidade de que programas como o PAA possam dispor de meios que assegurem ou facilitem o acesso de seus beneficiários à capacitação e a outros serviços, como assistência técnica e extensão rural.

Acertos

- O instrumento tem sido relevante para a valorização de produtos regionais (agrícolas ou do agroextrativismo), os quais muitas vezes são subutilizados ou não ocupam lugar expressivo para além de suas regiões ou nichos de mercado. Tal valorização contribui para a *manutenção e/ou ampliação da agrobiodiversidade e dos sistemas produtivos dos agricultores beneficiários*.
- Mediante o acesso ao CAEAF, agricultores familiares e agroextrativistas passam a ser mais valorizados pela sociedade quanto ao seu papel de produtores e fornecedores de alimentos, caracterizando *ascendência social* dos mesmos.
- O CAEAF tem proporcionado a ampliação da presença da agricultura familiar e dos agroextrativistas no mercado, representando para muitos destes a primeira oportunidade de acesso direto aos consumidores ou mesmo de comercialização de seus produtos, favorecendo a *ascendência econômica* dos beneficiários.
- Ao assegurar que tanto a produção quanto os recursos advindos de sua comercialização sejam consumidos e aplicados na própria região produtora, o instrumento se notabiliza como política *dinamizadora da economia local*, com impactos inclusive sobre a arrecadação dos municípios.
- A promoção da aproximação cidade-campo tem favorecido outras formas de *cooperação* entre grupos organizados, em especial dos agricultores familiares e agroextrativistas com populações urbanas mais carentes.
- Por proporcionar o acesso direto ao mercado consumidor, o CAEAF possibilita que algumas dessas relações venham a se estabelecer de forma mais permanente ou ampliada após o encerramento da CPR Especial - contrato que lhes deu origem -, caracterizando-se como uma *ação estruturante*.

Foto: U. Dettmar



Bocaiúva (MG)

**Eduardo Safons Soares, com contribuições de Cláudia Schmitt, Paulo Coutinho, Rocilda Moreira, Rogério Neuwald e Sílvio Porto. eduardo.soares@conab.gov.br*

Rede de Comercialização Solidária de Agricultores Familiares e Extrativistas do Cerrado: um novo protagonismo social

Alessandra Karla da Silva e Marcelo do Egito*

O imaginário que cerca o Cerrado e seus povos, de invisibilidade e isolamento, fez com que a natureza desse bioma fosse reduzida a mera mercadoria, primeiro pelos potenciais exploráveis, depois pela capacidade produtiva de suas terras agricultáveis, *encurralando* suas populações e *agri-culturas*. Esse olhar mercantil sobre a região ignorou não apenas a sua importância ambiental, mas principalmente a riqueza advinda das diversas culturas construídas em relação profunda com o ambiente, que dão a inúmeras comunidades de pescadores, vazanteiros, geraizeiros, extrativistas e outros o sentimento de pertencimento ao Cerrado.

Essas comunidades agroextrativistas têm enfrentado, nas últimas décadas, uma perda crescente de espaço, sobretudo devido à ação do agronegócio exportador, que impõe uma nova lógica de ocupação do território e utilização dos recursos naturais. No entanto, além de concentrar riqueza e poder, esse modelo ocasiona a contaminação dos solos, da água e dos alimentos, inviabilizando práticas socioculturais dos que lá vivem e destituindo-os de suas identidades.

Em 2000, um processo de discussão e diálogo é iniciado, em conjunto com seis comunidades rurais, sobre a realidade compartilhada por agricultores familiares de

Foto: Cedac, 2003



Capacitação de agricultora sobre o ponto ideal de coleta dos frutos da favela (*Dimorphandra sp.*).

Caldazinha, pescadores de Aruanã, extrativistas de São Domingos e agricultores assentados de Jandaia, Araguapaz e Silvânia, todos municípios de Goiás e assessorados pelo Centro de Desenvolvimento Agroecológico do Cerrado (Cedac).

A reflexão desencadeada permitiu perceber que as dificuldades enfrentadas pelas famílias e suas comuni-

dades as aproximavam, apesar do distanciamento geográfico e independente dos modos de vida e de produção adotados por elas. Os principais problemas identificados foram: o acesso restrito aos meios de reprodução social, como terra, água e biodiversidade; a sazonalidade e a baixa capacidade de produção e extração individual para o atendimento da demanda, o que dificulta a garantia e a continuidade de oferta do produto ao mercado; a diminuição da diversificação da produção, o que conseqüentemente tem levado a uma dieta alimentar mais restrita; a escassez da mão-de-obra familiar, agravada pela migração dos jovens para os centros urbanos; a não agregação de valor aos produtos comercializados, seja no beneficiamento ou na comercialização direta; a falta de organização de toda a atividade de produção e extração; a dispersão da produção, aumentando os custos de transporte, ainda mais no caso de produtos extrativistas; a dependência dos fatores climáticos; as restrições no acesso ao crédito; os padrões de qualidade da produção condicionados pelo mercado convencional; a utilização de matérias-primas originadas de espécies vegetais nativas sem que qualquer responsabilidade sobre a forma de obtenção das mesmas seja assumida por grande parte das empresas; e, por último, a dificuldade de participar dos espaços de discussão e formulação das políticas públicas.

Foi diante dessas condições que nasceu a idéia de fortalecer uma nova “trama” social com os sujeitos de fato do Cerrado, saindo do isolamento e da marginalidade, através da organização coletiva e valorização das riquezas locais, de modo que a cultura e seus produtos possam ser acessados e valorizados pela sociedade brasileira. Assim foi



Lançamento do baru (*Dipteryx alata*) na merenda escolar de Goiânia.

constituída a Rede de Comercialização Solidária de Agricultores Familiares e Extrativistas do Cerrado, que atualmente reúne 1.238 famílias, localizadas em 37 municípios dos estados de Goiás, Minas Gerais e Bahia.

As experiências que alimentaram a organização socioprodutiva dos agroextrativistas da Rede estão baseadas na busca por uma maior autonomia e participação dos mesmos em relação aos seguintes aspectos: assistência técnica, desenvolvida por meio da formação de agroextrativistas monitores que acompanham o planejamento da unidade familiar para processo de produção e manejo; agroindustrialização dos produtos e subprodutos (resíduos), agregando valor e garantindo maior inserção no mercado; tradução do significado do saber-fazer das populações do Cerrado, através de um *marketing* próprio dos produtos e serviços oferecidos pela Rede, com a marca *Empório do Cerrado*; monitoramento participativo, como ferramenta própria de controle social dos processos desenvolvidos; e desenvolvimento de estratégias de comercialização dos produtos, conciliando preço justo e acesso a novos mercados, como escolas, redes de supermercados, lojas de produtos naturais e feiras.

Para garantir a comercialização coletiva dos agroextrativistas da Rede foi constituída a Cooperativa Mista de Agricultores Familiares, Extrativistas, Pescadores, Vazanteiros e Guias Turísticos do Cerrado (Coopcerrado), que comercializa o resultado de todo processo de organização, entre eles os frutos secos de favela (*Dimorphandra sp*), vendidos direto para a indústria farmacêutica desde 2001 (vide boxe); frutos *in natura* de pequi (*Caryocar sp*) para atacadistas; sementes de pequi mini-processadas em bandejas para supermercados; e óleo de pequi para a indústria de cosméticos. Dos frutos do baru (*Dipteryx alata*), é produzida a castanha de baru, a farinha de baru (utilizada na merenda escolar de Goiânia desde 2001), biscoitos e granolas, sendo que na composição destes últimos também se utiliza a farinha de jatobá (*Hymenaea stignocarpa*), mel, gergelim, ovos, banana desidratada e açúcar mascavo, produzidos pelos agroextrativistas e processado em uma unidade de beneficiamento de produtos agroecológicos em Caldazinha (GO) (vide boxe). Já do resíduo (casca dos frutos de baru), obtém-se o carvão ecológico.

Outras experiências de organização estão sendo estruturadas para a diversificação da renda das famílias e o melhor aproveitamento das potencialidades locais, como a construção de uma agroindústria de produtos apícolas e uma agroindústria de óleos vegetais, cujas infra-estruturas contam com recursos do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf-infraestrutura.).

A Rede se tornou um movimento em expansão contínua, onde os agroextrativistas do Cerrado vêm con-

Evolução das abrangências geográfica e social, dos volumes produzidos e da receita média obtida com a produção de favela (*Dimorphandra sp*) e de baru (*Dipteryx alata*).

| Indicadores | Ano 2000 | Ano 2001 | Ano 2002 | Ano 2003 | Ano 2004 | Ano 2005 |
|---|----------|------------|----------|-----------|------------|-----------|
| Favela | | | | | | |
| Nº de municípios | | 1 | 2 | 7 | 4 | 14 |
| Nº de famílias participantes | | 52 | 54 | 126 | 60 | 220 |
| Produção total | | 26.720,5kg | 16.475kg | 54.400kg | 26.950kg | 108.000kg |
| Renda bruta/coletor | | 251,78 | 137,3 | 354,03 | 381,78 | 539,99 |
| Baru | | | | | | |
| Nº de municípios | 4 | 2 | 6 | 18 | | |
| Nº de famílias participantes | 24 | 21 | 55 | 550 | | |
| Produção total | 13.280kg | 21.680kg | 22.520kg | 321.140kg | Não colheu | * |
| Receita líquida média por família (R\$) | 271,13 | 506,89 | 204,5 | 350,33 | 350,33 | |

Fonte: Cedac, 2005.

* A coleta do baru é realizada nos meses de agosto a setembro.

quistando espaço e buscando pautar demandas próprias, necessárias ao fortalecimento do seu protagonismo. Algumas propostas vêm se transformando em política pública pela reivindicação direta da Rede. Entre elas citam-se a aprovação da Lei nº 15.015, de 29 de dezembro de 2004,

que trata da matéria tributária dispendo sobre a redução de base de cálculo do Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre a industrialização de produtos típicos do Cerrado (antes era 17% e com a lei passou para 7%), e a criação da Portaria nº18/2002, da Agência Ambiental, que proíbe o corte do baru no estado de Goiás.

