



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**A EXPERIÊNCIA DE COMÉRCIO JUSTO DE AGRICULTORES FAMILIARES
DA COOPERATIVA COOPFAM DE POÇO FUNDO (MG): IDENTIFICANDO
OS OBSTÁCULOS E AS POTENCIALIDADES DA TRANSIÇÃO PARA A
AGRICULTURA DE BASE ECOLÓGICA**

VALQUIRIA DE CÁSSIA OLIVEIRA CAVINO

Araras

2012



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**A EXPERIÊNCIA DE COMÉRCIO JUSTO DE AGRICULTORES FAMILIARES
DA COOPERATIVA COOPFAM DE POÇO FUNDO (MG): IDENTIFICANDO
OS OBSTÁCULOS E AS POTENCIALIDADES DA TRANSIÇÃO PARA A
AGRICULTURA DE BASE ECOLÓGICA**

VALQUIRIA DE CÁSSIA OLIVEIRA CAVINO

ORIENTADOR: PROFa. Dra. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Agroecologia e
Desenvolvimento Rural como requisito
parcial à obtenção do título de
**MESTRE EM AGROECOLOGIA E
DESENVOLVIMENTO RURAL**

Araras

2012

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

C382ec

Cavino, Valquiria de Cássia Oliveira.

A experiência de comércio justo de agricultores familiares da cooperativa COOPFAM de Poço Fundo (MG) : identificando os obstáculos e as potencialidades da transição para a agricultura de base ecológica / Valquiria de Cássia Oliveira Cavino. -- São Carlos : UFSCar, 2013.
102 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2012.

1. Agroecologia. 2. Comércio justo. 3. Agricultura familiar.
I. Título.

CDD: 630 (20^a)

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
DE
VALQUIRIA DE CÁSSIA OLIVEIRA CAVINO
APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL, DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DE SÃO CARLOS, *EM 15 DE SETEMBRO DE 2012.*

BANCA EXAMINADORA:



PROFA. DRA. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

**ORIENTADORA
PPGADR/UFSCar**



PROF. DR. MANOEL BALTASAR BAPTISTA DA COSTA

PPGADR/UFSCar



PROF. DR. MARCELO BREGAGNOLI

IFSULDEMINAS

AGRADECIMENTOS

Á Deus, por sua presença constante em minha vida.

As minhas tias, Gilda, Ermelinda e Palmira pelo apoio, carinho e incentivo na realização deste trabalho.

Aos meus pais e familiares.

Madalena, Mariane e Cristiane por estarem sempre presente comigo.

Prof^a Dra Lucimar Santiago de Abreu, por sua orientação e compreensão diante das minhas dificuldades para a realização da pesquisa.

Aos amigos Rita e Zé, pelo carinho e pela acolhida.

Ao Herman e Socorro pela amizade, ajuda e pela grande colaboração na coleta dos dados.

Aos agricultores familiares da Cooperativa de Poço Fundo, diretoria e funcionários pelo aprendizado mutuo, pelo carinho com que fui recebida por todos, sem os quais esta pesquisa não existiria.

A você que sempre esteve comigo e, mesmo sem saber, me ajudou e muito nos momentos em que precisei.

Á todos e todas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho, meus sinceros agradecimentos.

SUMÁRIO

SIGLAS E ABREVIATURAS	i
INDICE DE TABELAS	ii
INDICE DE ILUSTRAÇÕES	iii
INDICE DE FIGURAS	iv
RESUMO	v
ABSTRAT	vi
INTRODUÇÃO	01
JUSTIFICATIVA	02
OBJETIVOS	03
CAPÍTULO 1 – REFERENCIAL TEÓRICO	03
1.1 - Agricultura Familiar	03
1.2 – Agroecologia	10
1.3 - Histórico do Comercio Justo	20
1.3.1 - O que é Comércio Justo	20
1.3.2 – Como Surgiu o Comércio Justo – Origem	21
1.3.3 – O que é FLO	26
1.3.4 - Funcionamento do mercado de comércio justo	30
1.3.5 – Mercado de Comércio Justo no Mundo	33
1.4 – Princípios do Comércio Justo	35
1.5 – Comércio Justo no Brasil e Perspectivas	36
1.5.1 – Faces do Brasil	42
1.5.2 – Economia Solidária	43
1.5.3 – Empreendimentos Econômicos Solidários	44
1.5.4 – Ecojus	47
1.6 – Critérios para o Comércio Justo e Solidário Brasileiro	48
1.7 – Desafios	50
1.8 – Mercado de Comércio Justo no Brasil	51

CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO -----	54
1 - O contexto local da pesquisa o Município de Poço Fundo -----	54
2 - Referencial metodológico -----	59
3 – Histórico da COOPFAM -----	62
3.1 - Conquistas e Mudanças -----	64
CAPÍTULO 3 RESULTADOS OBTIDOS -----	65
1 – A pesquisa de campo -----	65
1.1 – Caracterização do universo social da pesquisa -----	65
1.2 – Reconstrução das trajetórias de transição -----	67
1.2.1 – O período de subsistência -----	67
1.2.2 – A chegada da agricultura tecnificada -----	69
1.2.3 - Período da agricultura orgânica -----	73
1.3 – Quanto aos princípios da inclusão social e da sustentabilidade exigidos pelo Fair Trade -----	75
CAPÍTULO 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	81
CONCLUSÃO -----	83
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	85
APÊNDICE -----	92
FOTOS -----	99

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- ATO – Alternative Trade Organizations
- CPT – Comissão Pastoral da Terra
- COOPFAM - Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região
- COOPERCAJU – Cooperativa dos Beneficiários Artesanais de Castanha de Caju
- COMJUR – Comissão Jurídica do Ministério do Trabalho e Emprego
- CJS – Comércio Justo e Solidário
- CNCJS – Comissão Nacional de Comércio Justo e Solidário
- CRCJS – Comissões Regionais de Comércio Justo e Solidário
- EFTA – European Fair Trade Association
- EES – Empreendimentos Econômicos Solidários
- ECOJUS – Articulação Brasileira de Empreendimentos do Comércio Justo e Solidário
- FBES – Fórum Brasileiro de Economia Solidária
- FLO – Fair Trade Labelling Organization Internacional
- FTF – Fair Trade Federation
- FACES – Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário
- IFAT – International Federation of Alternative
- MAPA – Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
- MTE – Ministério do Trabalho e Emprego
- NEWS – Network of European World Shops
- ONU – Organização das Nações Unidas
- OPFCJS - Organização dos Produtores Familiares de Comércio Justo e Solidário
- PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura familiar
- SNCJS – Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário
- SBCJS – Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário
- SENAES – Secretaria Nacional de Economia Solidária

INDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Principais formas de agricultura -----	07
Tabela 2 – Principais convergências e divergências entre os movimentos orgânicos e agroecológicos -----	14
Tabela 3 – Principais entidades internacionais de Comércio Justo -----	29
Tabela 4 – Operadores brasileiros de café -----	53
Tabela 5 – Problemas relatados -----	75

INDICE DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 - World Shops -----	23
Ilustração 2 – Logomarca da IFAT -----	24
Ilustração 3 – Imagem da EFTA -----	25
Ilustração 4 – Marca da NEWS -----	25
Ilustração 5 – Marca da Fair Trade Federation -----	26
Ilustração 6 – Selo da FLO -----	27
Ilustração 7 – Logotipos do Comércio Justo utilizando as marcas Fair Trade, Max Havellar e Trans Fair -----	29
Ilustração 8 – Logomarca da Gepa -----	34
Ilustração 9 – Logomarca do Faces do Brasil -----	43
Ilustração 10 – Logomarca da Mundaréu -----	52
Ilustração 11 – Localização da MicroBacia do Rio Grande -----	56
Ilustração 12 – Mapa do município incluindo os bairros rurais -----	56
Ilustração 13 – Mapa do município de Poço Fundo -----	58
Ilustração 14 – Sítio Limeira -----	59
Ilustração 15 – Sítio Anhumas -----	59
Ilustração 16 – Terreiro de Café -----	79
Ilustração 17 – Tulha de Café -----	80

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Principais benefícios da conversão -----	77
Figura 2 – Renda Familiar -----	78

A EXPERIÊNCIA DE COMÉRCIO JUSTO DE AGRICULTORES FAMILIARES DA COOPERATIVA COOPFAM DE POÇO FUNDO (MG): IDENTIFICANDO OS OBSTÁCULOS E AS POTENCIALIDADES DA TRANSIÇÃO PARA A AGRICULTURA DE BASE ECOLÓGICA

Autor: VALQUIRIA DE CASSIA OLIVEIRA CAVINO

Orientador: PROFa. Dra. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

RESUMO

O presente trabalho se propõe a sistematizar a experiência de Comércio Justo desenvolvido por famílias de agricultores associados à Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região (Coopfam) e compreender os obstáculos e potencialidades do modelo de transição para a agricultura de base ecológica. Primeiramente, realizou-se um estudo com base documental e no censo agropecuário, buscando caracterizar a situação e o contexto social econômico e agroambiental do município. Os resultados da pesquisa permitem entender a paisagem rural local, no que diz respeito aos aspectos históricos, geográficos e agrícolas da localidade. Em seguida, foi entrevistado um conjunto de produtores familiares da cooperativa, por meio de entrevistas orais, em que se reconstruiu a trajetória dos agricultores e o processo que os levou à adesão ao comércio justo, qualificando-se essas mudanças, buscando entender as razões da transição e o significado dessa experiência prática, em termos de valores socioculturais ou econômicos. Dentre os principais resultados, verificou-se que a certificação Fair Trade proporcionou melhorias no campo da produção ambientalmente sustentável. A condição justa de produção e comercialização está sendo motivo de insatisfação entre os produtores que alegam que o “preço recebido, no presente momento, não é vantajoso” devido à valorização do real frente ao dólar, fazendo com que os preços externos sofram uma redução em relação aos internos. O preço mínimo deveria ser revisto por parte dos importadores e pela cadeia do comércio justo.

Palavras chave – comércio justo, agroecologia, agricultura familiar

THE EXPERIENCE OF FAIR TRADE OF FAMILY FARMERS OF THE COOPERATIVE COOPFAM OF POÇO FUNDO (MG): IDENTIFYING THE OBSTACLES AND POTENTIALS OF TRANSITION FOR THE ECOLOGICALLY BASED AGRICULTURE

Author: VALQUIRIA DE CASSIA OLIVEIRA CAVINO

Adviser: PROFa. Dra. LUCIMAR SANTIAGO DE ABREU

ABSTRACT

The present research proposes to systematize the experience of Fair Trade developed by farmers associated to a cooperative (Coopfam) and understand the obstacles and potentials of the model transition for the ecologically based agriculture. Initially, a study was conducted with documentary bases and agricultural censos seeking to characterize the situation and the social economic and agri-environment of the municipality. The results of the research allow to understand the local rural landscape, regarding to historical, geographical and agricultural aspects. Then, a group of family farmers from the cooperative was interviewed, orally, where the trajectory of the farms and the process that led to adherence to fair trade were reconstructed, qualifying these changes, seeking to understand the reasons of the transition and the meaning of this experience, of social cultural or economics terms. Among the main results, it was found that the certification Fair Trade provided improvements in the production field environmentally sustainable. The fair condition of production and commercialization is causing dissatisfaction between the producers who claims that the “price received at the present moment is not advantageous” due to the appreciation of the real against the dollar making foreign prices reduce in relation to internal prices, the minimum prices should be reviewed by the importers and by the chain of the fair trade.

Keywords – fair trade, agroecology, family farming

INTRODUÇÃO

A definição da problemática desta pesquisa se deu a partir de duas questões principais: i) um debate emergente sobre a agroecologia no Brasil, e a minha vivência profissional prática com produtores de base ecológica, numa localidade do sul de Minas Gerais.

