



A Economia Globalizada x A Produção da Agricultura Familiar no Brasil – Uma Estratégia de Acesso ao Mercado

1. CONTEXTO E ANTECEDENTES

Uma das raízes do baixo desenvolvimento econômico de muitos países do hemisfério sul pode ser explicada através das práticas de comércio mundial existentes. Para equilibrar a sua balança de pagamentos, a maioria destes países depende da exportação de matérias-primas. Enquanto os preços destas matérias-primas decrescem no mercado mundial, os preços dos bens que são importados dos países industrializados aumentam. Além disso, os preços no âmbito do mercado mundial são altamente instáveis. As principais vítimas dessas variações são, em geral, os trabalhadores assalariados e os produtores familiares, os quais não possuem o capital suficiente para sobreviver durante as épocas de crise. Nos casos onde o acesso direto ao mercado é inexistente – a maioria – os produtores familiares dependem de intermediários para a comercialização dos produtos, tendo como consequência preços ainda mais baixos.

É consenso hoje que a globalização da economia não conseguiu ampliar as oportunidades de acesso aos bens e serviços gerados pela sociedade. Muito menos contribuir para a inserção das populações mais pobres no processo de desenvolvimento. As políticas de abertura comercial dos países do Sul foram implementadas sem nenhuma reciprocidade. Os processos de exclusão social continuam a se reproduzir e até se intensificaram.

Os agricultores familiares são uma das parcelas da sociedade mais duramente atingida pelos efeitos da globalização. Prova disso é que a esmagadora maioria dos pobres do mundo está no meio rural. A situação é tão dramática que o combate à pobreza rural passou a ser uma das principais prioridades das agências e organismos multilaterais.

Entretanto, o êxito na redução da pobreza rural está limitado pelas dificuldades que os agricultores familiares encontram para se inserir num mercado cada vez mais globalizado e competitivo. Apesar do discurso de apoio a processos sustentáveis de desenvolvimento, a maioria dos países do Norte continua estabelecendo barreiras tarifárias e não tarifárias ao ingresso dos produtos agrícolas dos países do Sul, assim como, mantendo altos subsídios para a sua produção interna.

Conscientes dessa situação, diversas organizações comprometidas com a construção de um comércio ético e solidário estão procurando concretizar outras relações entre produtores e consumidores que possam se constituir em caminhos que contribuam para a solução desses problemas. O foco é estabelecer processos de distribuição que possibilitem a efetiva apropriação dos excedentes por parte de quem os produziu. As ações definidas não são realizadas com base em doações, mas sim, viabilizando as ferramentas necessárias para tornar possível uma vida mais digna, com autonomia e sustentabilidade. Partir do atendimento às necessidades básicas do produtor até o momento em que o mesmo possa ter acesso a uma renda mínima garantida, visando sempre o desenvolvimento sustentável, solidário e equilibrado.

No caso do Brasil, a falta de acesso aos mercados é um fator que inibe o pleno desenvolvimento das comunidades rurais apoiadas. Apenas algumas poucas que conseguiram superar essa dificuldade foram capazes de estabelecer processos sustentáveis de geração e apropriação de excedentes, de modo a acumular a poupança necessária para gerar mudanças significativas na sua qualidade de vida.

Apesar de promissoras e animadoras, essas experiências ainda são muito localizadas e não conseguem se afirmar enquanto uma alternativa concreta para a inserção não subordinada da agricultura familiar nos mercados locais, regionais, nacional e internacional. É necessário ampliar esse processo, de modo a impactar significativamente o contexto agrário brasileiro.

Objetivando viabilizar um projeto de acesso ao mercado para inserção da produção da agricultura familiar do Brasil no mercado global, a direção da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura, apresentou em setembro de 2001, uma proposta ao Banco Mundial.

Foi acordado dar início a um projeto experimental em alguns estados da região Nordeste – Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí – incluindo os beneficiários de projetos financiados pelo Banco Mundial, através das Unidades Técnicas Estaduais dos Projetos de Combate à Pobreza Rural (PCPR) e da Unidade Técnica Nacional do projeto de Crédito Fundiário e Combate a Pobreza Rural (PCFCPR), com potencial para participar da experiência.