Da organização do processo de produção e comercialização em rede nasceu a luta pela terra, água e biodiversidade. A proposta inclui a criação de cinco reservas extrativistas, nos municípios de Aruanã, São Domingos e Mambaí, em Goiás; Lassance, em Minas Gerais, e Cocos, na Bahia, como também a implantação do Projeto de Assentamento Agroextrativista (PAE), no município de Jandaia, onde estão acampadas 195 famílias. Além disso, está em andamento a criação da cooperativa de crédito, a "Rede Cred".

***Alessandra Karla da Silva:**
agrônoma, coordenadora do CEDAC
alessandra@cedac-ong.org.br

Marcelo do Egito:
agrônomo, assessor do CEDAC
rede@emporiocerrado.org.br

Fonte: Cedac, 2003



Produtos da Rede de Comercialização Solidária.



Detalhe Empório do Sertão: venda de produtos nativos.

Cooperativa Grande Sertão: articulando populações e diversidades do Norte de Minas Gerais

Breno Gonçalves e Helen Santa Rosa*

Fazer com que os produtos dos rincões mais longínquos do sertão mineiro fossem consumidos por gente da região; colocar nas prateleiras dos supermercados e padarias os frutos dos cerrados e das caatingas, extraídos por diversas famílias das mais variadas localidades; dar visibilidade e legitimar o valor dos produtos vindos de camponeses “encurralados”

pela voracidade do agronegócio: foram essas motivações que fizeram com que a Cooperativa de Agricultores Familiares e Agroextrativistas Grande Sertão fosse criada no Norte de Minas Gerais, como um instrumento econômico e político das agricultoras e agricultores, que aos poucos vêm se fortalecendo no mercado regional e estadual, alcançando, a cada dia, vãos mais altos...

Como tudo começou...

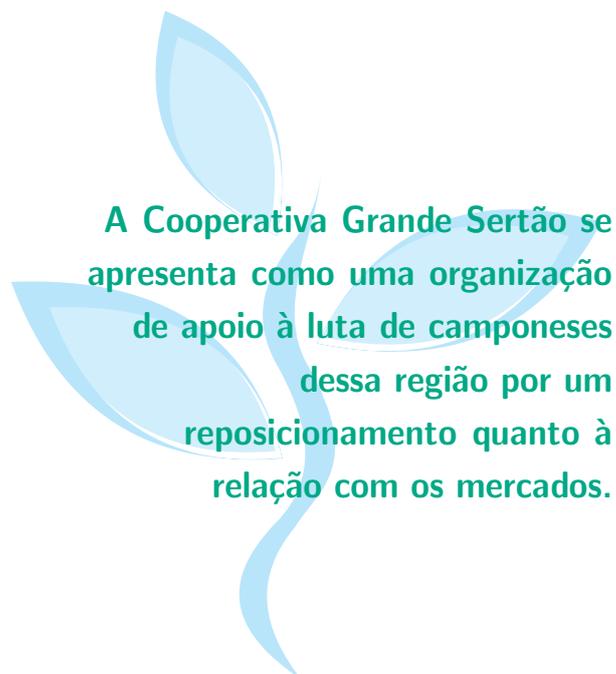
A Cooperativa dos Agricultores Familiares e Agroextrativistas Grande Sertão nasceu de um sonho conjunto, de muitos braços, corações e cabeças. A idéia surgiu em 1995, a partir da necessidade que os agricultores e agricultoras tinham de acessar o mercado. Outros modelos de organização foram experimentados, até que se chegou, em 18 de julho de 2003, ao modelo atual. Tudo começou com a produção de polpas, em quantidade pequena, armazenadas em um único freezer e entregues de bicicleta. Depois a marca Grande Sertão foi registrada e a embalagem melhorada, constando tabela nutricional e data de fabricação. Com o tempo, sentiu-se a necessidade de melhorar o *marketing* dos produtos, pensando cores e dizeres que expressassem os elementos diferenciadores que caracterizam a marca. Era preciso que ficasse bem claro quais eram os valores que diferenciavam os produtos: a agroecologia, a regionalidade e a inserção social e econômica dos agricultores familiares. Com essa preocupação, foi contratada uma consultoria, que trabalhou todo o *marketing* e imagem dos produtos da cooperativa. O resultado foi a melhoria da qualidade visual e o acesso mais qualificado ao mercado.

A demanda aumentou. Atualmente são comercializadas 17 variedades de polpa de frutos dos cerrados e das caatingas, além do óleo e polpa congelados de pequi (*Caryocar brasiliense Camb*), rapadurinha, farinha e mel. A Cooperativa também articula a compra e venda de sementes de sorgo, milho, feijão e arroz, proporcionando o intercâmbio solidário de sementes crioulas entre as comunidades. As sementes saem dos assentamentos e comunidades rurais, são disponibilizadas para outras comunidades e circulam entre grupos de agricultores da região, que assumem o compromisso de preservar as variedades.

O Norte de Minas

Do ponto de vista geográfico, a região do Norte de Minas caracteriza-se como uma ampla faixa de transição, entre uma vegetação típica do Planalto Central Brasileiro - os cerrados - e as formações que fazem contato com a caatinga, vegetação típica do semi-árido nordestino. Em função das mudanças de altitude e linhas de drenagem, vão se formando as áreas de dominância, ora o cerrado, ora a caatinga. Como quem disputa o domínio do território, esses dois tipos de vegetação se entrelaçam, conformando complexos e variados ecossistemas de transição, as matas secas ou florestas caducifólias em formas diversas.

A ocupação humana desses variados ecossistemas foi ao longo do tempo, através de um processo de coevolução homem/ecossistemas, configurando culturas, agroecossistemas e diferentes formas de organiza-



A Cooperativa Grande Sertão se apresenta como uma organização de apoio à luta de camponeses dessa região por um reposicionamento quanto à relação com os mercados.

ção socioeconômica. O *modus vivendi* dos habitantes da caatinga ("os caatingueiros"), dos habitantes do Cerrado ("os gerazeiros"), dos habitantes das ilhas e vazantes do São Francisco ("os vazanteiros"), e ainda dos remanescentes de indígenas e quilombos (Dayrell, 1998) aponta para a presença de uma série de *grupos de populações tradicionais*. Trata-se da convivência de sistemas cognitivos distintos, que Gonçalves (2000) redefina como as *diferentes matrizes de racionalidade*.

Um novo movimento civilizador se avizinha, sob as vestes modernas do agronegócio, e busca integrar essa região, a todo custo, como produtora de matéria-prima barata - ora com os plantios homogêneos de eucalipto, para produção de carvão e celulose que alimenta os auto-fornos que aquecem a cadeia do aço e os negócios correlatos a estes; ora com os pólos de agricultura irrigada ou a pecuária. Tais *boas novas*, na verdade, se inserem como parte de complexos oligopólios, com tentáculos por todos os cantos do planeta, estabelecidos na estrutura global de produção e consumo. Essa dinâmica é decorrente da expansão da economia internacional a partir dos centros dinâmicos, cada vez mais ávidos por fontes de recursos naturais e mão-de-obra barata. O fluxo de riqueza produzido dentro desses complexos se move segundo o interesse dos que estão no centro do sistema.

É nesse cenário econômico e político adverso que a Cooperativa Grande Sertão se apresenta como uma organização de apoio à luta de camponeses dessa região por um reposicionamento quanto à relação com os mercados.

¹DAYRELL, Carlos A. *Gerazeiros e Biodiversidade no Norte de Minas: a contribuição da agroecologia e da etnoecologia nos estudos dos agroecossistemas tradicionais*. La Rábica, Espanha, Universidade Internacional de Andalucía, 1998. Dissertação de mestrado (mimeo).

²GONÇALVES, Carlos W. P. *As Minas e os Gerais: breve ensaio sobre desenvolvimento e sustentabilidade a partir da Geografia do Norte de Minas*. In: LUZ, Cláudia; DAYRELL, Carlos (org.). *Cerrado e desenvolvimento: tradição e atualidade*. Montes Claros: Max Gráfica, CAA-NM e Rede Cerrado, 2000.

Agroecologia e identidade regional

O trabalho central da Cooperativa é organizar a produção, fazer o beneficiamento e encaminhar o produto ao mercado. Uma das primeiras exigências é a de que os produtos sejam agroecológicos. Para isso a cooperativa disponibiliza o acompanhamento técnico para capacitação e monitoramento das propriedades. O diferencial dos produtos está na qualidade e na agregação de importantes valores como respeito ao meio ambiente, compromisso social com as populações sertanejas e valorização dos biomas cerrado e caatinga.

São 700 famílias, em 148 comunidades de 17 municípios do Norte de Minas. Homens e mulheres que cultivam alimentos para o autoconsumo em parceria com suas famílias e comunidades, gerando também excedentes para o mercado. Criam pequenos animais, hortas e roças diversificadas. Lidam no engenho, na casa de farinha, no apiário. Fazem uso de plantas medicinais na cura de suas enfermidades e das dos animais. Fazem uso da biodiversidade do semi-árido, manejando as variedades nativas, colhendo os seus frutos, cuidando da multiplicação de suas sementes e cuidando também da preservação dos cursos d'água e nascentes.

Processo de beneficiamento e comercialização

Num dia determinado, um veículo da Cooperativa vai ao local e faz o transporte dos produtos até a fábrica, localizada na Área de Experimentação e Formação em Agroecologia (Aefa) do Centro de Agricultura Alternativa do Norte de Minas (CAA/NM). Da fábrica, a polpa, já processada e congelada, é levada para uma unidade de comercialização da Cooperativa, localizada no distrito industrial de Montes Claros. Daí seguem para prateleiras dos estabelecimentos comerciais da região. No caso do pequi, o beneficiamento é feito pelas próprias famílias, nas unidades comunitárias de beneficiamento e produção. A partir das experiências com o pequi, e mais recentemente com a cana-de-açúcar, foi possível tomar novos rumos, descentralizando o beneficiamento e a comercialização. Atualmente, as iniciativas locais estão sendo incentivadas, gerando maior autonomia para os grupos, colaborando para que as unidades comunitárias de beneficiamento sejam também de comercialização.

Assim, as unidades centrais da Cooperativa - Montes Claros e Porteirinha - focam seus esforços na produção de bebidas (polpa e suco) e colaboram para que as outras cadeias produtivas de cana-de-açúcar, mandioca, pequi e animais se desenvolvam paralelamente, por meio de acompanhamento técnico, apoio jurídico-legal e o fortalecimento da marca "Grande Sertão".