Como já identificado no debate acadêmico, que a produção agrícola sempre esteve presente na história da humanidade e as relações entre grupos humanos e ambiente natural produziram paisagens com características sociais, ambientais e econômicas, e que ainda hoje funcionam como importantes pilares de sustentação do meio rural, sobretudo para o agricultor familiar, que se constitui numa categoria social heterogênea e se encontra em diferentes realidades econômicas, sociais, culturais e étnicas (KERBER, 2009).

Ao longo de todo o processo de desenvolvimento agrícola brasileiro, a degradação ambiental e as desigualdades sociais geradas pela agricultura sempre estiveram presentes como elementos constitutivos. Esse mesmo processo de desenvolvimento que, por um lado, promoveu a modernização da agricultura e o fortalecimento do capitalismo agrário de grandes e médias unidades de produção, por outro lado produziu fragmentação e decomposição social e econômica da agricultura familiar, que é constituída por um conjunto diversificado de produtores familiares (KERBER, 2009).

A agricultura familiar é uma categoria social do meio rural brasileiro que sempre despertou o interesse de pesquisadores e pesquisadoras de diversas áreas do conhecimento. Entre os temas emergentes, acerca da agricultura familiar, destacam-se as potencialidades de comercialização conjunta, agregação de valor, a certificação social, a necessidade de políticas públicas adequadas e de fortalecimento de mercados locais, a criação de redes de trocas, o crédito solidário e outras idéias e projetos, visando ao apoio e ao fomento à agricultura familiar (MELLO 2005).

No entanto, nem sempre se considera a complexidade que envolve as características específicas e as lógicas que orientam a agricultura familiar, suas formas de produção, de organização do trabalho e da família, os circuitos de

trocas internos às comunidades, as práticas culturais de solidariedade, a relação com mercados externos, as estratégias para lidar com a gestão de bens comuns e de se organizar em torno de objetivos comuns (MELO 2005).

Outro ponto que merece destaque em relação a esta categoria social é que os agricultores familiares vêm, continuamente, procurando conviver com as limitações que se apresentam ao longo do processo produtivo, tentando se adaptar à capacidade de suporte do meio e buscando, mediante o uso de práticas agroecológicas, garantir sustentabilidade para a sua atividade produtiva (KERBER, 2009).

Foi na busca por compreender a mudança de uma agricultura convencional para uma agricultura de base ecológica, que em 2001 cheguei ao município de Poço Fundo, Minas Gerais, lugar onde vivem os agricultores escolhidos como sujeitos deste estudo. Nesta época estava trabalhando em uma Certificadora de Produtos Orgânicos e fiz algumas visitas a alguns produtores como inspetora, porém o modo de vida, organização e desejos chamaram-me a atenção nesse grupo.

A forma consolidada como se deu a conversão para a agricultura ecológica despertou-me o desejo de conhecer melhor o grupo e, em 2005, retornei ao município para trabalhar no projeto “Construção e Articulação de Atores Sociais: Empoderamento e Intervenção para um novo modelo de Desenvolvimento Local e de Relações Sócio-Ambientais”, desenvolvido pela ONG Centro de Assessoria Sapucaí, em parceria com a Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo - COOPFAM e com a Associação dos Pequenos Produtores Familiares de Poço Fundo.

Dentre os objetivos do Centro de Assessoria Sapucaí estava o de apoiar os agricultores na criação de condições favoráveis à produção sustentável de alimentos e na melhoria das condições socioeconômicas, assessorando as famílias no manejo agroecológico e na busca por meios de inserir a produção orgânica nos mercados locais, nacionais e internacionais.

JUSTIFICATIVA

Mesmo com o passar do tempo, as dificuldades pelas quais a agricultura familiar passou e continua passando persistem, ainda que em diferentes contextos históricos. O quadro que vemos é o de uma agricultura familiar buscando alternativas para “sair” do sistema de produção convencional para se libertar das conseqüências já conhecidas em termos de impactos sociais, ambientais e econômicos (KERBER, 2009).

A agricultura familiar possui uma identidade própria que está em constante processo de construção, que vai desde a forma como se realiza o processo produtivo, até a interação e integração entre os fatores de produção “terra, trabalho e capital” (KERBER, 2009).

OBJETIVO

O presente trabalho teve como objetivo geral a sistematização da experiência de Comércio Justo, desenvolvido por um grupo de agricultores familiares associados a uma Cooperativa, e compreender os obstáculos e os potenciais do processo de transição da agricultura.

A pesquisa de campo envolvendo esses atores foi desenvolvida por meio de estudo de caso com três objetivos principais:

- reconstruir a trajetória dos agricultores e o processo que os levou à adesão ao comércio justo;
- qualificar o contexto social, econômico e agroambiental do momento anterior e posterior de conversão aos princípios do comércio justo;
- averiguar em que condições o grupo de agricultores aplica atualmente os princípios do Comércio Justo, depois da aquisição do selo Fair Trade.

CAPÍTULO 1 - REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 – Agricultura familiar

No campo de estudo das ciências sociais e da construção de projetos agrônômicos que se constituíram pelo final do século passado na sociedade

brasileira, o termo *agricultura familiar* talvez raramente se fizesse presente. Os termos de designação recorrentes eram *pequeno produtor*, *pequeno proprietário* e, por vezes, *camponês* (NEVES, 2012).

No Brasil são cerca de 4,3 milhões de estabelecimentos em regime de agricultura familiar, com uma área de 80 milhões de hectares (há), compreendendo 12,3 milhões de pessoas envolvidas, além de serem responsáveis por 87% da produção nacional de mandioca, 70% da produção de feijão, 46% do milho, 34% café, 34% arroz, 58% leite, 50% do plantel de aves e 30% dos bovinos (IBGE, 2006a).

Os principais produtos básicos da dieta do brasileiro são produzidos, em geral, por agricultores com baixo nível de escolaridade e que diversificam os produtos cultivados para diluir custos, aumentar a renda e aproveitar as oportunidades de mercado e disponibilidade de mão-de-obra (KERBER, 2009).

A agricultura familiar é no, Brasil, o maior segmento em número de estabelecimentos agrícolas, e tem significativa importância econômica em diferentes cadeias produtivas. (SANTANA, 2008).

A região Sul de Minas Gerais possui uma estrutura agrária formada por um grande número de pequenas e médias propriedades. Dados do Censo Agropecuário de 2006 indicam que existiam nessa região, em 1995, 96.521 estabelecimentos rurais (19,40% do total de MG), sendo que 91,30% deles apresentavam área inferior a 100 há (43,30% com área inferior a 10 há e 48,00% entre 10 a menos de 100 há). A agricultura familiar é responsável por aproximadamente 25% da produção nacional de café (SANTANA, 2008).

A lei número 4.504 de 30 de novembro de 1964 define propriedade familiar com a seguinte redação:

“propriedade familiar: o imóvel que, direta e pessoalmente explorado pelo agricultor e sua família, lhes observe toda a força de trabalho, garantindo-lhes a subsistência e o progresso social e econômico, com área máxima fixada para cada região e tipo de exploração, e eventualmente trabalho com ajuda de terceiros”.

Para a definição de área máxima, a lei 8.629 de 25/02/93 estabelece como pequeno o imóvel rural com até 4 módulos fiscais e, como média propriedade, aqueles entre 4 e 15 módulos fiscais.

O Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF 2006 - enquadra os produtores rurais como beneficiários de linhas de crédito rural, quando atendem aos seguintes requisitos: que sejam proprietários, posseiros, arrendatários, parceiros ou concessionários da Reforma Agrária; residam na propriedade ou em local próximo; que detenham, sob qualquer forma, no máximo 4 (quatro) módulos fiscais de terra, quantificados conforme a legislação em vigor, ou no máximo 6 (seis) módulos quando tratar-se de pecuarista familiar; com 80% da renda bruta anual familiar advinda da exploração agropecuária ou não agropecuária do estabelecimento, e mantenham até 2 (dois) empregados permanentes – sendo admitida a ajuda eventual de terceiros.

O texto do PRONAF foi fruto de negociações e conquistas políticas das instituições que representam os agricultores familiares. Nesse sentido, buscou responder aos interesses dos agricultores familiares e, particularmente, dos setores articulados com as instâncias políticas de representação. Porém, ainda assim, trata-se da definição de modelos institucionais, cujo conteúdo não possibilita a identificação e a caracterização da diversidade social (ABREU, 2006).

A denominação agricultura familiar vem não só para garantir maior justiça social no campo, mas também para sinalizar a possibilidade de um outro modo de agricultura que, necessariamente, tem de se valer da diversidade e de maior equidade na distribuição dos recursos, como terra, créditos e apoio institucional (COELHO, 2005).

Na medida em que as relações de troca em nossa sociedade são regidas pelos princípios do lucro e da acumulação, o agricultor, como qualquer cidadão, não está distante dessa realidade. Sabe dela e tenta, a todo custo, conseguir sobreviver num mecanismo que ele conhece mas que tem controle apenas de algumas partes (COELHO, 2005).

No caso dos agricultores familiares, o processo de tomada de decisões frequentemente envolve o grupo familiar. Para as famílias agricultoras, como para outras famílias, os recursos materiais de que dispõem são meios para atingir seus objetivos, que são muito variáveis. Os pesos atribuídos ao lazer, à

religião, ao convívio social e a outros fatores variam de uma família para outra. E isso se reflete nas decisões tomadas sobre como conduzir a propriedade, sendo esta apenas o meio de que as famílias dispõem para atingir seus objetivos de vida (COELHO, 2005).

Esse tem sido um comportamento comum em famílias que fazem a conversão para a agricultura orgânica depois de testemunhar intoxicações com agrotóxicos. O processo de tomada de decisões nunca é definitivo e, frequentemente, os membros da família exercem pesos diferentes na decisão final (COELHO, 2005).

Para Lamarche (1993), a definição de agricultura familiar corresponde à unidade de produção agrícola na qual a família é a proprietária dos meios de produção, ao mesmo tempo em que assume o trabalho no estabelecimento produtivo e organiza a produção. O trabalho assalariado, quando ocorre, é apenas complementar.

As formas de articular esses três aspectos são muito variados, razão por que o caráter familiar existente em inúmeros estabelecimentos agrícolas no Brasil não pode ser representado por um único modelo. Mesmo possuindo a característica de associar estreitamente a produção e a família, há uma diferenciação nas formas de apropriação e desenvolvimento dos meios de produção, pela utilização das mais variadas estratégias.

Lamarche (1993), cita que a Agricultura familiar representa um conjunto de formas heterogêneas cujas unidades de produção se diferenciam pela sua diversidade e pela capacidade do produtor de se apropriar dos meios de produção e desenvolvê-los.

Segundo Lamarche (1998), o agricultor familiar, mesmo o que se encontra pouco inserido no mercado, defronta-se com os problemas criados pelo processo de modernização das sociedades capitalistas. Assim, o agricultor familiar contraria a lógica das sociedades contemporâneas, ao diversificar sua produção, já que muitas vezes não se especializar é uma forma de criar novas estratégias de sobrevivência. Segundo o mesmo autor, essa diversidade é um dos fatores que permite uma fácil adaptação dos sistemas de produção de

base ecológica a unidades de produção familiar, em que há uma grande capacidade de adaptação para superar a “crise da modernidade”.

Bittencourt e Bianchini (1996) adotam a seguinte definição:

“Agricultor familiar é todo aquele (a) agricultor (a) que tem na agricultura sua principal fonte de renda e que a base da força de trabalho utilizada no estabelecimento seja desenvolvida por membros da família. É permitido o emprego de terceiros temporariamente, quando a atividade agrícola assim necessitar. Em caso de contratação de força de trabalho permanente externo à família, a mão de obra familiar deve ser igual ou superior a 75% do total utilizado no estabelecimento”.

A agricultura familiar também é definida como forma de organização produtiva, em que os critérios adotados para orientar as decisões relacionadas à exploração agrícola não se subordinam unicamente à produção e rentabilidade econômica, mas leva em consideração as necessidades e objetivos da família, contrariando o modelo patronal, no qual há completa separação entre gestão e trabalho, sendo que no modelo familiar esses fatores estão intimamente relacionados (CARMO & SALLES, 1998).