A experiência piloto foi realizada no ano de 2002, nesses cinco estados da Região Nordeste do Brasil, por meio da qual comunidades de agricultores familiares conseguiram viabilizar processos de exportação de produtos como o mel, castanha-de-caju e artesanato.

A partir deste ano, 2003, o Governo Federal, por meio da Secretaria de Reordenamento Agrário do Ministério de Desenvolvimento Agrário/MDA, se incorporou à parceria assumindo institucionalmente o Projeto, e o definindo como uma das políticas de desenvolvimento rural. Para o Governo Lula, o apoio a iniciativas que articulem o capital social local e ampliem a malha institucional de suporte ao desenvolvimento sustentável das comunidades rurais é uma prioridade estratégica.

No Plano Plurianual – PPA 2004-2007, consta como desafio o aumento do rendimento das famílias trabalhadoras, bem como o fortalecimento de estratégias autônomas de acesso ao mercado. Com esse objetivo, essa proposta foi encampada pela Secretaria de Reordenamento Agrário do Ministério do Desenvolvimento Agrário, como um projeto piloto que se insere num esforço concertado do governo federal para superar as históricas desigualdades sociais existentes no meio rural brasileiro.

2. Justificativa

Atualmente no Brasil, cerca de 4,2 milhões de famílias estão produzindo em regime de agricultura familiar, das quais aproximadamente 600 mil, em assentamentos da Reforma Agrária¹ e, somente na Região Nordeste, há em torno de 700 mil pequenos produtores, beneficiários dos Projetos de Combate à Pobreza Rural e do Crédito Fundiário.

¹ Fonte: IBGE – 1995

A demanda do mercado externo por produtos provenientes da pequena produção originária de grupos da agricultura familiar dos países do Sul, tem crescido na ordem de 25% ao ano no mercado europeu, nos últimos 10 anos. Por outro lado, tem surgido no Brasil um movimento ainda incipiente, mas com tendência de crescimento – 50% ao ano – de empresas e consumidores interessados em produtos orgânicos.

No entanto, a despeito do processo de globalização de economia, há uma reconhecida limitação de acesso direto ao mercado, por parte dos produtores da agricultura familiar. A falta de oportunidade, de organização e de qualificação da produção ou a falta de acesso aos canais de distribuição, tem contribuído para uma realidade em que poucas experiências têm sido realizadas com sucesso.

Após avaliação da experiência piloto que demonstrou ser possível e viável a comercialização direta e, identificou a necessidade de estruturar um projeto que consolidasse e ampliasse a experiência, projetando a inserção gradual e crescente de produtos e produtores da agricultura familiar, com autonomia e sustentabilidade.

Objetivando a preparação de um programa mais abrangente, foi elaborado de forma participativa, um Projeto de acesso ao mercado, para um prazo de três anos – 2003/2006 – em sua primeira fase, mantendo inicialmente os cinco estados do Piloto e que, após o primeiro ano incluirá os demais estados da Região.

Tendo como desafio incluir os pobres através de uma parceria entre a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura/CONTAG e respectivas Federações Estaduais dos Trabalhadores na Agricultura, o Ministério de Desenvolvimento Agrário/MDA por meio da Secretaria de Reordenamento Agrário/SRA, o Banco Mundial e os Governos dos Estados da Bahia, Ceará, Pernambuco, Piauí e Rio Grande do Norte, nasce o Projeto Comércio Ético e Solidário – A Produção da Agricultura Familiar no Brasil – Uma Estratégia de Acesso ao Mercado

A CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura é uma organização sindical que representa cerca de 25 milhões de trabalhadores e trabalhadoras rurais no Brasil, organizados em 26 federações estaduais e 3800 sindicatos de base municipal. Desde a sua fundação, vem atuando na perspectiva da valorização do meio rural como espaço privilegiado para a implementação de políticas de inclusão social que repercutam significativamente no conjunto da sociedade brasileira.