Redes de articulação

A Cooperativa Grande Sertão participa também das redes de articulação. Junto com outras entidades, contribui na construção de propostas para o desenvolvimento regional, levando em consideração a realidade das populações do semi-árido mineiro e suas experiências. Enreda-se para fortalecer e articular lutas e demandas. Os principais parceiros dessas redes são: o Centro de Agricultura Alternativa do Norte de Minas (CAA), a Articulação Mineira em Agroecologia (AMA), o Fórum de Desenvolvimento Sustentável do Norte de Minas, a Cáritas, a Articulação do Semi-Árido (ASA), a Rede Alerta contra o Deserto Verde, a Rede Cerrado, e tantas outras organizações comprometidas com o desenvolvimento rural.



Foto: Arquivo CAA-NM

Detalhe Empório do Sertão: arroz com pequi



Foto: Arquivo CAA-NM

Detalhe Empório do Sertão: café no fogão à lenha por "dona" Joaquina do Assentamento Tapera.



Foto: Arquivo CAA-NM

Detalhe Empório do Sertão: agricultores preparando paçoca de carne

Participação das mulheres

Existe hoje um grande esforço para incluir as mulheres nos processos da Cooperativa. Elas garantem a coleta dos produtos nativos, principalmente quando os homens migram temporariamente para as lavouras de café e cana em São Paulo. Maria de Lourdes de Souza é um exemplo de inserção da mulher nesse espaço. Secretária e mobilizadora da Cooperativa na região da Serra Geral, acredita que a participação na organização possibilita maior intervenção em outros espaços. *A oportunidade de estar na Cooperativa gera uma expectativa grande de envolvimento das mulheres num trabalho conjunto. Tira a gente da "cozinha" pra participar de outros movimentos. É um leque que se abre para a nossa participação em outras discussões, inclusive na formulação de políticas públicas,* afirma.

O rural e o urbano: experiência de fornecimento da merenda escolar para municípios

A proposta da Cooperativa Grande Sertão é se fortalecer enquanto um empreendimento "mãe", que funcione como um instrumento de diálogo das populações tradicionais com as instâncias governamentais, o mercado e redes sociais, para, dessa forma, se constituir em uma ferramenta estratégica para as lutas e conquistas dos agricultores da região norte mineira.

Apesar de o próprio Estado ser um dos grandes consumidores de alimentos do país, principalmente no âmbito municipal, onde a merenda escolar é obrigatória para as escolas do ensino fundamental (1ª a 8ª série), não é raro os estudantes do Norte de Minas consumirem refrigerantes e arroz de outras regiões. Enquanto isso, os agricultores locais são obrigados a buscar emprego nos grandes centros por não conseguirem escoar seus produtos, e seus filhos têm negado o direito de conhecer e consumir na escola a rica e farta produção *agri-cultural* da região. De forma direta e objetiva, alguns municípios já começam a acordar para uma nova forma de dinamizar sua economia, integrando produção local e consumo, gerando renda e criando uma imagem favorável com a absorção dos produtos agroecológicos regionais.

Segurança alimentar e nutricional

Às escolas e demais consumidores, a Cooperativa oferece alimentos de qualidade em substituição àqueles com forte teor de insumos químicos e de origem duvidosa, revertendo gradativamente o consumo de açúcar cristal, refrigerantes, suco em pó e óleo de soja por rapadura, mel, suco natural de frutas, polpa e óleo de pequi.

Contratos de venda da Cooperativa Grande Sertão no âmbito do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) [ano 2005]

| Municípios | Consumidores beneficiários | | Produto | Quant. (kg) | Valor (R\$) |
|------------|---|---------|----------------------------|-------------|-------------|
| | Instituições | Pessoas | | | |
| 06 | <ul style="list-style-type: none"> • 21 escolas • 06 creches • 01 hospital • 01 associação comunitária • 01 asilo • 02 Apae | 30.000 | Polpa de fruta | 93.450 | 750.000,00 |
| | | | Rapadura | 26.245 | |
| | | | Óleo de pequi | 2.000 | |
| | | | Mel | 11.500 | |
| | | | Polpa de pequi em conserva | 1.000 | |

Para o ano de 2005, foram encomendados por volta de 130 mil quilos de alimentos para o mercado institucional: creches, asilos, Associações de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae) e escolas, atingindo um público superior a 30 mil pessoas localizadas em Belo Horizonte e em outros seis municípios da região, conforme nos mostra o quadro da página ao lado.

Luta pela terra e reconversão agroecológica

Um grande mérito da Cooperativa Grande Sertão em sua trajetória foi conseguir criar mercado para sabores nativos, que até então eram desconhecidos dos consumidores das cidades, principalmente entre os mais jovens. A partir de então, vem se construindo uma imagem positiva para esses produtos, abrindo novas perspectivas para a agricultura camponesa e criando consciência no público urbano, que começa a dar ressonância às lutas pela preservação da biodiversidade, fato observado em uma ação coletiva que impediu, no ano de 2002, a destruição de uma grande área de reserva, na comunidade do Areião, na cidade de Rio Pardo de Minas, responsável pelo fornecimento de mangaba para a Grande Sertão na safra 2002/2003.

Projeto de reconversão da monocultura do eucalipto.

Cientes do vencimento do contrato de arrendamento de suas terras feito pelo Estado para as empresas reflorestadoras, as comunidades da região do Alto Rio Par-

Foto: Arquivo CAA-NM



Produção artesanal de óleo de pequi,
Comunidade de Água Boa, Rio Pardo de Minas

Um grande mérito da
Cooperativa Grande Sertão em
sua trajetória foi conseguir
criar mercado para sabores
nativos, que até então eram
desconhecidos dos
consumidores das cidades,
principalmente entre
os mais jovens.

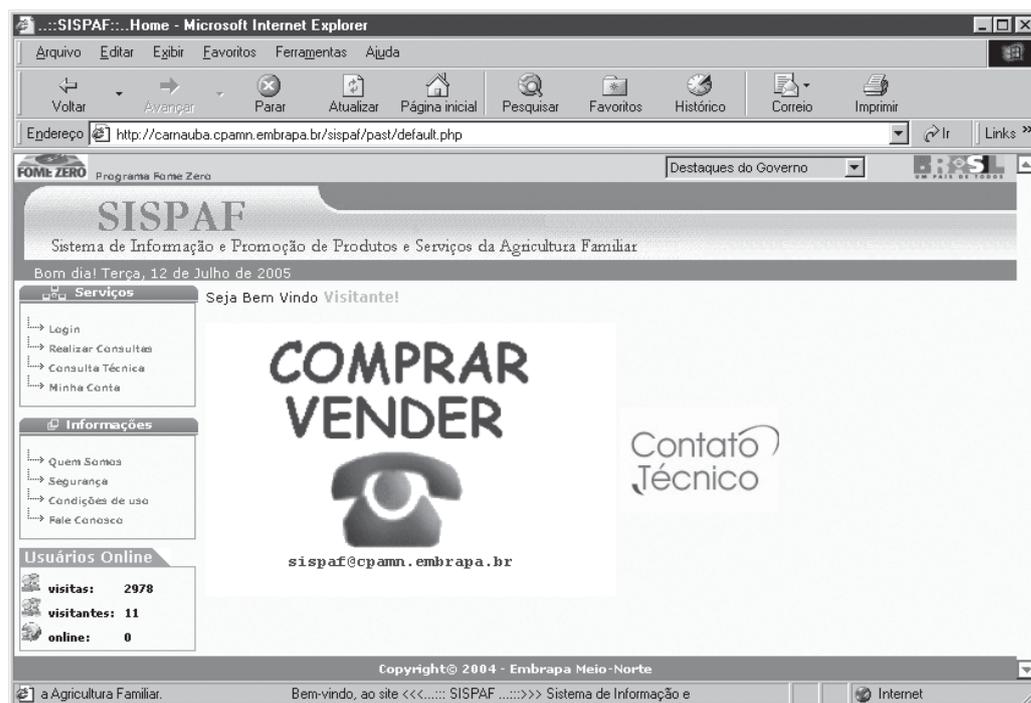
do, com o apoio dos movimentos sociais, se organizam para retomá-las e construir um projeto de reconversão de 10 mil hectares de monocultura de eucalipto na comunidade de Vereda Funda. A Cooperativa Grande Sertão é um parceiro fundamental na concretização desse projeto, atuando como ator responsável por traçar estratégias de viabilização econômica da produção agroecológica das comunidades nele envolvidas. A cooperativa já vem atuando concretamente na região com o beneficiamento da mangaba e do pequi, englobando 25 comunidades e 156 famílias.

Por fim, a Cooperativa Grande Sertão representa uma entidade constituída a partir das populações tradicionais. Até então vistas como sujeitos alvos de políticas compensatórias de amortecimento social, essas populações passam a se posicionar, através da organização Grande Sertão, como atores da construção de uma nova plataforma, cuja base está alicerçada na valorização dos potenciais ecossistêmicos, na revalorização de paisagens camponesas, na reestruturação produtiva dos agroecossistemas e na participação ativa de sujeitos sertanejos.

Dessa forma, além dos produtos agroecológicos, está sendo reinserido nos mercados locais e regionais um projeto de convivência socioambiental e de inclusão social para os cerrados do Brasil. Todavia, a experiência nos ensina que a agroecologia não pode ser vista como estratégia salvadora e redentora para a agricultura e os camponeses. Faz-se necessário inscrevê-la numa engenharia política e organizativa, articulada a instrumentos efetivos e aplicáveis à realidade regional e fundamentada em elementos que rompam com uma visão fragmentada e setorial da agricultura.