A maioria das definições sobre Agricultura Familiar estão baseadas na mão de obra utilizada, no tamanho da propriedade, na direção dos trabalhos e na renda gerada.

No entender de Veiga (1990), as principais formas de agricultura podem ser resumidas na tabela abaixo:

Tabela 1 – Principais formas de agricultura

MODELO PATRONAL	MODELO FAMILIAR
Completa separação entre gestão e trabalho;	Trabalho e gestão estão intimamente relacionados;
Organização centralizada;	Direção dos processos produtivos assegurados diretamente pelos proprietários;
Ênfase na especialização;	Ênfase na diversificação;
Ênfase em práticas agrícolas padronizáveis;	Ênfase na durabilidade dos recursos naturais e na qualidade de vida;

Trabalho assalariado predominante;	Trabalho assalariado complementar;
Tecnologias dirigidas à eliminação das decisões “de terreno” e “de momento”;	Decisões imediatas, adequadas ao alto grau de imprevisibilidade do processo produtivo;
Tecnologias voltadas principalmente à redução das necessidades de mão-de-obra;	Tomada de decisões <i>in loco</i> , condicionada pela especificidade do processo produtivo;
Pesada dependência de insumos comprados;	Ênfase no uso de insumos internos;

Fonte: Veiga, (1990).

O nível de tecnologia e assistência técnica da agricultura familiar fica aquém de suas demandas em termos de fatores de competitividade, seja em comparação à agricultura patronal, como também em relação a sistemas agrícolas adotados em países mais desenvolvidos (MASCARENHAS, 2007).

De acordo com Simão (2005), os produtores familiares estão buscando estratégias que levem à redução de custos e promovam garantia de renda, diversificando suas atividades, dando ênfase à olericultura, fruticultura e outras.

Enfim, não podemos negar que a agricultura familiar tem um papel importante na economia brasileira, e tem tido uma enorme capacidade de resistir diante do processo histórico de desenvolvimento. Essa forma de agricultura conserva os recursos naturais, a diversidade cultural e biológica, prima pela vida em torno de um núcleo familiar e em comunidade, e preserva valores culturais e éticos. Ou seja, o papel fundamental da agricultura familiar vai além de produzir alimentos (KERBER, 2009).

Nos estudos sobre agricultura familiar, leva-se em consideração o espaço onde se inserem as comunidades rurais ou bairros rurais.

As regiões ou os locais que apresentam um melhor desenvolvimento são aqueles que têm maior capacidade de organizar os fatores endógenos, direcionando-os para o fortalecimento da organização social, para o aumento da autonomia local na tomada de decisões, para o aumento da capacidade de reter e reinvestir capitais, para o aumento da inclusão social, e para o aumento

da capacidade de regenerar e conservar o meio ambiente. Os bairros rurais são organizados beneficiando os grupos de vizinhos e as relações interpessoais baseadas nas necessidades de ajuda mútua, em que a participação coletiva em atividades lúdico-religiosas constitui a expressão mais visível da solidariedade em grupo. Essa solidariedade pode ser verificada por meio do trabalho na roça realizado pela família, que garante a sustentabilidade econômica do grupo, permitindo a aquisição de objetos e mercadorias fabricadas na cidade (VEIGA, 1997).

Para Moreira e Hespanhol (2003) citado por (FILHO 2008), os bairros rurais são unidades geográficas que retratam o modo de vida de uma comunidade, alicerçado num sentimento de localidade e de relação de vizinhança.

Cândido (1979) define bairro rural como uma unidade social intermediária entre o grupo familiar e outras formas mais complexas de solidariedade social, ou seja, um grupo formado por famílias que participam de trabalhos comunitários e de festas religiosas coletivas locais. Dessa forma, os laços de amizade e parentesco são elementos responsáveis pela organização, articulação e constituição das comunidades rurais, determinando as características locais e o maior ou menor nível de organização destas.

Cândido (1979) define bairro como:

O agrupamento mais ou menos denso de vizinhança, cujos limites se definem pela participação dos moradores nos festejos religiosos locais. Quer os mais amplos e organizados, geralmente com o apoio na capela consagrada a determinado santo; quer os menos formais, promovidos em caráter doméstico. Vemos, assim, que o trabalho e a religião se associam para configurar o âmbito e o funcionamento do grupo de vizinhança, cujas moradias, não raro muito afastadas umas das outras, constituem unidade, na medida em que participam no sistema destas atividades.

Cândido (1979) defende que o bairro rural é “como o agrupamento territorial mais ou menos denso, cujos limites são traçados pela participação dos moradores em trabalho de ajuda mútua. É membro do bairro quem convoca e é convocado para tais atividades”.

Bairro rural também pode ser definido como um grupo de vizinhança, tendo limites determinados de forma que os seus habitantes tenham a noção disso, de tal forma que são capazes de distingui-los da vizinhança. Esse sentimento de pertencer à mesma comunidade é elemento básico para delimitar a configuração de um bairro, seja no espaço geográfico ou social (QUEIROZ, 1973).

Bairro rural pode ser definido como um lugar formado por elementos com características semelhantes, que podem ser o tamanho das propriedades, o cultivo desenvolvido, a forma de organização e as relações estabelecidas entre os moradores dessa localidade.

1.2 – Agroecologia

A agricultura é uma das atividades humanas básicas em face da necessidade de alimentação diária das pessoas. Historicamente, valores socioculturais e comunitários são empregados na agricultura. Os princípios aplicados à agricultura dizem respeito aos modos como os homens utilizam o solo, a água, as plantas e os animais, na busca pela produção, preparo e distribuição de alimentos e outros produtos (ALMEIDA, 2008).

Tais princípios relacionam-se ao conhecimento dos processos com que os agricultores interagem com o agroecossistema vivo, sem esquecer a herança que irão deixar para suas gerações futuras (ALMEIDA, 2008).

O uso contemporâneo do termo agroecologia data dos anos 70, mas a ciência e a prática da agroecologia têm a idade da própria agricultura (MARTINS, 2003). A agroecologia surgiu como uma disciplina que fornece os princípios ecológicos básicos para o estudo, o planejamento e o manejo de agroecossistemas, considerando, não somente os aspectos ambientais/ecológicos da agricultura, mas também os econômicos, sociais e culturais. A agroecologia vai além da visão unidimensional dos agroecossistemas – a genética, a agrônômica, a edáfica etc. – e promove um entendimento entre os níveis ecológicos e social da produção agrícola ou pecuária e sua estrutura e função. Ao invés de focar apenas um componente

do agroecossistema em particular, a agroecologia enfatiza as inter-relações entre todos os componentes e as complexas dinâmicas dos processos ecológicos.

Entretanto, essa visão não pode ser completamente concretizada na ausência de um cenário político capaz de incentivar a agricultura realmente sustentável. Tal cenário significará a remoção dos desestímulos atuais, oferecendo novos incentivos. A participação ativa de grupos de produtores em parceria com outras instituições, será essencial para exigir políticas que funcionem e coloquem em xeque os programas da pesquisa agrícola, que atualmente servem aos interesses das corporações, às custas dos agricultores e do ambiente (ALTIERI, 2002).

As tendências atuais da agroecologia estimulam os pesquisadores a considerar os conhecimentos e as habilidades dos agricultores, bem como identificar neles potenciais para adicionar biodiversidade e criar sinergismos que promovam a capacidade resiliente do ambiente e do agroecossistema (ALTIERI, 2002).

A agroecologia vem se constituindo uma forma produtiva embasada no desenvolvimento sustentável dos territórios rurais. Tal enfoque apresenta-se, conseqüentemente, como uma diretriz, tanto para os estudos do desenvolvimento rural, como para o estabelecimento de uma nova forma de ver e entender o desenvolvimento agrícola pela perspectiva da sustentabilidade. (Altieri 1994, citado por ALMEIDA, 2008).

Segundo Hecht (1999), citado por Almeida (2008), a agroecologia nasce como um conjunto de idéias ambientais e de sentimento social sobre a agricultura, cujo conteúdo trata não só da produção, mas igualmente da sustentabilidade ecológica dos sistemas de produção.

A ciência agroecológica resgata, por novas bases tecnológicas e socioeconômicas, a lógica da complexidade das sociedades camponesas tradicionais e seus conhecimentos desprezados pela agricultura moderna, como forma de vencer o desafio de estabelecer uma agricultura sustentável Assis e Romeiro, (2002), citado por Almeida (2008).

A agroecologia busca não somente a produção, mas também o uso adequado dos recursos naturais, a valorização da cultura e da sabedoria popular, a relação solidária entre produtores e consumidores e com todos os colaboradores envolvidos nas atividades. É uma garantia de melhor qualidade de vida para os agricultores e os moradores de centros urbanos. É um modo de fazer agricultura. Um movimento que envolve pessoas e não apenas mão-de-obra, garantindo a sobrevivência e o bem estar do agricultor, sem explorados ou exploradores (ALMEIDA, 2008).

A agroecologia leva em conta tanto o sistema agroecológico como o social, no qual trabalham os agricultores, dá relativamente pouca ênfase às pesquisas realizadas nos centros experimentais e nos laboratórios, dando maior ênfase aos experimentos em propriedades, além de ser mais aberta à participação dos agricultores no processo de pesquisa (ALTIERI, 2002).

A agroecologia surge, então, como uma crítica à agricultura convencional e incorpora na análise dos agroecossistemas os sujeitos sociais vinculados ao manejo dos recursos naturais. Ela propõe alternativas à divisão disciplinar da ciência positivista, incorporando as perspectivas sociocultural, política e ecológica à análise dos sistemas agrícolas. A agroecologia tem uma natureza pluri-epistemológica, utilizando técnicas participativas, nas quais a metodologia utilizada tem uma perspectiva de pesquisa dialética. Tal perspectiva rompe com a estrutura de poder sujeito-objeto da metodologia científica convencional, na qual o pesquisador é o sujeito que sabe e o pesquisado é o objeto a ser analisado (CARVALHO, 2007).

As tecnologias agroecológicas não enfatizam as elevadas produtividades, possíveis por meio de tecnologias como as da Revolução Verde, que apenas funcionam em condições ótimas; elas garantem a constância de produção, mesmo quando submetidas às mais diversas condições edáficas e climáticas – e ainda sob condições marginais, que prevalecem na agricultura familiar. O que é importante, entretanto, é focalizar não uma tecnologia em particular, mas um conjunto de tecnologias que incorporem a diversidade, as rotações de culturas baseadas em leguminosas, a integração dos vegetais com os animais, a

reciclagem, a utilização e o manejo de biomassa e de resíduos (ALTIERI, 2002).

A agroecologia baseia-se nos elementos da ciência moderna e no conhecimento dos próprios agricultores. O conhecimento tradicional dos agricultores sobre seu ambiente, plantas, solos e processos ecológicos, assume importância estratégica nessa nova abordagem (ALTIERI, 2002).

A partir da investigação participativa ocorre uma combinação de saberes que resulta numa série de conhecimentos, que se transformam em tecnologias. Os agricultores são tão importantes nesse processo, quanto os pesquisadores. Isso implica uma mudança de paradigma científico de prática, de métodos de trabalho, de relação com a terra e com seu produto (LIMA, 2005).

A agroecologia pressupõe que, por meio do conhecimento e aproveitamento dos mecanismos naturais de auto-regulação, é possível produzir com menos impactos negativos sobre o meio ambiente, além de diminuir a dependência de energia e insumos externos ao agroecossistema, como adubos sintéticos, agrotóxicos e a mecanização motorizada. Sendo assim, a agroecologia procura desenhar agroecossistemas com características semelhantes às dos ecossistemas em que estão inseridos (PEDROSO, 2008).

O termo agroecossistema vem sendo usado para descrever as atividades agrícolas realizadas por grupos de pessoas. Agroecossistema (ALTIERI, 2002) é formado pelas interações entre pessoas e o recurso de produção de alimentos dentro de uma prioridade ou de uma área específica.