O MDA - Ministério de Desenvolvimento Agrário cuja Secretaria de Reordenamento Agrário/SRA, responsável pela formulação de políticas de acesso a terra e pelo acompanhamento da política de reforma agrária identifica em torno de 600 mil famílias em assentamentos da reforma agrária.

O Banco Mundial que através dos Projetos de Combate à Pobreza Rural, vem trabalhando nas últimas três décadas na Região Nordeste do Brasil, assistindo à aproximadamente 1,6 milhão de famílias rurais pobres, financiando através dos Governos Estaduais o Projeto de Combate à Pobreza Rural.

O processo de construção da parceria dessas organizações considerando a diversidade das mesmas, identificou os objetivos comuns, como alternativa para evolução dos projetos, somando

as suas capacidades e competências em uma relação “ganha-ganha”, estabelecendo o público beneficiário final como principal elo de articulação entre as mesmas. Assim, essa parceria tem se viabilizado e crescido em um processo de construção participativa e aberta, permitindo agregar novos parceiros e firmar diferentes alianças, de acordo com as especificidades locais, que possam contribuir na viabilização do Projeto. Como exemplo de outras parcerias podemos citar em alguns estados o SEBRAE, a EMBRAPA e o Instituto Ação Empresarial pela Cidadania que incorpora diversas empresas privadas com foco na responsabilidade social.

No âmbito externo estão também articulados com o Projeto, o CONGES – *Consortio di Tutela del Prodotto Giusto, Etico e Solidale*, a DIAFAB – *Delegazione Italiana dell’Agricoltura Familiare Brasileira*, assim como a UITA – União Internacional dos Trabalhadores na Agricultura e Alimentação, entidade que congrega organizações sindicais de todo o mundo. Essas instituições têm colaborado com o Projeto. No início de 2002, foram realizadas missões exploratórias aos Estados Unidos e à Europa, para estabelecer contatos com organizações da sociedade civil que trabalham com mercados solidários e com organizações sindicais; bem como, aos estados do Piloto, a fim de identificar pequenos produtores e produtos que se adequassem aos critérios e demandas previamente colocados, a partir dos contatos realizados com essas organizações no exterior.

Após avaliação realizada com a participação de todos os envolvidos no processo, produtores inclusive, foram identificados como principais resultados/impactos do Projeto Piloto:

- Realização de missões de prospecção com organizações européias, viabilizando a venda de alguns produtos para a Itália tais como, mel, artesanato e castanha-de-caju. Mesmo com todas as restrições à importação de produtos agrícolas pela UE houve boa aceitação dos produtos originários de comunidades pobres;
- Participação de produtores na feira de comércio ético e solidário – SANA Bologna – Itália em 2002 e 2003; e, na feira de orgânicos BioFach Rio de Janeiro em 2003, possibilitando a relação direta produtores - compradores;
- Abertura de novos mercados por meio da articulação da CONTAG com ONGs européias, garantindo a origem dos produtos e o início de uma cultura de produção voltada para a obtenção da qualidade necessária aos processos de exportação;
- Valorização dos produtores com a valorização pública da agricultura familiar e a promoção de seus produtos - referência de um produto de qualidade;
- Início de uma ação articulada entre o governo federal, os governos estaduais, movimentos sociais, produtores e Banco Mundial;
- A viabilização de financiamento através do Banco Mundial com recursos do Projeto de Crédito Fundiário e Combate à Pobreza Rural do Governo Federal e com os Projetos de Combate a Pobreza Rural dos Estados do Piloto;
- Utilização da internet pelos produtores para a comercialização;

- Geração de trabalho e renda;
- Aprendizagem de todo o grupo.

3. Lições Aprendidas

Destaca-se que é possível o acesso direto ao mercado com a oportunidade de uma demanda maior do que a oferta organizada da produção da agricultura familiar e, que as comunidades têm capacidade de articulação e organização quando mobilizadas, tanto que puderam atender aos pedidos dos importadores, cumprindo com as exigências colocadas.