***Breno Gonçalves:**
administrador, membro da equipe técnica do CAA-NM

Helen Santa Rosa:
assessora de comunicação do CAA-NM
caa@caa.org.br



SispaF: ferramenta de comércio eletrônico para a agricultura familiar

O Sistema de Informação e Promoção de Produtos e Serviços da Agricultura Familiar (SispaF), instalado no portal da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Embrapa Meio-Norte (www.cpamn.embrapa.br/sispaF), entrou em operação em março de 2004, disponibilizando, gratuitamente, uma base de dados acerca da oferta de produtos alimentícios e artesanais de unidades familiares integrantes de 40 municípios atendidos pelo Programa Fome Zero no estado do Piauí. Entre esses produtos destacam-se o mel, a castanha de caju, mudas de caju, cajuína, car-

Antônio Carlos Reis de Freitas,
Luiz Manoel Silva Cunha, Laurimar
Gonçalves Vendrusculo, Márcio Roberto
Martins Ribeiro, Marcelo Mikio Hanashiro,
Francisco das Chagas Oliveira e Antônio de
Pádua Soeiro Machado*

ne de caprino, doce de leite, farinha de mandioca, feijão, galinha caipira e milho. O Sistema também traz informações sobre a demanda de produtos a serem comprados por instituições do setor público (Companhia Nacional de Abastecimento – Conab, Secretaria do Desenvolvimento Rural – SDR) e privado (distribuidoras, supermercados, restaurantes).

O Sisfaf implementa interfaces para consulta aos dados armazenados, que, para serem recuperados, são classificados segundo produtos, com uma lista predeterminada (cajuína, doce de caju etc); categoria (agricultor, restaurantes, órgãos governamentais etc); ou discriminando um município de interesse. Ao se questionar as informações sobre todos os produtores cadastrados no Sisfaf, o Sistema responde com um relatório agrupado por produtos e os respectivos produtores, onde os mesmos se situam, qual a quantidade disponível, a unidade de venda e o preço unitário, bem como o período de disponibilidade do produto.

A divulgação do Sisfaf junto a diversos segmentos de técnicos e de agricultores familiares do estado do Piauí tem sido realizada por meio de palestras e cursos. Nessas ocasiões, são distribuídos materiais informativos e de divulgação, tais como cartazes, formulários de cadastro, folderes e boletins.

A página do Sisfaf tem mais de 200 usuários cadastrados, entre agricultores familiares, associações, cooperativas, técnicos dos serviços de extensão rural e empresários. Após um ano em operação, foram registrados mais de 2500 acessos, sendo que, em média, há cinco acessos diários e 350 mensais. A comunicação entre gestores e usuários do Sistema funciona por meio de uma lista de e-mails.

Em dezembro de 2004, foi realizada a 1ª Rodada de Negócios do Sisfaf, que teve como vendedores 16 produtores familiares, cinco associações e duas cooperativas, e como compradores dois hotéis, três restaurantes e uma empresa exportadora de mel. Atualmente, a Embrapa Meio-Norte, em parceria com a Embrapa Informática Agropecuária, busca incorporar novas funcionalidades ao Sistema para permitir a execução de processos realizados em sistemas de comércio eletrônico (*e-commerce*). Visa também desenvolver um módulo de funcionamento *standalone* para flexibilizar o uso do Sisfaf em computadores não ligados em rede.

Por fim, a validação do *software* Sisfaf como ferramenta de suporte à gestão da oferta e da demanda de produtos e serviços da agricultura familiar está sendo buscada por meio da implementação do Projeto “Experiências-piloto do SISPAF”, apoiado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA). Com isso, pretende-se capacitar gestores e multiplicadores de sistemas de

informação de mercado; publicar material técnico de apoio; disponibilizar o *software* Sisfaf para organizações de agricultores familiares; e proporcionar o intercâmbio de experiências entre gestores de redes de comercialização.

***Antônio Carlos Reis de Freitas:**
doutor em Desenvolvimento Sustentável,
Embrapa Meio-Norte. carlos@cpamn.embrapa.br

Luiz Manoel Silva Cunha:
mestre em Engenharia de Software, Embrapa
Informática Agropecuária.
luizm@cnptia.embrapa.br

Laurimar Gonçalves Vendrusculo:
mestre em Engenharia Agrícola - Desenvolvimento Rural
Sustentável, Embrapa Informática Agropecuária.
laurimar@cnptia.embrapa.br

Márcio Roberto Martins Ribeiro:
graduado em Sistemas de Informação,
Embrapa Meio-Norte. marcio@cpamn.embrapa.br

Marcelo Mikio Hanashiro:
mestre em Economia, Embrapa Informática
Agropecuária. mikio@cnptia.embrapa.br

Francisco das Chagas Oliveira:
mestre em Fitotécnica, Embrapa Meio-Norte.
oliveira@cpamn.embrapa.br

Antônio de Pádua Soeiro Machado:
mestre em Administração, Embrapa Meio-Norte.
soeiro@cpamn.embrapa.br

Referências:

FREITAS, C. A. R. Desenvolvimento e Expansão do Sistema de Informação e Promoção de Produtos e Serviços da Agricultura Familiar. In: *Embrapa Macroprograma 4 – Transferência de Tecnologia e Comunicação Empresarial*. Edital MDS-PFZ.2005/2006. (Projeto aprovado). Teresina: Embrapa Meio-Norte, 2004.



Foto: Frédéric Kitcher

O setor do feijão na feira de Remígio, PB

Estratégias e práticas de acesso ao mercado das famílias agricultoras do Agreste da Paraíba

Adriana Galvão Freire e
Sílvia Gomes de Almeida*

A emergência nos últimos anos do tema da comercialização nos debates e estratégias definidas pelas organizações da agricultura familiar no Agreste da Paraíba se deu no contexto de um amplo programa de desenvolvimento local fundado na experimentação agroecológica. Como resultado desse programa, o número de famílias praticantes da agroecologia aumentou significativamente. O volume e a diversidade da produção em suas propriedades também foram incrementados. Esse fato reiterou, para as organizações dos agricultores, a ne-

cessidade de experimentar e propor novos padrões de relação da agricultura familiar com os mercados, de forma a garantir condições mais equânimes, estáveis e remuneradoras na venda de seus produtos.

Foi nesse quadro que o Pólo Sindical da Borborema - fórum regional constituído por 16 sindicatos de trabalhadores rurais e diversas associações de agricultores - promoveu uma série de iniciativas de caráter piloto que, progressivamente, se consolidaram e ampliaram: a descentralização da comercialização, com a instituição de "pontos ecológicos" dentro das feiras municipais, permitindo que as famílias possam negociar em seus próprios municípios. Outra iniciativa foi a organização de feiras agroecológicas, uma de caráter local, no município de Lagoa Seca e, outra, com vocação regional, localizada no município pólo de Campina Grande.

Essas iniciativas de estímulo à estruturação de novas relações de mercado, ao mesmo tempo em que expressam uma postura inovadora e propositiva das organizações, trazem novas questões à pauta do debate sobre a organização dos mercados locais e regional e suas interações com a formulação de estratégias e propostas de políticas para a sustentabilidade da agricultura familiar.

Para subsidiar e qualificar o debate, formular propostas e consolidar estratégias de desenvolvimento local sustentável pelo Pólo da Borborema, foi conduzido, em 2004, um estudo¹ participativo sobre os canais tradicionais de comercialização na região. Realizado no município de Remígio, esse estudo teve como preocupação central o entendimento do papel dos mercados locais na reprodução social da agricultura familiar no semi-árido paraibano.

A feira local foi tomada como foco, na medida em que tem sido tradicionalmente o principal espaço de comercialização dos produtos da agricultura familiar nos municípios do Pólo. A feira foi apreendida como um mercado em si, mas também como um polarizador de múltiplos circuitos mercantis e um ponto de convergência de diferentes agentes socioeconômicos e oportunidades de venda de produtos. No entanto, para além de plataforma de relações econômicas, as feiras foram consideradas também como centros de sociabilidade, de troca de conhecimentos e informações, de afirmação de uma cultura produtiva e de consumo, que constituem igualmente elementos integrantes das estratégias de reprodução econômica e social da agricultura familiar na região.

Feira de Remígio

Como em tantas outras feiras espalhadas pelo Nordeste brasileiro, desde o raiar da madrugada, seja de carro, de caminhão ou mesmo a pé empurrando carrinhos-de-mão, os feirantes vão chegando um a um: homens e mulheres, agricultores e agricultoras, vindos de Remígio, das imediações ou de outras cidades.

No chão ou em bancas, em carrinhos ou nas próprias mãos, os produtos vão sendo ordenados por setores, expostos e oferecidos aos consumidores. Sempre um convite a experimentar um novo sabor, a fruta fresca, aquela nativa, a verdura sem veneno, a farinha torrada, a carne seca, o queijo do sertão, as ervas da caatinga, o feijão macassa, o milho pontinha.

A feira é o local onde se compram alimentos que fazem parte do cardápio cultural e os condimentos que dão à comida o tempero e o sabor regionais. Na feira, compram-se também galinha de capoeira, cabra amojada ou boi de cultivador. Compram-se carvão, estacas, palma

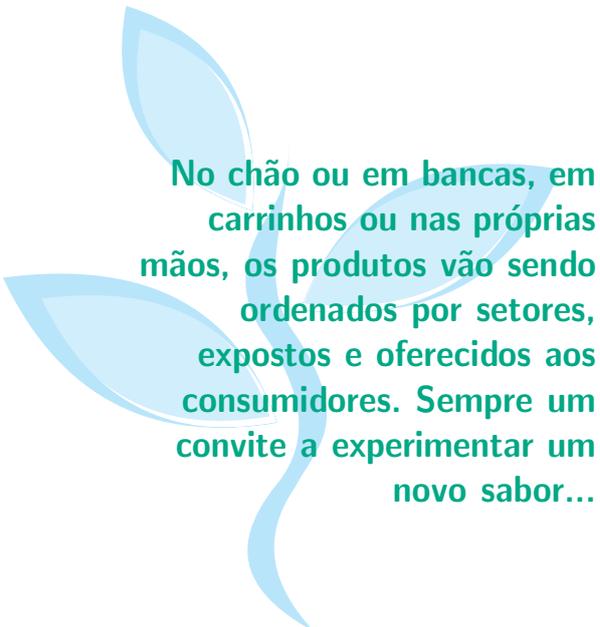
forrageira ou algodão. Na feira, compram-se instrumentos de trabalho, roupas para festa, móveis para casa, utensílios de cozinha, material escolar dos filhos, CDs, tecidos, agulhas e linhas.

Também a pé, a cavalo, de carro, moto ou ônibus, chegam os agricultores e agricultoras consumidores. Chegam de sacolas vazias, com a receita do médico na mão, com mudas de plantas de remédio ou de fruta, com cartas para parentes distantes, mas quase sempre chegam também trazendo ovos, galinhas de capoeira, bodes, jerimum, goma de tapioca, doces, cebolinha branca, macaíba, umbu, feijão de corda e milho verde para vender. Com os produtos, misturam-se aos consumidores da cidade, espalham-se pelos diversos setores, estendem os produtos no chão, aproveitam a banca de um conhecido, ajeitam seus carrinhos-de-mão ou caminham pela cidade para atenderem as encomendas de uma freguesia certa.