Um agroecossistema pode sofrer influência de diversos fatores como os ambientais ou abióticos e fatores socioeconômicos como a queda dos preços de mercado ou mudanças na posse de terra.

Agroecossistemas são sistemas abertos que recebem insumos do exterior, gerando como resultado produtos que podem ser exportados para fora dos seus limites. A sua estrutura é formada pela inter-relação entre características endógenas (biológicos e ambientais) e fatores exógenos (sociais e econômicos).

Os sistemas agroecológicos podem ser considerados como orgânicos, pois ambos buscam por um novo paradigma para a produção agrícola

sustentada, apoiados na matéria orgânica do solo e suas transformações, na ciclagem de nutrientes pelas plantas, nos organismos do solo, suas transformações e processos por eles mediados, na ecologia e controle biológico com insetos e microorganismos, no melhoramento genético e no uso eficiente de nutrientes (LIMA, 2005).

Existem diferenças básicas entre o agroecológico e o orgânico (tabela 2). Para que um produto, por exemplo o café, seja comercializado como orgânico há necessidade de o produtor comprovar que o sistema produtivo atendeu às normas específicas e isso implica gastos com certificação (LIMA, 2005).

O movimento da agroecologia tem uma abordagem mais holística da propriedade rural, envolvendo, além do lado ambiental e preocupações com a sanidade dos alimentos, as dimensões sociais e econômicas da produção e tem por objetivo a criação de uma nova sociedade, sob a qual haja uma interação solidária entre produtores e consumidores. O movimento orgânico é mais voltado para a dimensão ambiental e a segurança alimentar dos produtos e tem como objetivo oferecer aos consumidores um produto saudável, atuando em um nicho diferenciado do mercado (CARVALHO, 2003).

Tabela 2 – Principais convergências e divergências entre os movimentos: orgânico e agroecológico.

Características	Agricultura Orgânica	Agroecologia
Público - Alvo	Consumidores	Produtores e consumidores
Protagonistas	Produtores	Produtores e suas redes
Perspectiva	Seguridade do alimento, meio-ambiente	Relações solidárias de produção e consumo
Orientação técnica	Qualidade saudável de insumos e produtos	Processo holístico onde insumos e produtos são apenas parte de um sistema maior
Orientação social	Sendo introduzida	Já contém
Orientação ambiental	Sim	Sim
Tipo de certificação	Terceira parte	Participativa
Objetivo da	Correção de distorções de	Processual, com a criação de

certificação	mercado (garantia)	confiança entre produtores e consumidores
Orientação de mercado	Expansão para mercados locais ou internacionais	Abrangência local ou regional; redes de confiança
Visão do mercado	Muitas vezes seguem as regras do mercado. Não há demandas nesse tema, mas encontra se também muitos agricultores orgânicos vendendo em mercado local, diretamente para consumidor.	Busca mercados solidários

Fonte: Mascarenhas (2007), adaptações da autora

A lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003 do MAPA considera Sistema Orgânico de Produção Agropecuária: todo produto que adota técnicas específicas definidas pela legislação, mediante a otimização do uso de recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente (BRASIL, 2010).

Essa legislação foi fortemente inspirada no conceito da agroecologia, o que possibilitou ampliar e integrar outras dimensões socioculturais: justiça social, conhecimento tradicional, etc. Os agricultores passam a ser valorizados, e os produtos são reconhecidos mediante mecanismos de garantia, tais como certificação em grupo, controle social e responsabilidade solidária (ABREU 2009).

A agroecologia tem sido difundida como uma alternativa bastante viável de produção de alimentos que contempla as preocupações apresentadas no contexto, porém quando os atributos sociais são postos como objetivos, torna-se imprescindível repensar as estruturas comerciais envolvidas. Se a venda realiza-se permitindo que exista remuneração injusta e exploração do trabalho dos agricultores ou de seus funcionários, valor de mercado não condizente com os custos reais da produção, entre outras características do comércio dito capitalista, a produção alimentar agroecológica não cumpre com todas as suas funções, pois esses são critérios tão importantes quanto a ausência de contaminação dos alimentos e do meio ambiente por agrotóxicos ou o empobrecimento das terras agricultáveis. Fica claro que refletir acerca da comercialização é fundamental para garantir os qualitativos pretendidos com os alimentos produzidos sustentavelmente (SAMPAIO e FLORES, 2007).

Nesse contexto, se inserem as possibilidades do chamado comércio justo, trazendo uma série de princípios que estabelecem transformações nos padrões de consumo e de venda.

Essas mudanças são pautadas na eliminação dos níveis de intermediação comercial especulativa, garantia do pagamento de preços justos aos pequenos produtores, fortalecimento das capacidades de escolha e planejamento, estímulo ao surgimento de formas associativas e cooperativas, apoio ao desenvolvimento e oferta de ferramentas de conhecimento e garantia dos fluxos multidirecionais de informações entre os atores envolvidos, entre outros (SAMPAIO & FLORES, 2003).

Nas propostas do Comércio Justo, seja em nível internacional ou na formação de um mercado doméstico, esses dois movimentos apresentam diversas convergências:

1. ambos partilham uma perspectiva ambiental e, portanto, as propriedades rurais que optem por um deles são potencialmente mais elegíveis para atuarem nas redes de Comércio Justo;

2. a dupla certificação Comércio Justo e Orgânico favorece o acesso a um maior número de mercados no comércio Norte-Sul

3. propriedades rurais que adotem os princípios da agroecologia e do Comércio Justo têm maior possibilidade de penetrar em circuitos de comercialização solidários no mercado doméstico;

4. muitos dos princípios da agroecologia são similares àqueles defendidos pelo movimento do Comércio Justo, principalmente no tocante às relações com o meio ambiente e às relações de solidariedade entre produtores e consumidores.

Várias organizações de produtores familiares que participam do Comércio Justo adotam sistemas de produção orgânicos ou agroecológicos como forma de se diferenciarem da agricultura convencional e acessarem um mercado crescente para produtos que têm um apelo de qualidade ambiental e segurança alimentar. Na relação com o mercado, os produtos oriundos desses sistemas de produção, quando não direcionados a mercados locais, necessitam de algum tipo de garantia junto ao consumidor, de que seus processos de produção e os atributos de qualidade intangíveis correspondam ao que é apregoado pelos produtores (MASCARENHAS 2007).

As motivações para a conversão do manejo convencional para o de base agroecológica podem variar desde a ocorrência de doenças na família dos agricultores, provocadas por agrotóxicos, até considerações filosóficas ou religiosas, seja pela diminuição dos custos de produção ou pelo valor de mercado associado a esses produtos.

Os produtores orgânicos estão divididos basicamente em dois grupos: pequenos produtores familiares ligados a associações e grupos de movimentos sociais, que representam 90% do total de agricultores, e grandes produtores empresariais (10%) ligados a empresas privadas.

A produção agrícola de base ecológica tem evoluído em todo o mundo, de um simples nicho de mercado para se tornar um instrumento de política pública, buscando atingir várias metas sociais, incluindo a provisão de serviços ambientais, desenvolvimento rural e sustentável em áreas de ocupação humana (SCIALABBA 2003, DABBERT et al 2001, citado por ALMEIDA, 2008).

Além dos aspectos tecnológicos e agronômicos da produção, fundamentais para o desenho e manejo de sistemas agrícolas sustentáveis, a

agroecologia incorpora outras dimensões mais complexas e abrangentes, que incluem variáveis ecológicas, econômicas, sociais, políticas, culturais e éticas acerca da produção. Na prática, essas dimensões se encontram estreitamente relacionadas, o que determina a necessidade de uma abordagem multidisciplinar para o seu adequado entendimento. Sendo assim, a agroecologia se constitui uma matriz disciplinar integradora, que se nutre de diferentes disciplinas científicas, além de saberes tradicionais e experiências acumuladas pelos próprios agricultores, o que tem possibilitado a definição de bases conceituais e metodológicas com maior capacidade de orientar modelos e processos de desenvolvimento rural sustentável (CAPORAL, COSTABEBER e PAULUS, 2006).

Os resultados econômicos obtidos pelos agricultores também são um elemento chave nas estratégias de desenvolvimento rural sustentável. Assim, uma dimensão econômica da sustentabilidade representa a luta dos agricultores contra a estagnação e a marginalização econômica provocadas pelo processo de acumulação capitalista na agricultura. Esta dimensão expressa estratégias para diversificar as oportunidades de ocupação e renda rural, assim como incrementar os resultados econômicos através da organização da produção e da conquista de novos mercados (PEDROSO, 2008).

De acordo com Sevilla Guzman (2005), a sustentabilidade, sob uma perspectiva agroecológica, não é um conceito absoluto e somente existe em contextos gerados como articulação de um conjunto de elementos que permitem a perdurabilidade no tempo, dos mecanismos sociais e ecológicos de reprodução de um etnoecossistema.

A sustentabilidade se constitui mediante um conceito dinâmico, levando em conta as necessidades crescentes das populações e tendo como base cinco dimensões principais: social, econômica, ecológica, geográfica e cultural (KERBER, 2009).

O conceito de sustentabilidade está fortemente relacionado ao conceito de desenvolvimento rural sustentável, envolvendo o aumento de produção e renda, e implica uma melhoria generalizada das condições de vida e de

trabalho da população que habita o meio rural, permitindo o acesso aos bens e serviços sociais que devem ser garantidos a todos os cidadãos (KERBER, 2009).

Qualquer paradigma alternativo, que ofereça esperanças de livrar a agricultura da crise, deve considerar os aspectos ecológicos, sociais e econômicos. Enfocar exclusivamente o abrandamento dos impactos ambientais, por exemplo, sem enfrentar a dura realidade social que os agricultores vivem ou as forças econômicas que perpetuam a crise, é estar condenado ao fracasso (ALTIERI, 2002).

Por fim, a dimensão social da sustentabilidade considera que a conservação ambiental e o crescimento econômico só adquirem sentido, quando seus produtos e benefícios são equitativamente usufruídos pelos diversos segmentos da sociedade. Esta dimensão inclui, entre outros fatores, a busca contínua por melhores condições de vida, trabalho e segurança alimentar, mediante a produção e consumo de alimentos mais saudáveis, o que envolve, por exemplo, uma produção agrícola isenta de insumos tóxicos. Além disso, envolve estratégias de inclusão social e de garantia do direito a participação dos agricultores na construção das alternativas destinadas às suas próprias necessidades (PEDROSO, 2008).

Dentre os benefícios sociais proporcionados pela agricultura de base agroecológica ou de base ecológica estão os relacionados à melhoria da qualidade de vida das famílias, principalmente pela não utilização e manuseio de agrotóxicos, pelos valores éticos da relação de respeito e integridade moral que estabelecem com os animais e com o ambiente produtivo, pela dignidade, honestidade, e relação de transparência entre os colaboradores que trabalham na atividade, além de poder negociar seus produtos com o mercado de forma diferenciada e mais justa – Comércio Justo.

Os princípios do Comércio justo se assemelham a alguns princípios da Agroecologia, pois ambos consideram o bem estar do ser humano como prioridade principal: permitir o desenvolvimento sustentável de todos os agentes envolvidos no processo por meio de condições justas de produção,

agregação de valor e Comercialização. Tanto a Agroecologia como o Comércio Justo incluem o respeito e preservação do meio ambiente.

É importante relatar que cada região recebe influências e características diferenciadas como trajetória social, cultural, ambiental, econômica, ética e política, o que não permite haver consenso entre os autores mais importantes da atualidade em relação aos conceitos metodológicos preferenciais ou guias metodológicos que permitam realizar pesquisa agroecológica, conforme a lição das ciências cartesianas ou clássicas. A pesquisa em agroecologia trata a ciência com bases epistemológicas diferenciadas e os desenhos metodológicos têm sido construídos por meio de adaptações e formulações de pesquisa que buscam conhecer contextos locais em que os agricultores interagem harmonicamente, ou não, com a natureza (ALMEIDA, 2008).