Identifica-se também um conjunto de condicionantes para viabilizar a continuidade e a sustentabilidade do Projeto assim como, os principais fatores necessários para replicar a experiência:

- Organizar a assistência técnica para atender também aos requerimentos dos compradores, ampliando a capacidade de negociação dos produtores;
- Profissionalizar a estrutura de apoio e de implementação;
- Garantir a participação ativa da comunidade na formulação e na tomada de decisões em todos os passos do trabalho, contribuindo para ampliar o processo de formação de capital social base;
- Construir objetivos e interesses comuns com o conjunto das organizações parceiras, respeitando a diversidade das instituições e grupos;
- Garantir o apoio e participação dos governos federal e estaduais;
- Viabilizar os recursos necessários no tempo certo– neste caso, através dos Projetos financiados pelo Banco Mundial;
- Investir na preparação das ONGs para atuar de forma mais sistêmica;
- Articular a existência de uma oferta potencial com uma demanda socialmente construída.

4. A Gestão do Projeto

Para implementação do Projeto foi definido um desenho organizacional diferenciado expressando a atuação principal dos beneficiários de forma a alcançar a sua sustentabilidade no prazo estabelecido. As Organizações Econômicas Associativas – **OEAs**, além de expressarem o foco da estratégia global do Projeto, são o principal eixo de sua estrutura organizacional, com **forte tendência ao crescimento numérico e progressivo empoderamento**. Formadas por Grupos de produtores familiares – Cooperativas, Associações e demais Organizações de produtores rurais, atuam articuladamente em cada Território da Região Nordeste do Brasil. O Projeto se concentra inicialmente em cinco Estados (Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco e Bahia). A partir de agosto de 2004 está prevista a inclusão dos demais estados da Região

Para garantir esta ação conjunta e articulada das OEAs em cada Território, em coerência com as diretrizes gerais do Projeto, constituem-se **Unidades Gerenciais Territoriais (UGTs)**, integradas por representantes das próprias OEAs, de STRs, de Governos Municipais e outras organizações parceiras.

Unidades Gerenciais Estaduais - UGEs, formadas por representantes de Federações de Trabalhadores Rurais (FETAGs) e de Governos Estaduais, asseguram a ação articulada das OEAs no âmbito de cada Estado. Para isso conta com uma infra-estrutura local de apoio, disponibilizada por parceiros locais e pelas Unidades Técnicas Estaduais -UTES dos Projetos de Combate à Pobreza Rural – PCPRs.

A **Unidade Gestora do Projeto – UGP**, é composta por uma representação da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura - CONTAG e do Ministério de Desenvolvimento Agrário - MDA, por meio da Secretaria de Reforma Agrária - SRA. A UGP coordena o Projeto, articula as UGEs e favorece conexões no âmbito regional, nacional e internacional.

A **Equipe Técnica** vinculada à **UGP** e, constituída por coordenadores nacionais e estaduais, assegura a execução do Projeto, tendo como principais funções:

- coordenação técnica;
- mobilização social;
- articulação institucional das ações;
- articulação de parcerias locais;
- identificação de demandas;
- assessoria técnica; e,
- monitoria e acompanhamento

Encontros anuais com todos os segmentos representados asseguram espaços de avaliação / replanejamento, estabelecem parâmetros comuns e definem diretrizes gerais.

5. Conclusão

O mercado ético e solidário adotado como base para o Projeto Piloto, amplia agora a sua abrangência, viabilizando o acesso direto ao mercado, com um número cada vez mais crescente de empresas, abrindo espaço para a produção da agricultura familiar. A adesão de compradores globalizados é um processo lento e, a inclusão dos pobres pressupõe o fortalecimento do capital social como forma de garantir a sua sustentabilidade.

O acesso ao mercado é possível e viável desde que a produção seja organizada e qualificada, pois as exigências do mercado e das relações de troca são as mesmas – seja para o grande ou para o pequeno produtor.

Por outro lado a conscientização do mercado consumidor precisa ser assumida na mesma proporção em que se adota estratégias para a venda, uma vez que o consumidor final é o principal alvo a ser alcançado.