Para que as famílias agricultoras possam consumir na feira ou no comércio da cidade, precisam antes vender seus produtos e “fazer o dinheiro”. A estratégia mais comum é a venda de grande diversidade de produtos de época, que são consumidos em casa e também ofertados nos mercados. Localmente, os agricultores e agricultoras chamam tal atividade de “venda-por-produção”.

Vendedores-por-produção

A venda-por-produção é concretizada de inúmeras maneiras. Pode ser realizada nos sítios, para vizinhos e comerciantes-atravesadores, para os “grossistas” que irão revender no atacado ou para os retalhistas que revendem os produtos no varejo. Os agricultores vendem também diretamente aos consumidores nos sítios da vizinhança, na cidade, em restaurantes, bodegas e armazéns, exercitando assim uma estratégia de venda por clientela, o que permite uma entrada certa e periódica de recursos.



No chão ou em bancas, em carrinhos ou nas próprias mãos, os produtos vão sendo ordenados por setores, expostos e oferecidos aos consumidores. Sempre um convite a experimentar um novo sabor...

¹ Esse estudo foi realizado entre maio e setembro de 2004, numa parceria com o CIRAPD – Centre de Coopération Internationale in Recherche Agronomique pour le Développement, França, e UFCG – Universidade Federal de Campina Grande. A pesquisa contou com a contribuição de Frédéric Kilcher.

Na feira, vendem para os feirantes, comerciantes e também para os consumidores diretos.

Na venda-por-produção, em pequena escala, os produtos são ofertados tanto no retalho quanto no grosso. O saco de feijão, milho ou farinha, por exemplo, é levado para ser vendido “na pedra”, setor da feira onde se negocia no atacado.

Quando a venda se dá em maior escala, ela ocorre preferencialmente nos sítios, ambiente em que as famílias revelam se sentir mais à vontade para efetuarem seus “negócios” com os compradores intermediários. São poucos os agricultores e agricultoras que dominam a cultura e as manhas do negócio. Criar um ambiente onde se sintam “seguros” torna-se, portanto, um componente importante para a realização das trocas em condições mais favoráveis.

Além desse componente subjetivo, as famílias podem, nas vendas à porta do sítio, eliminar uma série de riscos e custos adicionais que não teriam condições de incorporar caso decidissem negociar os produtos diretamente na feira. O elevado preço do transporte das mercadorias é um fator limitante, que ainda fragiliza e expõe os agricultores aos compradores, os quais, por sua vez, pressionam para baixo o preço das mercadorias quanto mais precívél for o produto e mais imediata for necessária a sua venda.

Já ao contrário, quando o comprador vai até o sítio, tem-se a garantia e a segurança de que a venda será realizada. Sabem os agricultores que o comprador tem interesse no seu produto e, estando num ambiente co-

nhecido, lhes basta, portanto, negociar preço e condições de pagamento. Mas para tanto, conhecer os preços é condição primeira de se fazer um bom negócio. Os vendedores-por-produção freqüentam, então, a feira municipal todas as semanas a fim de buscar informações sobre os preços atuais. Com amostras do produto, contatam e agendam visitas com os possíveis compradores.

Em relação a alguns produtos, a venda-por-produção é a única alternativa que se apresenta. As frutas, por exemplo. Mesmo que os produtores sejam feirantes, por sua perecibilidade, é necessário combinar sua venda no retalho e no grosso, a feira e a entrega ao intermediário na porta do sítio. E assim muitos o fazem. João Batista, agricultor do sítio Caiana, vende sua produção de laranjas para atravessadores, mas separa um milheiro para vender no “retalho”, na feira de Remígio. Segundo sua avaliação, isso é mais vantajoso financeiramente, na medida em que consegue incorporar à transação o tributo da intermediação, ao mesmo tempo em que reconhece, porém, ser impossível realizar a venda integral da produção na feira local.

Para conseguirem acessar o mercado de forma mais continuada, as famílias desenvolvem estratégias diferenciadas e ajustadas aos ambientes naturais em que vivem. Na região do brejo, ambiente mais úmido, onde as atividades produtivas se estendem ao longo do ano, as famílias organizam a diversidade produtiva em função da sazonalidade para que, de maneira mais permanente, possam ter o que colher e vender. Já na região do agreste, por ser um ambiente cuja inconstância das chuvas se manifesta de forma mais aguda, as famílias que obtiveram sua produção anual satisfatória armazenam o feijão, por exemplo, e o vendem, após separarem a quantidade para consumo, de acordo com suas necessidades, ou ainda têm a chance de esperar por melhores preços. A venda do feijão é, então, escalonada no tempo, para permitir a compra de gêneros que abastecerão a casa: carne, verduras, temperos, café, arroz, macarrão.

Agricultores-feirantes

Na feira de Remígio, cerca de 60% dos feirantes são agricultores familiares. Os agricultores-feirantes participam semanalmente dessa ou de outras feiras, como atividade econômica principal ou complementar, para o sustento da família e o financiamento da produção agrícola. Algumas vezes, famílias ainda muito jovens foram levadas a essa atividade pela necessidade, pela busca por me-



Foto: Frédéric Kitcher

Setor da fruta e verdura, da feira de Remígio, PB

lhores condições de vida, aprendendo a negociar, seja com outros feirantes, seja através dos acertos e erros de feiras passadas.

Não são raras as famílias que iniciaram na feira com a compra de produtos dos vizinhos no “apurado”, ou seja, para pagamento após a venda. Com pouca terra e produção, a família de Boy e Eurídice, do sítio Caiana, teve a chance de se estruturar e comprar o direito de uso do “chão” na feira de Remígio a partir de acordos feitos com vizinhos. Se, por um lado, a compra no “apurado” viabilizou o estabelecimento da família no negócio, ainda que assumindo sozinha o custo de transporte e os riscos da venda, por outro, permitiu o escoamento de produtos de outras famílias que cederam sua produção e que não estavam dispostas a participar da feira.

Os agricultores-feirantes estão presentes em praticamente todos os setores da feira de Remígio, vendendo produtos agrícolas ou não. Nem sempre existe uma relação direta entre o que produzem e o que vendem. Essa associação é mais clara no caso dos agricultores-feirantes do brejo, presentes, sobretudo, no setor da “fruta e da verdura”. Já no caso dos agricultores-feirantes do agreste, a dissociação entre produção própria e produtos postos à venda torna-se mais evidente, reflexo dos próprios sistemas produtivos da região. Apesar de produzirem feijão, milho ou algodão, os agricultores e agricultoras do agreste encontram-se dispersos nas bancas de comida, na venda de carne fresca ou de sol, podendo ainda ser encontrados, nos setores de roupa, mangaio e ervas.

Como atividade econômica regular e complementar à agricultura, há um número significativo de agricultores-feirantes que compra tudo o que é vendido em suas bancas, como o caso das jovens agricultoras Aparecida e Luciana, de Gravatá-Açu. Elas passaram a assumir, no setor das frutas e verduras, a antiga banca de tempero da mãe e, aos poucos, foram substituindo as ervas por produtos comprados em centros de abastecimento (tomate, batata-inglesa, cebola).

As relações de conhecimento e confiança mútua entre os intermediadores comunitários e as famílias agricultoras atuam como uma via de mão dupla: por um lado, facilitam para as famílias a venda de seus produtos nos sítios, local onde estrategicamente preferem comerciar; por outro, viabilizam a participação na feira de novos feirantes.

Foto: Frédéric Kilcher



Setor da fruta e verdura da feira de Remígio, PB

Também na intermediação

São poucos, mas não são raros os agricultores que também se aventuram na intermediação das relações de compra e venda. As relações de intermediação, contudo, se diferenciam pelo tipo de ambiente e de produto, pelo maior ou menor grau de capitalização familiar e pela maior ou menor proximidade das relações sociais estabelecidas, como vizinhança, parentesco, compadrio.

A imagem do atravessador é, geralmente, negativa nas comunidades rurais, apesar de, muitas vezes, a função também ser entendida como necessária pelas famílias. Porém, não raro os próprios agricultores atuam como atravessadores para “completar” suas bancas, para vender no grosso na feira ou para a compra e venda de animais. Mas nesse caso, a natureza das relações tecidas entre uns e outros na vida comunitária faz a diferença.

As relações de conhecimento e confiança mútua entre os intermediadores comunitários e as famílias agricultoras atuam como uma via de mão dupla: por um lado, facilitam para as famílias a venda de seus produtos nos sítios, local onde estrategicamente preferem comerciar; por outro, viabilizam a participação na feira de novos feirantes.

Organização dos mercados e transição agroecológica

Consumidores, vendedores-por-produção, feirantes e intermediários: diversas são as estratégias e as práticas das famílias agricultoras para acessar os mercados.

Ao mesmo tempo em que articulam e permitem a regulação de diferentes circuitos de comercialização, as feiras comportam e mesmo estimulam o exercício de uma grande variedade de papéis, de inserções econômicas e de práticas comerciais com forte função de complementaridade para as economias familiares.

Uma única família, por exemplo, pode ser vendedora-por-produção para um determinado produto e feirante para outros dos quais sequer é produtora. Da mesma forma, pode assumir-se como feirante e vendedora-por-



Foto: Frédéric Klicher

O setor feijão na feira de Remígio, PB

produção para um único produto. Grande parte dos agricultores e agricultoras de Remígio tem a venda-por-produção como atividade econômica permanente. Para efetivarem suas vendas, realizarem suas compras e viabilizarem seus projetos pessoais e familiares, buscam nas feiras ambientes econômicos mais abertos e flexíveis, circuitos mais localizados e transparentes, e maior capacidade interativa com outros agentes da comercialização. Assim, podem colocar, através de distintos circuitos, a qualquer tempo e em quantidades variáveis (mesmo muito pequenas), a diversidade de seus produtos.