1.3 – Histórico do Comércio Justo

O processo de globalização na segunda metade do século XX foi caracterizado por uma crescente exploração de pequenos proprietários e suas famílias na Ásia, África e América Latina. A competição feroz por commodities agrícolas, no mercado global levou a crescente pressão dos preços para os produtores. A resultante queda dos preços dos produtos agrícolas piorou tanto a situação da renda quanto as condições sociais dos fazendeiros e trabalhadores do setor agrícola.

O comércio justo é uma alternativa ao comércio convencional e é um dos pilares da sustentabilidade econômica e ecológica.

Trata-se de um movimento social e uma modalidade de comércio internacional que busca o estabelecimento de preços justos.

1.3.1 - O que é o Comércio Justo?

Para a International Federation of Alternative Trade (Federação Internacional de Comércio Justo) – IFAT – “Comércio Justo é uma parceria comercial, baseada em diálogo, transparência e respeito, que busca maior

equidade no comércio internacional. Ele contribui para o desenvolvimento sustentável, por meio de melhores condições de troca e garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados principalmente do Sul.”

Com o objetivo principal de estabelecer um contato direto entre o produtor e o comprador e tirá-los da dependência de atravessadores e das instabilidades do mercado global de *commodities*, a relação comercial entre eles precisa obedecer a princípios precisos para que possa ser considerada “justa” (SCHNEIDER, 2007).

O Comércio Justo contribui para desenvolver sustentabilidade e garantir vida digna e perspectivas de futuro aos pequenos produtores. As organizações de Comércio Justo estão ativamente comprometidas em apoiar os produtores, com a finalidade de conscientizar e fazer campanhas a favor de mudanças nas regras e práticas do comércio internacional convencional.

1.3.2 - Como Surgiu o Comércio Justo (origem)

Muitos autores atribuem as primeiras iniciativas de Comércio Justo ao movimento cooperativista, cujo crescimento ocorreu principalmente na última metade do século XIX, quando o pressuposto básico era possibilitar um melhor preço para produtores e consumidores através da redução dos custos de intermediação. Contudo, somente nas décadas de 1940 e 1950 foram registradas as primeiras ações concretas para buscar soluções para esses problemas (MASCARENHAS 2007).

O comércio justo tem sua origem em duas vertentes: uma europeia e outra norte-americana, ambas do período pós Segunda Guerra Mundial. Na Europa, o movimento nasceu de iniciativas vinculadas às igrejas cristãs que se preocupavam com a necessidade de relações comerciais mais justas entre o “norte” e o “sul”, ou seja, entre compradores de países ricos e fornecedores de procurar países pobres (PEDINI, 2011).

Nos Estados Unidos, o movimento nasceu a partir da ação de grupos de voluntários envolvidos com a ajuda humanitária a grupos de artesãos de países pobres. Foi quando algumas organizações não-governamentais começaram a

importar dos países do 3º mundo, pequenas quantidades de artesanato, para que fossem comercializadas nos encontros dessas organizações e em alguns pontos específicos de vendas.

Também se associa o início do comércio justo com a compra de café da Nicarágua para apoiar os sandinistas, iniciado pelos movimentos políticos de solidariedade. A partir de 1964, várias iniciativas de Comércio Justo ocorreram em países da Europa, e o movimento se expandiu de forma contínua. Na Holanda, a Fair Trade Organisatie importou o primeiro café comercializado de cooperativas de pequenos agricultores da Guatemala (*fairly traded*). Na Suíça, surgiu a "Gebana" (de *gerechte Banane* ou "banana justa") em 1978, que abriu espaço nos supermercados para esse produto.

Todos os movimentos partiram de iniciativas de pessoas ligadas a entidades religiosas ativas que lutavam pelo desenvolvimento com base em solidariedade, principalmente em relação a grupos de pequenos produtores agricultores nos países em desenvolvimento.

A partir de feiras e bazares, organizados pelas igrejas, foram surgindo aos poucos, pontos de vendas e depois lojas ou lojas do mundo – *worldshops*, (Ilustração 1), para a comercialização.

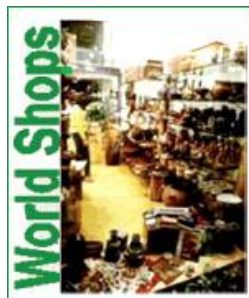
As *worldshops* são lojas especializadas em produtos do comércio justo e também as responsáveis pela sensibilização dos consumidores ao movimento. São organizações sem fins lucrativos e, em muitas delas, boa parte do trabalho é realizado por voluntários (GOMES, 2010). Hoje são estimados em torno de 3.000 lojas em todo o mundo (SCHNEIDER, 2007).

Com o aumento desse comércio, surgiram também as ATO – *Alternative Trade Organizations*, organizações de comércio alternativo, que assumiram o trabalho de importação/exportação e logística. Elas também ajudaram a criar cada vez mais *worldshops* e, em conjunto, faziam o trabalho de conscientização dos consumidores na ponta. No entanto, por mais que eles sensibilizassem seus clientes para a causa, não conseguiam ir além do público limitado dos *worldshops*.

Essa rede de Atos e lojas solidárias desempenha um papel importante no desenvolvimento do que agora é conhecido como Comércio Justo, e a maior

parte desse comércio se encontra na Europa, América do Norte, Austrália e Nova Zelândia.

Ilustração 1 – World Shops



Fonte: Schneider,(2007)

Em meados de 1980, o movimento recebeu novo impulso e em 1986 pequenos agricultores do México pediram que, ao invés de enviarem ajuda humanitária, eles queriam que lhes comprassem o café a um preço justo (SCHNEIDER, 2007).

A partir desse pedido foi desenvolvida, por uma entidade holandesa, toda uma estratégia de apoio e comercialização, que culminou com a criação da marca de produto (Trade Mark). Em 1988 essa entidade holandesa denominada Solidaridad criou um selo, denominado Max Havelaar.

Max Havelaar é o personagem de um livro que, em 1859, reclamava às autoridades do governo colonial das então Índias Holandesas Orientais, hoje Indonésia, das condições desumanas nas quais trabalhavam os trabalhadores locais. Naquela época ele não obteve nenhum sucesso.

Esse selo, inicialmente foi aplicado apenas ao café, em homenagem ao criador do modelo alternativo de comercialização, com a finalidade de expandir a distribuição de produtos oriundos do comércio justo para os pequenos mercados localizados em países desenvolvidos, objetivando garantir que os produtos desse mercado respeitassem certos padrões ambientais e de trabalho humano.

Com essa marca foi possível ir além do círculo restrito das *world shops* e entrar no varejo tradicional. A idéia prosperou rapidamente e em apenas um ano o produto com o selo já detinha 3% do mercado de café.

Esse modelo serviu de referência para iniciativas em outros países. Alguns adotaram o nome *Max Havelaar*, outros introduziram marcas próprias, como *TransFair* na Alemanha, *FairTrade Foundation* na Grã-Bretanha e *Rattvisemarkt*, na Finlândia. Essas organizações estabeleciam, independentemente, suas próprias regras e procedimentos para a certificação e utilização dos selos de comércio justo.

Os pequenos agricultores avaliaram, naquele momento, a oportunidade de proteger suas famílias e seus estilos de vida, eliminando os intermediários na negociação das safras, passando a abastecer diretamente os mercados do hemisfério Norte.

Com o passar dos anos, diversas entidades de comércio justo foram criadas em diferentes países, com base no trabalho voluntário de grupos de consumidores espalhados pelos países desenvolvidos, com um papel fundamental no desenvolvimento do comércio justo, tal como é conhecido atualmente.

Em 1989, na Holanda, foi criada a IFAT – International Fair Trade Association", uma rede global de organizações de Comércio Justo, incluindo organizações européias, africanas, asiáticas, australianas e das Américas do Sul e Norte. A logomarca IFAT identifica as organizações que obedecem aos critérios de comércio Justo em suas atividades.

Ilustração 2 - Logo marca da IFAT



Fonte: Schneider,(2007)

Nos anos noventa o movimento cresceu consideravelmente, exigindo a harmonização de conceitos e dos vários sistemas de controle de selos nacionais que surgiram. Além disso, foi um período de integração de atividades e concentração de forças.

A European Fair Trade Association - EFTA é uma associação de 11 importadoras de Comércio Justo de nove países europeus (Alemanha, Áustria, Bélgica, Espanha, França, Holanda, Itália, Reino Unido, Suíça), que importam produtos de cerca de 400 grupos produtores da África, Ásia e América Latina. Fundada em 1990, com sede em Maastricht, Holanda, após três anos de cooperação informal, a EFTA é hoje uma das organizações-chave no movimento de Comércio Justo no esforço de harmonizar e coordenar as atividades no contexto internacional e é a entidade mais ativa no lobby internacional.

Ilustração 3 - Imagem da EFTA



Fonte: Schneider,(2007)

Em 1994, a efetivação da União Européia motivou os lojistas dos *world shops* a criarem uma rede de cooperação e troca de informações, a *Network of the European World Shops* (NEWS).

Os objetivos da NEWS são: interligar as *worldshops* e suas organizações em toda a Europa; iniciar, direcionar e promover campanhas conjuntas, estimular e apoiar a criação de associações de *worldshops* na Europa, cooperar com outras entidades com ênfase nos interesses das *worldshops*.

Ilustração 4 - Marca NEWS



Fonte: Schneider,(2007)

Também em 1994, foi criada a Fair Trade Federation - FTF, que reunia importadores, atacadistas, produtores e varejistas dos EUA e Canadá, sediada em Washington, possibilitando apresentar hoje, em seu site, 116 lojas de varejo e 159 atacadistas especializados.

Seu trabalho abrange a América do Norte, e países como, Japão, Austrália e Nova Zelândia. Tem como principal atividade a troca de informações entre os membros e promoção de campanhas de conscientização aos consumidores, além de estudos do setor (GOMES, 2010).

Ilustração 5 - Marca da Fair Trade Federation



Fonte: Schneider,(2007)

Desde abril de 1997 todos os selos de Comércio Justo passaram a ser coordenados pela Fairtrade Labelling Organizations Internacional - FLO, organização que passou a determinar as diretrizes de certificação para o Comércio Justo selado em todo o mundo. Com a unificação de diversas iniciativas nacionais sob esse selo, foram definidos critérios básicos para o enquadramento de entidades de produtores, empresas e importadores participantes do movimento (MASCARENHAS, 2007).

1.3.3 – O que é FLO?

FLO é uma organização “guarda-chuva” responsável pela certificação dos produtos, visando à harmonização, tanto dos critérios e processos para a certificação, como em relação à logomarca, ou seja, a identificação visual, a ser usada. Até então, as entidades nacionais de certificação de cada país trabalhavam com critérios e marcas próprias. Isso, além de confundir

consumidores, resultava em superposição de trabalhos e custos desnecessários. Por exemplo: visitas de diversos inspetores aos mesmos países, ou países vizinhos, e que poderiam ser realizadas por um só profissional num roteiro estendido.

A FLO é uma Federação que une as Iniciativas Nacionais do Selo de Comercio Justo FAIRTRADE presentes em 21 países e nas Redes de Produtores que representam Organizações de Produtores Certificados FAIRTRADE na América Latina, África e Ásia. Um selo único viria facilitar o comércio em mais de um país, tornando o negócio mais viável para o lançamento de novos produtos. No entanto, o custo para introduzir uma nova marca, o desafio de encontrar uma marca única que tivesse visibilidade e aceitação em todos os países, somando-se ao risco de se perder a confiança e o reconhecimento com o desaparecimento das marcas antigas, serviram de elemento complicador para uma mudança mais rápida.