A contra-corrente dessa configuração mais permeável e menos estruturada de organização, as políticas públicas dominantes, agentes privados e, mais recentemente, algumas organizações de cooperação para o desenvolvimento têm fomentado a modernização produtiva da agricultura familiar (via investimentos e tecnologia), conjugada a um modelo de integração aos mercados que privilegia a especialização da produção em cadeia direcionada a mercados estruturados, segmentados e distantes. A busca de soluções estritamente mercadológicas, ainda que à custa de pesados subsídios, tanto mais para uma agricultura de alto risco como a do semi-árido, tem levado a frustrações e impasses frequentemente associados ao aumento dos riscos de decomposição técnica, econômica e social dos sistemas familiares.

A periódica ocorrência de secas, os limitados recursos de terra e capitalização e a ausência de mecanismos públicos de regulação da renda enfatizam, no caso da agricultura familiar do semi-árido, estratégias de desenvolvimento fundadas na limitação dos riscos, na estabilidade e autonomia técnica e econômica, bem como na preservação da segurança alimentar das famílias agricultoras, tanto na esfera da produção como da comercialização. A diversificação da produção tem sido o elemento central dessas estratégias de reprodução socioeconômica. Sua efetividade requer igualmente que se mantenham abertos espaços diversificados de comercialização, a partir dos quais as famílias constroem estratégias próprias e nos quais exercitam múltiplas práticas de escoamento de seus produtos. Em outras palavras, a sustentabilidade da inserção dos sistemas familiares nos mercados locais se fundamenta na oferta e na venda da diversidade produtiva.

Desse ponto de vista (e ainda que as feiras sejam também estruturas de reprodução de diferenciações sociais, de relações de exclusão e de dependência econômica), elas apontam para modelos de relações sociais e de organização dos mercados fundados no estabelecimento de conexões equilibradas e sustentáveis entre os sistemas produtivos familiares e a esfera da comercialização dos produtos. A efetivação e a permanência dessas conexões demandam, nos distintos territórios, a implementação de políticas pertinentes que resgatem, aperfeiçoem e regulem relações de mercado fomentadoras da diversidade produtiva dos sistemas familiares; que reduzam as barreiras à entrada das famílias nos espaços físicos e nos circuitos econômicos de troca direta; que garantam a transparência das relações e o acesso às informações e a participação dos agricultores nos mecanismos sócio-econômicos e institucionais de formação de preços; e, finalmente, que defendam e revitalizem os valores culturais que, por meio dos mercados de proximidade, dinamizam os vínculos entre a diversidade produtiva e os hábitos de consumo das populações da região.

Enfocados desse ponto de vista, os mercados locais e, no caso, as feiras tradicionais podem vir a constituir potentes instrumentos de suporte a processos massivos de transição agroecológica no semi-árido. O estudo realizado pelo Pólo da Borborema e os debates que dele decorreram evidenciam que repensar as feiras numa dimensão de sustentabilidade é, simultaneamente, um caminho fecundo e um desafio colocado à capacidade propositiva e de gestão política das organizações da agricultura familiar do Agreste paraibano.

***Adriana Galvão Freire:**
assessora técnica da AS-PTA
adriana@aspta.org.br

Sílvio Gomes de Almeida:
diretor executivo da AS-PTA
aspta@aspta.org.br

Resgatando a cultura alimentar em Andhra Pradesh

Michel Pimbert*

Pequenos agricultores e habitantes das cidades do distrito de Medak, em Andhra Pradesh, Índia, estão resgatando a cultura alimentar local de uma maneira muito peculiar.

Produtores orgânicos e que trabalham com agricultura de baixos insumos externos - vindos dos rincões mais pobres e marginalizados do meio rural - estão, juntamente com consumidores das cidades, identificando necessidades em comum e construindo elos entre esses dois grupos, em geral situados em lados opostos. A Sociedade para o Desenvolvimento Deccan (*Deccan Development Society - DDS*), uma ONG local, possibilitou o processo de capacitação e ação que levou à recente criação de uma cooperativa de produtos orgânicos e à abertura do *Café Étnico*.

O *Café Étnico* é um restaurante familiar, na cidade de Zaheerabad, a 100 km de Hyderabad, onde a comida é saudável, nutritiva e muito saborosa. Os grãos servidos não levam nenhum tipo de produto químico, sendo cultivados naturalmente por meio do manejo orgânico. O menu oferece uma variedade de pratos deliciosos e exóticos, à base de milho, sorgo e cereais, todos altamente nutritivos. Nunca existiu um restaurante como esse em Andhra Pradesh. Ele oferece um ambiente onde as pessoas podem redescobrir o valor do alimento local, ao mesmo tempo em que representa para os agricultores uma demanda garantida de sua produção, e a preços justos. À medida que alimentos há muito esquecidos são trazidos de volta à mesa do consumidor urbano, a biodiversidade é preservada e chega a ganhar mais espaço entre cultivos particulares e terras de uso coletivo.

A loja orgânica

Essa loja foi criada por uma cooperativa, que teve início em 1999 pelas mãos de mulheres filiadas a sangmans (como são chamadas as associações locais) e que vivem em 70 vilas ao redor de Zaheerabad. Esse mer-

cado local foi criado para beneficiar as famílias pobres e tem como objetivos:

- proporcionar um comércio seguro e estável para a venda do excedente da produção dos pequenos e empobrecidos agricultores das vilas;
- livrar esses mesmos produtores do domínio dos atravessadores;
- chamar a atenção para a rica diversidade dos grãos tradicionais, cujo consumo vem decaindo;
- estimular o cultivo orgânico de produtos tradicionais, ao criar meios que facilitem a comercialização para os produtores;
- convencer a população rural a deixar de usar o arroz e trigo subsidiados no lugar de seus grãos tradicionais altamente nutritivos;
- conscientizar os habitantes das vilas, assim como os das áreas urbanas, do valor nutritivo dos alimentos tradicionais orgânicos;
- tornar disponíveis grãos e outros artigos essenciais para as comunidades pobres rurais, que não têm condições de pagar os preços dos produtos do mercado urbano.

Essas iniciativas, promovidas por agricultores e pessoas das cidades que buscam restituir sua biodiversidade e economia, fazem parte de uma pesquisa que leva o nome de "Sustentabilidade de sistemas alimentares, biodiversidade agrícola e práticas de subsistência locais", feita em parceria pela DDS e pelo Instituto Internacional para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (IIED).

Experiências como essas contribuem para a garantia do direito à soberania alimentar local e, portanto, estão baseadas nos princípios de diversidade, descentralização, capacidade de adaptação e formas mais diretas de democracia.

*diretor do Programa de Agricultura Sustentável e Práticas Rurais de Subsistência, do Instituto Internacional para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (IIED), Londres, Inglaterra.
michel.pimbert@iied.org
www.diversefoodsystem.org • www.ddsindia.com

Bolsas artesanais do vale do Bajo Mayo: uma iniciativa bem-sucedida de beneficiamento do algodão nativo

Elizabeth Saint-Guily*

No estado de San Martin, na floresta alta do Peru, os pequenos agricultores do vale do Bajo Mayo cultivam a variedade “áspero” do algodão, de fibras curtas e que apresenta as cores branca ou parda (marrom). O cultivo é feito por intermédio de um sistema tradicional de roça-corte-queima em encostas. As árvores são cortadas e a vegetação é queimada para preparar o terreno onde o algodão é plantado, em consórcio com o milho, feijão, banana-da-terra e frutas, por cerca de dois anos. O algodão é a principal fonte de renda das famílias. Os outros cultivos são destinados sobretudo ao autoconsumo. Agrotóxicos não são utilizados por questões econômicas e culturais. Trata-se, portanto, de uma agricultura de baixos insumos externos.

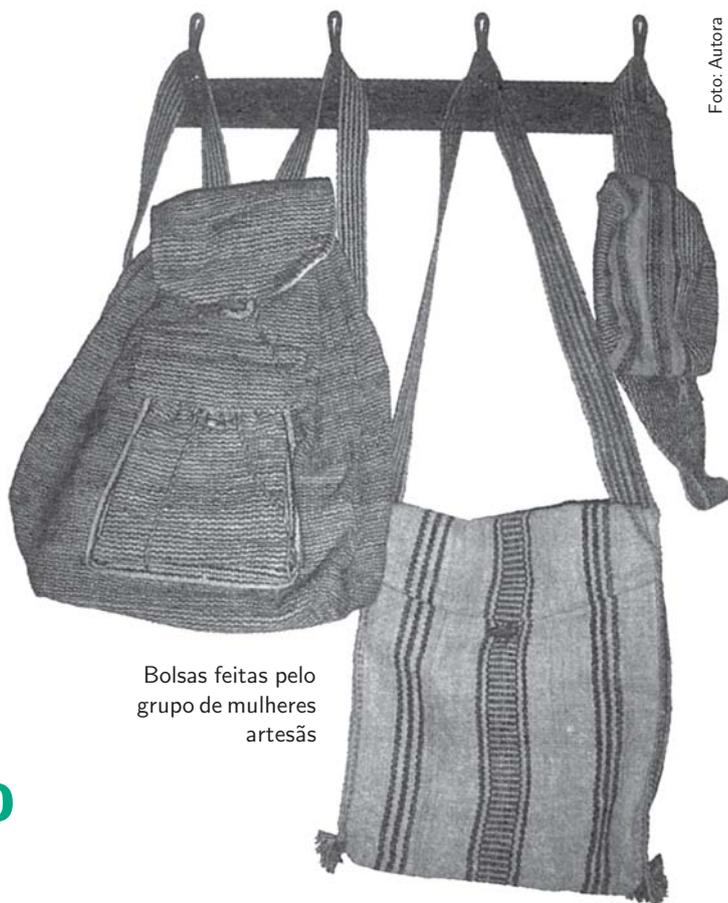


Foto: Autora

Bolsas feitas pelo grupo de mulheres artesãs

As mulheres tradicionalmente fiam e tecem o algodão para fazer faixas (usadas para carregar objetos nas costas ou como apoio na frente), bolsas retangulares e roupas. Há anos que diversas empresas peruanas compram o algodão branco para comercializá-lo no mercado interno de fibras curtas (para uso medicinal, em colchões etc). Já o algodão pardo não encontrava compradores, até que, nos anos 90, algumas empresas estrangeiras chegaram à região particularmente interessadas, desde que ele estivesse certificado como orgânico. Pagaram os custos da certificação e



Foto: Autora

Mulher da comunidade de Solo (Lamas, Peru) fiando o algodão de sua roça com o *chuk-chuk* (fuso).

organizaram a assistência técnica, em parceria com o Centro de Desenvolvimento e Pesquisa da Floresta Alta (Cedisa), uma ONG que trabalha na diversificação dos cultivos e das fontes de renda dos pequenos agricultores locais.