Porém, em 2002, a FLO International criou um selo padrão Fair Trade Certified FAIRTRADE (International Certification Fairtrade Mark) para a certificação internacional de produtos advindos do comércio justo. O Selo Internacional de Certificação de Comércio Justo FAIRTRADE garante aos consumidores que os produtores dos países em desenvolvimento recebessem um tratamento justo. A marca Fairtrade é um selo independente que aparece nos produtos finais, sendo a única garantia para os consumidores de que os produtores receberam um preço que cobre os seus custos de produção.

Ilustração 6 - Selo da FLO



Fonte: Schneider,(2007)

Encontramos o selo em dezenas de diferentes produtos: café, chá, arroz, banana, manga, cacau, algodão, açúcar, mel, sucos de frutas, nozes, frutas frescas, quinoa, ervas especiarias, vinho entre outros. Os produtos com certificação FLO permitiram que pequenos agricultores, organizações e seus membros conseguissem alcançar uma maior autonomia e maior poder de compra. A estabilidade econômica proporciona um melhor padrão de vida. Para receber um preço justo (preços mínimos do Comércio Justo FAIRTRADE) para os seus produtos, o prêmio de FAIRTRADE ajuda os produtores a adquirir a infra-estrutura necessária para desenvolver seus negócios e suas comunidades, sempre com respeito ao meio ambiente.

Alguns exemplos dos benefícios do Comércio Justo FAIRTRADE são:

- Maior e mais fácil acesso a empréstimos sem juros ou com juros muito baixos;
- Assistência técnica na construção de infra-estruturas que melhorem a produção;
- Sistemas de comunicação, transporte e maquinaria de processamento de uso comunitário;
- Melhor educação e sistema de higiene;
- Formação técnica e diversificação de técnicas para membros das organizações de produtores e suas famílias.

Em 2003, a nova marca global de Comércio Justo foi adotada por todas as Iniciativas Nacionais (com exceção da Suíça, EUA e Canadá) e, em muitos países, o nome Fairtrade já está complementando ou substituindo o nome inicialmente usado pelo selo local. Na Áustria, por exemplo, o nome foi mudado de Transfair Áustria para FAIRTRADE AUSTRIA. Outras iniciativas nacionais estão caminhando na mesma direção.

Reconhecendo que existem muitos aspectos e assuntos de natureza global no Comércio Justo, as organizações internacionais se encontram, desde 1996, num grupo de trabalho informal chamado FINE composto pelas iniciais das quatro principais entidades: FLO, IFAT, NEWS e EFTA.

Esse grupo trabalha sem estrutura formal, sem poder de decisão, mas tem o papel de proporcionar a troca de informações entre seus membros como principal atividade. Desde 2004 vem desenvolvendo um trabalho na área jurídica, a fim de auxiliar seus membros na captação de dinheiro público para o *Fair Trade*.

Tabela 3 - Principais entidades internacionais de Comércio Justo.

	FLO	IFAT	NEWS	EFTA	FTF	FINE
Ano de Fundação	1997	1989	1994	1990	1994	1998
Tipo de Associados	Iniciativas nacionais de certificação	Produtores e organizações de comércio alternativo-(ATOS)	Associações nacionais de world shops (lojas do mundo)	Importadoras especializadas em Comércio Justo	Produtores, importadores, atacadistas, varejistas	FLO, IFAT, NEWS e EFTA
Número de associados	20	Aprox.300	15	11	115	FLO, IFAT, NEWS, e EFTA
Número de países	21	70	13	9	2	Trabalho em todo o mundo
Sede	Bonn, Alemanha	Oxford, Reino Unido	Utrecht, Holanda	Maastricht, Holanda	Washington, EUA	-

Fonte: Sebrae histórico comércio justo adaptado pelo autor.

Hoje em dia, o processo de harmonização da Certificação Internacional de Comércio Justo – FAIRTRADE está em curso. Todas as iniciativas do Selo adotaram o novo Selo Internacional exceto a Transfair USA, Transfair Canadá e Max Havelaar Suíça.

Ilustração 7 - Logotipos do Comércio Justo utilizando as marcas Fair Trade, Max Havelaar e TransFair



Fonte: Schneider,(2007)

Para que um produto apresente o selo Fairtrade, é obrigatório que todos os elos da cadeia de produção estejam em conformidade com as normas internacionais de certificação do comércio justo, as quais são determinadas por especialistas em certificação internacional da FLO. As partes envolvidas na produção e comercialização recebem inspeções anuais para garantir a transparência das transações comerciais Fairtrade, assim como para monitorar o impacto efetivo no desenvolvimento socioeconômico das comunidades beneficiadas.

A Certificação Fairtrade tem se consolidado como um dos instrumentos mais bem-sucedidos para a luta contra a pobreza e o acesso aos mercados. Ao mesmo tempo, consumidores de todo o mundo reconhecem no Selo Fairtrade a garantia de um sistema crível e transparente de promoção do desenvolvimento sustentável (SCHNEIDER, 2007).

1.3.4 – Funcionamento do mercado de Comércio Justo

O Mercado de comércio solidário está muito bem organizado e, resumidamente, organiza-se da seguinte maneira:

a) Grupos produtores

Parte fundamental do movimento, e razão pela qual o Fair Trade foi criado. Fabricam, produzem e exportam seus produtos. Devem estar organizados em cooperativas ou associações e podem atuar em outros elos, podendo criar sua empresa de exportação e comercialização (GOMES, 2010).

b) Grupo consumidores

São pessoas com um novo tipo de consciência, mais voltada para a questão social. O consumidor busca produtos com maior valor social agregado, por se identificar talvez com uma causa em que acredita. Essas pessoas estão interessadas em saber de onde vem o produto e como é produzido. No caso do café Fair Trade, por exemplo, Taylor et al. (2005) citado por Gomes (2010), afirma que a importância em se incrementar a demanda por café comercializado segundo os princípios de justiça social e ambiental reside no

fato de que com isso, os consumidores podem usar seu poder de decisão par reduzir os problemas sociais e ambientais do mercado global.

c) ONGs

Direcionam algumas de suas atividades de conscientização para o consumo responsável ou trocas mais justas entre os países do Norte e do Sul. Também ajudam produtores a seguirem algumas exigências de mercado, controle de qualidade de produtos, treinamento em administração para as organizações, formação técnica, serviços de consultoria, etc.

c) Importadores

Podem atuar como atacadistas, distribuidores, e/ou representam os próprios varejistas. Apóiam os produtores de diversas maneiras como: apoio técnico no desenvolvimento de produtos e controle da qualidade, treinamento em diversas áreas funcionais da organização, apoio financeiro adicional, antecipando pagamentos e financiando a produção. Responsabilizam-se também pela conscientização dos consumidores, até porque no caso do varejo estão em contato direto com o consumidor final (GOMES, 2010).

d) Exportadores

Cuidam dos aspectos logísticos e burocráticos da exportação dos produtos. Sua função prática, no entanto, deve ser a de um prestador de serviços e não a de um *trader* tradicional, que compra e revende, visando à maximização do lucro no processo. Eles devem atuar como facilitadores do serviço. Essas empresas, normalmente, são também associadas à IFAT, sendo cadastrados como *traders*.

e) Organizações de certificação (Iniciativas Nacionais)

São organizações, constituídas em sua maioria, por entidades religiosas ou de desenvolvimento. Dentre as tarefas designadas estão: (1) Prospecção, certificação e fiscalização das licenciadas. (2) Apoio e orientação para o marketing das licenciadas e do varejo. (3) Ações de informação e conscientização junto ao consumidor final. (4) Discutem a definição de critérios e contribuem para a definição de quais serão usados pela FLO na certificação de produtos e processos. (5) Oferecem apoio e orientação para o marketing das lojas.

f) Empresas licenciadas

São as empresas que recebem da Iniciativa Nacional a licença para a produção ou comercialização de um produto de Comércio Justo. Estas empresas podem ser exclusivamente de Comércio Justo, como a Gepa, da Alemanha, ou a Café Direct, do Reino Unido, ou de produtos convencionais, de marcas tradicionais, como a Marks & Spencers, também do Reino Unido, que querem lançar um ou mais produtos de Fair Trade. Para poder receber o selo, terão de obedecer a todos os critérios gerais e específicos do produto e ainda pagar uma taxa anual de licença pelo uso do selo. Esta taxa irá financiar a fiscalização da empresa e de todo o processo de produção, o pagamento justo (SCHNEIDER, 2007).

Há diversos comitês de discussão em que estão representados os grupos que fazem do comércio solidário sua primeira linha de atuação. Nestes comitês são discutidos os critérios de certificação, as dificuldades dos produtores, a situação do mercado internacional e das políticas de comércio exterior.

Na visão de Tallontire (2000) citado por Mascarenhas (2007), o Comércio Justo transformou-se de um movimento ligado à solidariedade, nos anos iniciais, a um movimento visando a uma parceria comercial, de acordo com as seguintes fases:

Comércio da Boa Vontade – entre meados dos anos 1950 até início dos anos 1970; esse se caracterizou como um período de iniciativas ingênuas (*naïve period*), através do esforço de ONGs que trabalhavam com projetos comunitários ligados à religião ou à fé, as quais procuravam comercializar seus produtos nos mercados do Norte. Esse período foi caracterizado por iniciativas *ad hoc*, pulverizadas e sem um cunho organizacional definido em termos de coordenação das ações.

Comércio Solidário – entre o início dos anos 70 e final dos anos 80; iniciou-se um movimento de agregação de outros grupos de produtores, com ênfase para aqueles organizados coletivamente, embora situados em países que desafiavam a ordem econômica. As campanhas com relação ao consumidor tinham um apelo político-ideológico, os quais se engajavam em atos de consumo simbólico relativo a uma solidariedade com as lutas políticas e com a

situação econômica dos países produtores. Com a mudança do clima político no mundo, essas motivações tenderam a se enfraquecer.

Comércio Mutuamente Benéfico para Produtores e Consumidores – nos anos 90, com os problemas enfrentados por diversas ONGs em relação à manutenção de preços e da demanda para os produtos dos países do Sul, a ênfase do movimento deixou de ser apenas centrada no produtor, passando a escutar as demandas dos consumidores e, através de campanhas sobre consumo consciente (além de solidário), possibilitar o Comércio Justo de mercadorias entre países do Norte e do Sul.

Parcerias Comerciais – no final dos anos 90 e nos primeiros anos do século XXI, o movimento do Comércio Justo reforçou seu direcionamento para os benefícios mútuos entre produtores e consumidores (*bi-direcionalidade dos benefícios*) e a inclusão de empresas nessas parcerias. Ou seja, a melhoria das condições de vida dos produtores, via Comércio Justo, seria contrabalançada pelos benefícios ao consumidor relativos a uma imagem de consumo consciente voltado para produtos de boa qualidade e tendo como consequência a melhoria sócio-econômica de povos excluídos. Nesse universo, as práticas das empresas voltadas para esses objetivos poderiam ser implementadas em parcerias com o movimento.

1.3.5 - Mercado de Comércio Justo no mundo

O Mercado para produtos do comércio solidário movimenta atualmente na Europa mais de US\$ 230 bilhões anualmente, segundo a estimativa do EFTA (Fair Trade in Europe 2001), que inclui tanto produtos artesanais vendidos nas "Loja do Mundo" quanto produtos alimentares com o selo "Fair Trade", também vendidos nos supermercados. Destes, aproximadamente US\$ 185 bilhões (80%) correspondem às vendas de produtos certificados pela FLO. Os maiores mercados da FLO são a Alemanha, a Suíça, o Reino Unido e a Holanda. As parcelas do mercado para produtos certificados chegam a aproximadamente 3% como o café na Suíça e na Holanda e a 15% para a banana na Suíça. Na Alemanha, a parcela obtida pelo chá do comércio solidário é de

aproximadamente 2%. Nos Estados Unidos e no Canadá, o mercado gira em torno de US\$ 100 bilhões segundo os cálculos da FTP (2002 Report on Fair Trade Trends in the U.S. & Canadá). Deste total aproximadamente US\$ 64,5 bilhões (65%) provêm do café certificado pela FLO, e o restante corresponde às vendas de produtos diversos da FTF, sem o selo da FLO.

No ano de 2000, o café certificado pela FLO para os Estados Unidos e o Canadá conseguiu vendas de aproximadamente US\$ 64,5 bilhões. Estê café vem principalmente da Colômbia, Costa Rica, Guatemala e do México. O maior importador de produtos "fair trade" na Europa é a Gepa da Alemanha, com vendas de mais de US\$ 20 bilhões; os dois a seguir têm vendas de mais de US\$ 10 bilhões, a Fair Trade Organisatie (Holanda) e a Traidcraft (Reino Unido); os três seguintes têm um valor acima dos US\$ 7 bilhões, a Oxfam fair Trade (Reino Unido), o CTM Altromercato (Itália), a Claro Fair Trade AG (Suíça).

Ilustração 8 - Logomarca da Gepa



Fonte: Schneider,(2007)

Duas organizações destacam-se nos EUA, a Ten Thousand Villages e Serrv International. Realizam vendas acima dos US\$ 10 bilhões e US\$ 5 bilhões respectivamente, mais de 95% em artesanato. A organização Peoplinc Inc. oferece o acesso de produtos ao mercado americano pela internet (SCHNEIDER, 2007).

Segundo dados da FLO, o mercado certificado Fairtrade cresce a taxas anuais de 40% ao ano. Desde 1997, o volume de alimentos certificados comercializados é crescente e, em 2007, movimentou \$2.380.000.000 euros, atingiu a marca de 250 mil toneladas vendidas nos 60 países de sua atuação. Somando a Europa e os EUA, existem mais de 100.000 redes de

supermercados e 3.000 lojas que comercializam produtos do Comércio justo (ABREU, 2009).

Apesar da expansão do movimento do Comércio Justo nos últimos anos, se considerados os resultados apenas pelas cifras relativas ao comércio de mercadorias, ele ainda se constitui um mercado de nicho, absorvendo apenas 0,02% de todo o comércio internacional (MASCARENHAS, 2007).

1.4 - Princípios do Comércio Justo

Os princípios mestres que devem reger uma relação comercial considerada justa são:

Princípio 1 – Fortalecimento da Democracia, Respeito à liberdade de opinião de organização e de identidade cultural.

Deve-se primar pelo exercício de relações demográficas e autogestionárias no desenvolvimento das atividades relacionadas à produção e à comercialização de base justa e solidária;

Princípio 2 – Condições justas de produção, agregação de valor e comercialização.

A prática do Comércio Justo e Solidário deve garantir condições dignas de trabalho e remuneração, bem como, equilíbrio e respeito nas relações entre os diversos atores, visando à sustentabilidade econômica, socioambiental e à qualidade do produto ao longo de toda uma cadeia produtiva.

Princípio 3 – Apoio ao desenvolvimento local em direção à sustentabilidade.

A prática do Comércio Justo e Solidário deve estar associada ao compromisso comunitário, visando o bem-estar socioeconômico e cultural da comunidade, promovendo assim, a inclusão social através de ações geradoras de trabalho e renda e manutenção e recuperação da biodiversidade.

Princípio 4 – Respeito ao meio ambiente

A prática do Comércio Justo e Solidário deve primar pelo exercício de práticas mais responsáveis e menos prejudiciais ao meio ambiente.

Princípio 5 – Respeito aos direitos das mulheres, crianças, grupos étnicos e trabalhadores (as).

A prática do Comércio Justo e Solidário deve promover entre todas as pessoas e entidades a ela ligadas, a equidade de gênero e a não discriminação baseadas em raça, religião, geração, posição política, procedência social, naturalidade, escolha sexual, estado civil e/ou portadores (as) de necessidades especiais.

Princípio 6 – Informação ao consumidor

A prática do Comércio justo deve primar pela transparência nas relações de produção, comercialização e consumo, garantindo o respeito aos direitos dos consumidores e a educação para o consumo solidário.

Princípio 7 – Integração dos Elos da Cadeia

A prática do Comércio Justo e Solidário deve estimular uma maior aproximação entre todas as pessoas e entidades a ela ligadas de forma a garantir processos contínuos de reflexão, debate e difusão dos pressupostos conceituais e práticos do Comércio Justo e Solidário e do Consumo Ético, responsável e solidário.

1.5 - Comércio Justo no Brasil e perspectivas

Falar sobre comércio solidário no Brasil não é uma tarefa fácil, pois, embora participemos dele, não existem dados sistematizados que nos permitam analisar este setor minuciosamente. O comércio justo começa no Brasil nos anos 70, por meio do trabalho de ONGs européias que, na sua maioria, estavam ligadas a trabalhos de igrejas, à organização de grupos de trabalhadores rurais e à venda informal de artesanato.

Apesar de existirem grupos de produtores organizados em cooperativas e com base no que hoje se chama de agricultura familiar, desde a década de 1970, o processo de mobilização da sociedade civil brasileira para a promoção do Comércio Justo e Solidário no país começou em 2001, com as primeiras articulações de organizações de produtores, entidades de assessoria e representações governamentais.

As primeiras exportações de que se tem registro foram provenientes de cooperativas do Nordeste a Cooperativa dos Beneficiários Artesanais de Castanha de Caju – COOPERCAJU, que exportou castanha-de-caju para o mercado europeu. Com relação ao Comércio Justo certificado, o primeiro lote exportado foi o café de uma organização de produtores de Rondônia, o café de marca ACARAM, que comercializou o produto sob o selo da Max Havelaar (MASCARENHAS, 2007).

Uma das experiências brasileiras significativas foi a da Visão Mundial Brasil. Seu Programa de Comércio Solidário começa em 1999 apoiando pequenos produtores agrícolas e de artesanato na exportação dos produtos, além de desenvolver o mercado interno. A associação internacional também foi fundamental para a comercialização de produtos agrícolas para organizações como a Claro (Suíça), a EZA (Áustria) e a CTM (Itália). No artesanato, a associação com as "Lojas do Mundo" da região do Benelux foi fundamental para as comunidades. Todos os produtos receberam a assessoria de instituições como a FLO e a IFAT. No mercado interno, foram realizados diversos projetos com redes de supermercados e lojas comerciais para que se ampliassem os canais de vendas. Houve vendas para as lojas do Carrefour, BomPreço e ViaBox, todos supermercados (SCHNEIDER, 2007).

Outra experiência de mercado justo no Brasil desenvolveu-se através do "Suco Justo", projeto piloto da FLO que envolve produtores de laranja residentes em Paranaíba/PR. O projeto viabiliza a comercialização na Alemanha, na Suíça e na Áustria, do suco de laranja produzido pela Paraná Citrus S/A, sendo gerenciado pelo Conselho Municipal dos Direitos das Crianças e do Adolescente em parceria com a prefeitura local e monitorado pela B&SD, que faz a "ponte" entre os produtores e o mercado consumidor.

O projeto, além de fornecer um produto de excelente qualidade, possibilitou melhorias sociais e a regularização do trabalho dos produtores como um dos requisitos obrigatórios para a obtenção do Selo.

O Comércio Justo no Brasil atua de forma relacionada às propostas dos movimentos que buscam respostas às principais demandas dos produtores rurais e urbanos brasileiros, ou seja, atua na criação de canais alternativos de comercialização, em escala nacional e também internacional, tendo a Economia Solidária e a Agricultura Familiar como alternativa complementar às ações de apoio direto à produção e à organização de empreendimentos autogestionários.

Entretanto, a falta de uma identidade nacional referente ao movimento, com baixa divulgação entre os consumidores, faz com que o movimento seja considerado uma atividade que compõe o braço comercial da economia solidária, seja nas discussões dos atores da sociedade civil, seja no âmbito de suas relações com o estado.

Na sua adaptação aos contextos socioeconômico e cultural brasileiro, o movimento do Comércio Justo e Solidário incorpora os princípios da economia solidária, da agroecologia e do associativismo popular.

Tais alternativas complementares necessitavam de conceitos próprios, que integrassem as demandas e soluções de todos estes movimentos nacionais, com a proposta do comércio justo “Norte X Sul”, em uma alternativa nacional adaptada a nossa realidade, e construída pelos atores brasileiros (FACES DO BRASIL 2011).

Diversas iniciativas existentes no Brasil, ligadas a sistemas de produção alternativas (agricultura orgânica, agroecologia) e comercialização solidária (lojas alternativas, pontos de venda da Economia Solidária e de organizações sindicais, cooperativas de produtores) vêm há muito tempo exercitando sistemas de produção e comercialização que não fogem muito das linhas de Comércio Justo.

Nesse sentido, o movimento do comércio justo e solidário no Brasil compõe uma rede de movimentos sociais e atores, cujo grau de complexidade se eleva, na medida em que a proposta de um sistema nacional de caráter

misto (público e privado) passa a incorporar interesses de diversos atores sociais, voltada para o empoderamento de pequenos produtores com baixo acesso ao mercado tradicional (MASCARENHAS, 2007).

Assim, os primeiros anos de trabalho se dirigiram à construção desta alternativa brasileira, por meio da articulação de distintos atores, em processos participativos de construção de princípios, critérios e procedimentos, que ajudaram a desenvolver a base política e conceitual em que hoje se apóia o movimento brasileiro em torno da proposta do “Comércio Justo e Solidário” (FACES DO BRASIL 2011).

Até o século passado, a experiência brasileira no comércio justo concentrava-se exclusivamente em sermos fornecedores. Mas, a partir de 2000, percebem-se os avanços brasileiros nas discussões do desenvolvimento do mercado interno, das regras de certificação, das políticas de incentivo à pequena produção.

A crescente preocupação dos consumidores brasileiros em relação ao desenvolvimento sustentável e proteção do meio ambiente criou uma oportunidade de mercado para que produtos certificados Fair Trade sejam consumidos no Brasil. Entretanto, pelo fato de o Brasil ser um país tradicionalmente exportador de “*commodities*”, é necessário o desenvolvimento de um intenso trabalho para que os pequenos produtores tenham condições de vender em seu próprio país (FAIR TRADE 2010).

Em 2001 começa um processo de mobilização da sociedade civil brasileira para a promoção do comércio justo, quando importantes organizações de produtores, entidades de assessoria e representantes governamentais, passaram a articular-se formando o Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário - FACES do Brasil (FACES DO BRASIL 2011).

No Brasil, durante muitos anos, foi usada a expressão Comércio Ético e Solidário. No entanto, na última consulta, organizada pelo FACES, pela OPFCJS – Organização dos Produtores Familiares de Comércio Justo e Solidário, e pelo FBES – Fórum Brasileiro de Economia Solidária em maio de 2006 resultou na definição do “Sistema Nacional de Comércio Justo e Solidário – SNCJS” e na expressão “Comércio Justo e Solidário”.

O conceito de Comércio Justo e Solidário no Brasil é aquele reconhecido e consolidado pelo SNCJS.

Entende-se por comércio justo e solidário:

“o fluxo comercial diferenciado, baseado no cumprimento de critérios de justiça e solidariedade nas relações comerciais que resulte no protagonismo dos Empreendimentos Econômicos e Solidários (EES) por meio da participação ativa e do reconhecimento da sua autonomia” (FACES DO BRASIL 2011).

Em fevereiro de 2008, foi entregue à COMJUR - Comissão Jurídica do Ministério do Trabalho e Emprego, o documento final do SNCJS para sua efetiva promulgação.

A promulgação do SNCJS representa um grande avanço na consolidação do CJS como uma política pública de redução da pobreza e redistribuição de renda. Entretanto isso apenas não basta. É no campo das relações econômicas, da produção, da comercialização e do consumo solidários que esta proposta pode se torna realidade, e vindo a provocar mudanças.

O SNCJS será controlado pela Comissão Nacional de Comércio Justo e Solidário – CNCJS, e pelas cinco Comissões Regionais de Comércio Justo e Solidário – CRCJS, compostas por representantes da sociedade civil, que tenham reconhecida atuação junto à sociedade no âmbito dos temas propostos.