A flutuação dos preços do algodão no mercado internacional, no entanto, torna o sistema instável. Há épocas em que as empresas deixam de comprar o algodão pardo orgânico, o que prejudica os produtores. Isso porque, embora se fale em “responsabilidade social” de negócios envolvendo certificação orgânica, as empresas não podem assumir com muita antecedência o compromisso de comprar a produção, sendo os pedidos feitos de ano em ano. Para resolver esse problema, é necessário buscar alternativas de mercado para o algodão pardo que garantam rendimentos de médio e longo prazo para os pequenos agricultores.

No vale do Bajo Mayo existe uma iniciativa de valorização econômica do algodão que vem sendo desenvolvida paralelamente: a fabricação artesanal de bolsas e mochilas, com tecido tradicional de algodão pardo e branco feito à mão, mas com um estilo mais urbano e diversificado. As bolsas femininas, as mochilas de carregar nas

No vale do Bajo Mayo existe uma iniciativa de valorização econômica do algodão que vem sendo desenvolvida paralelamente: a fabricação artesanal de bolsas e mochilas, com tecido tradicional de algodão pardo e branco feito à mão, mas com um estilo mais urbano e diversificado.

costas ou na frente e outras peças feitas por encomenda são vendidas no mercado turístico local e nas lojas de Tarapoto e Lamas, cidade considerada o centro da cultura nativa da região. Esses produtos também são exportados para a Europa por meio de contatos particulares. O negócio, embora de pequena escala, é muito rentável e possibilita a agregação de valor à produção local de algodão e ao trabalho artesanal do grupo de mulheres, constituindo um exemplo de beneficiamento pós-colheita que se apresenta como uma alternativa interessante diante da instabilidade do mercado orgânico mundial.

Essa produção não surgiu como resultado de um programa de desenvolvimento. Ela é fruto do esforço empreendido pela população local. Trata-se de uma experiência em pequena escala, que teve como fator fundamental para o seu sucesso a sinergia entre tecnologia tradicional e adaptação do estilo dos modelos ao gosto da demanda turística. O levantamento de diferentes alternativas de comercialização, locais ou internacionais, também foi de grande importância.

Os projetos de desenvolvimento podem se inspirar nesse tipo de iniciativas, mas devem ter em mente que o principal segredo para o sucesso está em manter uma produção em pequena escala, que oferece maior flexibilidade e menor risco, obtendo resultados que muitas vezes a rede de comercialização de produtos orgânicos certificados para exportação não consegue atingir.

**Elizabeth Saint-Guily:
mestranda em Sociologia do
Desenvolvimento Rural,
Universidade de Wageningen, Holanda
esaintguily@yahoo.fr*

Foto: Autora



Menina da comunidade de Solo cultivando sua roça de milho e algodão

Foto: Autora



Jovens selecionando o algodão colorido orgânico

Publicações



Projeto Frutos do Cerrado. Novo rumo para o desenvolvimento regional.

LEROY, Jean-Pierre; TOLEDO, Grayton Tavares. Brasília: PDA, 2001. 128p., il., tab., graf., foto. (Experiências PDA, 1)

Relato da experiência da Rede Frutos do Cerrado. A Rede é formada por agricultores e índios, com o objetivo de defender as florestas tropicais em contraposição à expansão da soja e da pecuária extensiva de exportação. Esse projeto é um programa piloto criado a partir da união de vários povos em defesa das florestas tropicais brasileiras e pretende construir novas alternativas econômicas sustentáveis para a região.



Local harvest: delicious ways to save the planet

SELINCOURT, Kate de. Londres: Lawrence e Wishart, 1997. 229p.

Aborda os benefícios alcançados pelo consumo de alimentos produzidos por pequenos agricultores.

Explica como esses produtos locais são mais saudáveis, saborosos e baratos que os comprados em supermercados. Destaca as vantagens ambientais dessas plantações diversificadas e não-intensivas, que não necessitam de transporte, pois são produzidas, comercializadas e consumidas localmente.



Negócios para Amazônia sustentável

Rio de Janeiro: MMA, 2003. 183p.

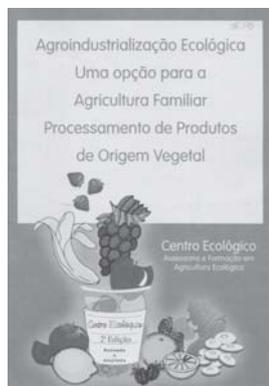
Reunião de inúmeras experiências orientadas para a garantia da sustentabilidade ecológica e econômica de comunidades indígenas, pequenos produtores, seringueiros e castanheiros da Amazônia. Apresenta a arte e cestaria indígena, o artesanato de sementes e fibras vegetais, a castanha do Brasil, as formas sustentáveis de exploração do eco-turismo, as novas alternativas para a borracha nativa, a produção de produtos fitoterápicos e cosméticos, produtos gastronômicos, além de serviços e entidades de assessoria.



Les marchés mondiaux des fruits et légumes biologiques. Opportunités pour les pays en développement dans la production et l'exportation des produits horticoles biologiques.

LIU, Pascal et al. Roma: FAO/CCI/CTA, 2001. 347p.

Coletânea de informações sobre o desenvolvimento do mercado hortícola e o comércio mundial de frutas e legumes orgânicos. Expõe as condições regulamentares de produção e exportação desses produtos para os principais mercados.



Agroindustrialização ecológica. Uma opção para a agricultura familiar: processamento de produtos de origem vegetal.

Rio Grande do Sul: Centro Ecológico Ipê, 2001. 64p., tab., fotos.

Apostila elaborada pelo Centro Ecológico a partir de experiências junto aos agricultores ecológicos. Descreve as características da agroindústria ecológica como uma opção para os agricultores familiares aumentarem sua renda. Apresenta normas gerais para a construção das agroindústrias de pequena escala. Contém receitas de doces, conservas, sucos, além das exigências para comercialização dos produtos.



Tradicional foods: processing for profit

FELLOWS P. (ed.). Londres: Intermediate Technology Publications, 1997.

Manual sobre processamento de alimentos tradicionais da Ásia, África e América Latina. O livro é de interesse não somente para aqueles que se dedicam ao processamento em pequena escala, como também para aqueles que apóiam programas centrados em iniciativas locais, para agências de cooperação e para estudantes de ciências de alimentos e de disciplinas relacionadas.



Esverdeando a Amazônia: comunidades e empresas em busca de práticas para negócios sustentáveis.

ANDERSON, Anthony; CLAY, Jason (orgs.). São Paulo: Peirópolis; Brasília: IIEB-Instituto Internacional de Educação do Brasil, 2002. 202p.

Coletânea de artigos sobre experiências de produção e comercialização de produtos da floresta amazônica. Os estudos apresentados foram realizados durante o período de 1995 a 1996, entre eles destacam-se: a parceria entre a Body Shop e os índios Kayapós da aldeia de A-Ukre, situada na bacia do rio Xingu; outra parceria entre uma grande companhia e uma comunidade indígena surgiu entre a Aveda Corporation, firma com sede nos EUA que produz cosméticos com base em produtos naturais, e os índios Yawanawás, habitantes do estado do Acre; o Projeto Reça, que focaliza a produção do cupuaçu; e a ASSEMA, que centra seu empreendimento no processamento dos frutos da palmeira babaçu colhidos em povoamentos silvestres.

***Todas as publicações estão disponíveis para consulta no Centro de Informação da AS-PTA.**

Páginas na internet

www.conab.gov.br



Página da Companhia Nacional de Abastecimento - Conab, empresa pública vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, encarregada de gerir as políticas agrícolas e de abastecimento preservando os mecanismos de mercado. Contém informações sobre o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), cujo objetivo é incentivar a agricultura familiar. Apresenta dados sobre safras, armazenamento da produção agrícola nacional e indicadores agropecuários. Oferece acesso à legislação, às publicações e a outras páginas pertinentes ao tema.

www.itdg.org.pe



O Serviço de Informação Técnica - ITDG é formado por uma equipe de cooperação técnica internacional que trabalha junto às populações mais desfavorecidas, buscando soluções práticas mediante o uso de tecnologias apropriadas. Entre suas atividades está o programa Sistemas de Produção e Acesso a Mercados – SIDAM, que visa incrementar a participação dos pequenos produtores no mercado. A página oferece informações técnicas e de desenvolvimento gratuitamente. Disponibiliza a consulta ao Centro de Documentação, com mais de 6000 documentos e 100 títulos de periódicos sobre tecnologias apropriadas e desenvolvimento sustentável. Contém também informações sobre cursos nesses temas. Somente disponível em espanhol.

<<http://www.postharvest.org>>

www.capina.org.br



A CAPINA - Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa, sociedade civil sem fins lucrativos, tem como objetivo dar suporte a empreendimentos populares baseados na economia solidária, trabalhando com diversos grupos sociais como cooperativas de agricultores familiares, sindicatos, organizações indígenas, organizações não-governamentais. Atua nos campos de administração, gestão da produção, comercialização, crédito e educação para o trabalho. A página contém informações sobre cursos relevantes e publicações da instituição sobre esses temas.

www.ecovida.org.br



A Rede de Agroecologia ECOVIDA é uma ONG composta por agricultores familiares, técnicos e consumidores comprometidos com o desenvolvimento da agroecologia, com o intuito de estimular o trabalho associativo na produção e consumo de produtos ecológicos. A página possui um banco de dados com informações sobre a Rede. Existe espaço destinado a oferta e a procura de produtos ecológicos, insumos, sementes e equipamentos agrícolas.

www.pos-colheita.com.br/

Página mantida pela Universidade Federal de Viçosa - UFV, especializada em processos pós-colheita. Tem como foco as soluções alternativas para se produzir com qualidade e rentabilidade. Disponibiliza publicações e videocursos sobre o tema, sendo que parte desse material tem acesso gratuito. Oferece manuais, boletins técnicos e consultoria on-line sobre o assunto.

Julho

V Encontro Ampliado da Rede Ecovida

Data: 26 a 28 de julho

Local: Praia Grande, SC.

Informações: Silvana Ferrigo, silvanaferrigo@ecovida.org.br

O tema do evento será Soberania Alimentar. Espera-se o comparecimento de aproximadamente 1.000 pessoas, em sua maioria agricultores e agricultoras. O encontro terá cerca de 40 oficinas para trocas de experiências. Paralelamente ocorrerá a Feira de Saberes e Sabores.

IV Encontro e Feira dos Povos do Cerrado e Grito do Cerrado

Data: 14 a 18 de setembro

Local: Montes Claros, GO.

Informações: www.redecerrado.org.br

A Rede Cerrado de ONGs congrega instituições da sociedade civil que atuam na promoção do desenvolvimento sustentável e na conservação do Cerrado. O objetivo do encontro é socializar e sistematizar experiências, visando a identificação de projetos e propostas para o Cerrado. O evento terá início com apresentação das "Propostas Pró Cerrado". Haverá também uma feira de produtos produzidos pela população local.

II ERA - Encontro Regional de Agroecologia da Amazônia

Data: 27 a 30 de setembro

Local: Cuiabá, MT.

Informações: GNTA gtna@terra.com.br

O encontro visa marcar um posicionamento político contrário ao atual modelo de desenvolvimento e dar visibilidade aos processos e construção de alternativas sociais, econômicas e ambientais, baseadas em princípios da agroecologia na Amazônia. O evento quer ressaltar os impactos negativos dos grandes projetos agropecuários na região e dar visibilidade ao avanço das iniciativas agroecológicas. Espera-se também elaborar as diretrizes de um Plano Agroecológico Amazônico. Está prevista a participação de aproximadamente 500 pessoas, representando os estados do Mato Grosso, Tocantins, Maranhão, Pará, Amapá, Roraima, Amazonas, Rondônia e Acre.

XI Flora - Feira de Produtos da Floresta

Data: setembro

Local: Rio Branco, AC.

Informações: www.pesacre.org.br/portugues/trabalho.htm

Organizada por instituições governamentais e não-governamentais, a feira é realizada anualmente contando com a participação das populações tradicionais da Amazônia (colonos, seringueiros, ribeirinhos e índios). O evento tem uma programação diversificada, como: exposição de produtos, seminário, rodada de negócios, atividades culturais, comidas típicas e oficinas de beneficiamento. O objetivo é promover a divulgação do potencial da floresta amazônica, expondo produtos, tecnologias e pesquisas que levam em consideração os valores sociais, econômicos e culturais dos povos da floresta, viabilizando a comercialização de seus produtos.

III Congresso Brasileiro e III Seminário Estadual de Agroecologia

Data: 17 a 20 de outubro

Local: Centro de Eventos da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC.

Informações: www.agroecologia2005.ufsc.br

O Congresso terá como tema "A sociedade construindo conhecimentos para a vida". Colocará em discussão temas relacionados à educação agroecológica, acesso a mercados e comercialização, produção animal e vegetal, ecosocialismo, homeopatia, pesquisa, ensino e extensão em agroecologia e certificação. Haverá debates com organizações de consumidores, visando aproximar produtores e cidadãos urbanos, tendo como enfoque a qualidade e a saúde dos alimentos orgânicos. Além da apresentação de trabalhos originais, serão apresentadas mesas-redondas e oficinas. Barracas com culinárias regionais, estações culturais, artesanatos e relatos de experiências de agricultores farão parte do evento.

Setembro

Outubro

Lançado diagnóstico sobre informações em agroecologia

A Rede de Informações Agroecológicas da Amazônia, RIAA, vinculada à Articulação Nacional de Agroecologia - ANA, está realizando um diagnóstico junto a instituições situadas na Amazônia brasileira que desenvolvem atividades ligadas à Agroecologia. Essa iniciativa pretende verificar com que temáticas trabalham, como funcionam os sistemas de informação e comunicação, que demandas têm essas entidades; e se têm interesse em participar da Rede. O objetivo da RIAA é democratizar informações sobre agroecologia, buscando, disponibilizando e armazenando todo tipo de informação que tenha ligação com a temática, difundindo e valorizando os conhecimentos construídos pelas instituições. Deve-se responder a um questionário e enviar exemplares de materiais de comunicação. Ao final do diagnóstico, será lançada uma publicação com os principais resultados. Serão também realizados seminários em diversos estados da Amazônia para consolidar a construção da RIAA e capacitar os participantes a utilizar o sistema de comunicação da Rede. Informações poderão ser obtidas pelo telefone (65)223-4461 ou com Daniela de Oliveira Danieli - GTNA - Grupo de Assessoria em Agroecologia na Amazônia • Tel. (65) 223-4461 • E-mail: riaa@terra.com.br

Divulgue suas experiências nas revistas Leisa

Convidamos pessoas e organizações do campo agroecológico brasileiro a divulgarem suas experiências na *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia* (edição brasileira da revista Leisa), na Leisa Latino-Americana (editada no Peru) e na Leisa Global (editada na Holanda). Veja nesta página as temáticas dos próximos números e as respectivas datas-limite para o envio dos artigos. Abaixo você encontra as instruções para a elaboração dos artigos.

Próximo número (v. 2, nº 3)

Tema: *Economia da produção familiar agroecológica*

Há claras evidências de que a rápida expansão da produção familiar de base agroecológica, no Brasil como em outros países, está fundamentalmente associada aos impactos econômicos positivos alcançados pelas famílias produtoras na sustentabilidade de seus sistemas produtivos. Faltam, no entanto, sistematizações e estudos que confirmem maior consistência a essas evidências, concorrendo simultaneamente para sensibilizar novos praticantes da agroecologia e para alavancar debates, propostas e medidas de fomento no âmbito das políticas públicas.

Os conceitos e instrumentos de análise da economia agrícola convencional - fundados no enfoque reducionista da relação monetária custo-benefício - têm sido incapazes de apreender e dar conta do caráter complexo e sistêmico das atividades e fluxos diversos que dinamizam as economias da produção familiar ecológica. Esses sistemas cumprem funções econômicas diferenciadas, onde as estratégias de otimização da renda se interconectam, dentre outras dimensões, com a diversidade pro-

ductiva, fluxos monetários e não-monetários de produção e consumo, complementaridades técnicas internas, formas de cooperação social geradoras de economias externas, serviços ambientais, traços culturais e conhecimentos, que são parte integrante de suas estratégias de reprodução econômica.

Este número da revista dedicado à "Economia da produção familiar agroecológica" publicará artigos que, a partir de experiências concretas, apresentem e discutam os impactos econômicos das práticas agroecológicas sobre sistemas familiares de produção e, ao mesmo tempo, proponham enfoques e instrumentos de análise econômica ajustados às características peculiares desses sistemas.

Os artigos poderão ter como foco experiências tomadas em seu conjunto ou aspectos relevantes das economias, como o manejo produtivo, as estratégias de geração de renda, a gestão dos recursos (organização do trabalho, gestão financeira etc.), a inserção das economias familiares nos processos de desenvolvimento local etc.

Datas-limite para o envio dos artigos:
12 de agosto (Revista Latino-americana)
15 de agosto (Revista Agriculturas)

Chamada de artigos para o v. 2, nº 4

Tema: *Pequena criação nos sistemas produtivos familiares*

Pequenos animais integram os sistemas familiares de produção exercendo diferenciadas funções econômicas, ecológicas e sócio-culturais. De forma geral, essas funções são negligenciadas pelos programas convencionais de desenvolvimento rural. Quando é focado por esses programas, o pequeno criatório tende a ser abordado a partir de uma perspectiva técnico-econômica voltada para a maximização dos resultados produtivos, o que em geral implica na sua forte dependência de insumos externos aos agroecossistemas. Em programas de desenvolvimento da produção familiar orientados pelo enfoque agroecológico, a criação

dos pequenos animais depende essencialmente da reciclagem interna de recursos do próprio agroecossistema. Os processos de inovação no subsistema da pequena criação têm sido efetivos estimuladores da participação pro-ativa de mulheres e jovens tanto no âmbito das famílias, quanto no das comunidades rurais envolvidas em dinâmicas sociais de experimentação agroecológica. Este número das revistas Leisa enfocará, sob esse prisma, iniciativas de famílias, grupos e organizações envolvidos com o manejo agroecológico da pequena criação.

Datas-limite para envio dos artigos:
31 de outubro (Revista Agriculturas)
4 de novembro (Revista Latino-americana)

Instruções para a elaboração dos artigos

- Os artigos deverão descrever e analisar experiências concretas, procurando extrair delas ensinamentos que possam servir de inspiração para outros grupos envolvidos com a promoção da Agroecologia. Solicita-se que os artigos não sejam elaborados em formato de relatório institucional.
- Os artigos devem ter uma extensão de 1, 2 ou 3 laudas de 2.100 toques (30 linhas x 70 toques por linha). Artigos que extrapolem essas dimensões não serão analisados.
- Os artigos deverão vir acompanhados de duas ou três ilustrações (fotos, desenhos, gráficos), com indicação dos seus autores (fotógrafo, artista gráfico etc) e com as respectivas legendas. Todo material gráfico será devolvido aos autores(as) após a edição da Revista. Se o material gráfico for enviado em formato digital, solicitamos que os arquivos estejam com extensão JPEG de, no mínimo, 350 dpis para uma ilustração *escaneada* e uma dimensão lateral de, no mínimo, 15 cm.

- A citação de nomes comuns de plantas e/ou animais deve vir acompanhada do respectivo nome científico. Siglas devem vir acompanhadas de seu significado.
- Caso julgue necessário, o editor da revista poderá propor uma edição do artigo ou uma solicitação de informações complementares aos autores(as). Quaisquer alterações propostas serão submetidas à aprovação dos autores(as) antes da publicação.
- Os autores(as) deverão informar seu endereço (postal e/ou eletrônico) de forma a facilitar eventuais contatos diretos de leitores interessados em conhecer mais a respeito das experiências apresentadas.
- As citações bibliográficas não deverão exceder ao número de 4 (quatro).
- Os editores se reservam o direito de decidir pela publicação ou não do artigo enviado.
- Caso o(a) autor(a) solicite, a *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia* poderá contribuir com o valor de R\$ 200,00 para a cobertura de eventuais custos de elaboração do artigo publicado.