Características estratégicas do Comércio Justo Solidário:

- a. Contribuir para a construção de relações justas e solidárias no mercado;
- b. Favorecer a co-responsabilidade entre os diversos atores das Redes de Produção e Comercialização;
- c. Praticar remuneração e preço justos para quem produz e consome;
- d. Considerar a diversidade étnica e cultural e valorizar o conhecimento e a identidade das comunidades tradicionais nas relações comerciais;
- e. Fomentar a integração efetiva entre produtor(a) e consumidor(a), para a construção coletiva e participativa dos mecanismos de controle e fomento para o desenvolvimento local sustentável;

- f. Promover as práticas de produção, comercialização e consumo que tenham como princípio o fortalecimento da justiça social, a preservação ambiental e a defesa da saúde humana.

Porém, na medida em que os produtores de baixa renda caracterizam-se por terem um maior nível de diversificação, as intervenções do Comércio Justo voltadas para a especialização e eficiência produtiva, tornam-se dissociadas da realidade econômica desses atores. Embora considerando que o Comércio Justo não é, e nem pretende ser, a única opção de empoderamento econômico para esses produtores, é preciso refletir que sua especialização produtiva pode representar uma maior dependência em relação aos circuitos de comercialização Norte-Sul, já que o elemento diferencial e estimulador dessa produção é o sobrepreço e o acesso aos mercados. Apesar de o sobrepreço funcionar como elemento disciplinador da demanda em regiões onde a atuação de intermediários seria especialmente desfavorável aos pequenos produtores, ele pode contribuir para a formação de entraves locais (os consumidores não podem pagar o preço justo e ficam fora do circuito comercial) e, ao mesmo tempo, estimular uma maior dependência dos mercados do Norte (MASCARENHAS, 2007).

O comércio justo tem como perspectiva apoiar agricultores e trabalhadores marginalizados com o fim de mudar uma posição de vulnerabilidade socioeconômica para uma situação de segurança e autosuficiência econômica.

Potencializar os agricultores marginalizados e transformá-los em agentes de negócios em suas próprias organizações e atuar ativamente na arena global estabelecendo patamares mais solidários no comércio internacional são importantes estratégias embutidas nos ideais do comércio justo mundial.

Várias iniciativas de movimentos sociais, de ONGs e da sociedade civil têm ocorrido nos países do Sul, com o intuito de promover o desenvolvimento frente ao enfraquecimento do papel do Estado num contexto de políticas de ajuste, negociações internacionais ligadas ao comércio e crescente poder das empresas transnacionais, na onda de globalização. Nessa conjuntura,

movimentos de resistência como o Comércio Justo, a economia solidária e formas alternativas de comercialização têm emergido de iniciativas locais ou inspiradas em plataformas internacionais, mas adaptadas aos contextos locais, envolvendo processos de bricolagem e tradução (CAMPBELL, 2005). Tais processos são refletidos em plataformas (*frames*) ligadas ao desenvolvimento sustentável, como a priorização de processos de produção alternativos (agroecologia, orgânicos, sistemas agroflorestais), o desenvolvimento local e a construção de mercados locais, regionais e nacionais, nos quais o comércio Norte-Sul é considerado como uma alternativa complementar (MASCARENHAS, 2007).

Nesse sentido, o movimento do Comércio Ético e Solidário, apesar de considerar a maioria dos princípios do movimento mundial do Comércio Justo, incorpora adaptações para a realidade brasileira. Por exemplo, há uma compreensão de que o comércio deve se dar prioritariamente em bases locais, com a finalidade de incrementar o desenvolvimento sustentável, considerando o Comércio Justo Norte-Sul como um canal adicional de mercado, mas não o principal e evitando, desse modo, a dependência dos mercados externos. Além disso, o direcionamento para mercados locais, regionais ou domésticos poderiam contribuir para uma maior justiça social e o desenvolvimento de economias locais, além de impedir a formação de enclaves já que, em algumas situações, o produto do comércio justo não pode ser consumido nos mercados locais devido ao excedente no seu preço, fator agravado pelo baixo nível de renda da maior parte da população brasileira (MASCARENHAS, 2007).

Adicionalmente, a organização da produção com qualidade e escala também eleva o poder de negociação entre produtores e redes varejistas para potenciais esquemas ligados à responsabilidade social das empresas, tendo como contraponto a função social e ambiental da pequena produção, por um lado e, por outro, ganhos de imagem por parte dessas empresas (MASCARENHAS, 2007).

1.5.1 - Faces do Brasil

O FACES do Brasil surge como o primeiro fórum de entidades reunidas em torno da proposta de fomentar o Comércio Justo no Brasil. Criado oficialmente em 2002, a partir de articulações iniciadas ainda em 2000, o FACES, então denominado "Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário", hoje reúne 18 organizações, entre Ong's, articulações de produtores e entidades governamentais, na Plataforma Brasileira de Articulação do Comércio Justo e Solidário.

O Faces do Brasil tem a missão de fomentar a criação de um ambiente favorável à construção e consolidação do Comércio Justo e Solidário no Brasil, atuando de forma integrada com seus membros, em quatro campos: Articulação Política, Promoção de Conceito, Produção e Sistematização de Conhecimento, e, Construção de Canais Justos e Solidários de Comercialização. Desde 2002, realizou 5 seminários internacionais, publicou livros e cartilhas sobre comércio justo no Brasil, animou a construção participativa da "Carta de Princípios e Critérios do Comércio Justo e Solidário no Brasil" e participou ativamente da construção do Sistema Brasileiro de Comércio Justo e Solidário, em parceria com os atores da Economia Solidária e Agricultura Familiar.

Ilustração 9 - Logomarca do Faces do Brasil



Fonte: Schneider,(2007)

1.5.2 - Economia Solidária

A economia solidária resgata as lutas históricas dos trabalhadores que tiveram origem no início do século XIX, sob a forma de cooperativismo, como uma das formas de resistência contra o avanço avassalador do capitalismo

industrial. No Brasil, ela ressurge no final do Século XX, como resposta dos trabalhadores às novas formas de exclusão e exploração no mundo do trabalho (MTE).

O termo “economia solidária” apareceu, no Brasil, pela primeira vez em 1996, citado por Paul Singer no artigo “Economia solidária contra o desemprego”, publicado pelo jornal “Folha de São Paulo” (PINTO, 2006).

Segundo Lisboa (2003), as primeiras reflexões sobre a economia solidária, no Brasil, foram produzidas no início dos anos 90 por José Fernandes Dias, que já trabalharia a questão a partir do termo “Produção Comunitária”. Já no ano de 2005, segundo dados da Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES, do Ministério do Trabalho e Emprego – MTE, existiam cerca de 15.000 empreendimentos que produzem de acordo com princípios da economia solidária, no país (METELLO, 2007).

No Brasil, a economia solidária se expandiu a partir de instituições e entidades que apoiavam iniciativas associativas comunitárias e pela constituição e articulação de cooperativas populares, redes de produção e comercialização, feiras de cooperativismo e economia solidária, etc. Atualmente, a economia solidária tem se articulado em vários fóruns locais e regionais, resultando na criação do Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Hoje, além do Fórum Brasileiro, existem 27 fóruns estaduais com milhares de participantes (empreendimentos, entidades de apoio e rede de gestores públicos de economia solidária) em todo o território brasileiro (MTE 2011).

O crescimento da Economia Solidária parece ser muito semelhante em todo o Brasil, não havendo, a princípio, nenhuma quebra significativa de tendência quando se compara o surgimento dos empreendimentos econômicos solidários – EES, por regiões, com destaque para uma maior expansão na região Nordeste.

1.5.3 - Empreendimentos Econômicos Solidários

A grande maioria dos EES teve seu início na década de 90 com gradativa expansão no século atual. Quanto à forma de organização, percebe-se que os

grupos informais apresentaram uma maior taxa de crescimento após a metade da década de 90, enquanto as associações apresentam uma redução da sua expansão e o número de novas cooperativas se mantém relativamente estável.

Para melhor entendimento do funcionamento de um EES, vamos compará-lo a uma empresa capitalista convencional. Uma característica que difere os EES dessas empresas diz respeito à propriedade dos meios de produção. Em um EES, os trabalhadores são os próprios donos dos meios de produção, subvertendo a lógica capitalista de separação entre trabalho e capital. Não existem donos ou investidores de um EES que não trabalhe nele e o seu capital deve ser dividido entre os participantes do empreendimento. Na empresa capitalista convencional, a lógica é outra: ela pertence “aos que forneceram o dinheiro para adquirir meios de produção, e é por isso que sua única finalidade é dar lucro a eles, o maior lucro possível em relação ao capital investido.” (METELLO, 2007).

Obviamente, os EES também necessitam de retorno financeiro, pois precisam ser viáveis economicamente e garantir o pagamento pelo trabalho de seus participantes, porém seu foco é justamente o trabalho e o trabalhador e não o lucro.

Uma outra característica que difere um empreendimento econômico solidário de uma empresa capitalista está relacionada a quem detém o poder de decisão nas unidades produtivas

Nestas últimas, as decisões estratégicas são usualmente tomadas por gerentes profissionais que por sua vez, prestam contas aos donos da empresa. No caso das empresas de capital aberto, os donos são os acionistas, que usualmente se organizam num conselho, ao qual a gerência deve se reportar. Comumente, os demais trabalhadores não participam dos processos decisórios e recebem ordens que devem executar sem, muitas vezes, concordar ou mesmo entender a razão pela qual devem fazê-lo (METELLO, 2007).

Nos EES, quem participa dos processos decisórios são os trabalhadores, os donos dos meios de produção. As principais decisões são tomadas em assembléias ou reuniões gerais, democraticamente votadas. Cada participante

tem direito a um voto, portanto, todos os participantes têm direito a optar sobre os rumos do empreendimento (METELLO, 2007).

Isso não significa dizer que todas as decisões referentes ao empreendimento necessitem ser levadas à votação, isso poderia dificultar muito o andamento das atividades cotidianas de produção. As decisões de cunho técnico, ligadas à produção, podem ser tomadas pelos trabalhadores designados a determinada área (dependendo do tamanho do empreendimento), eleitos por meio do voto (METELLO, 2007).

Considerando as características acima, os EES compreendem as organizações:

- a. coletivas - organizações supra-familiares, singulares e complexas, tais como: associações, cooperativas, empresas autogestionárias, grupos de produção, clubes de trocas, redes e centrais, etc; cujos participantes ou sócios(as) são trabalhadores(as) dos meios urbano e rural que exercem coletivamente a gestão das atividades, assim como a alocação dos resultados;
- b. permanentes, incluindo os empreendimentos que estão em funcionamento e aqueles que estão em processo de implantação, com o grupo de participantes constituído e as atividades econômicas definidas;
- c. com diversos graus de formalização, prevalecendo a existência real sobre o registro legal e;
- d. que realizam atividades econômicas de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito (cooperativas de crédito e os fundos rotativos populares), de comercialização (compra, venda e troca de insumos, produtos e serviços) e de consumo solidário.

Segundo Gaiger 2004 citado por METELLO, 2007, as propriedades de um EES giram em torno de oito princípios, que se espera ver internalizados na compreensão e na prática das experiências associativas: *autogestão, democracia, participação, igualitarismo, cooperação, auto-sustentação, desenvolvimento humano e responsabilidade social.*”

Estes princípios certamente refletem características de um EES, porém vale ressaltar que eles podem estar mais ou menos presentes no cotidiano das atividades de cada empreendimento (METELLO, 2007).

“Desenvolvimento humano”, “cooperação” e “igualitarismo” estão ligados ao caráter humanístico dessas iniciativas. O ser humano e o trabalho são o centro do processo produtivo de um EES. As relações sociais presentes nos EES superam a mera relação organizada em torno do trabalho, compreendendo também laços afetivos, - que podem estar baseados em relações de vizinhança e parentesco, o que propicia que a solidariedade e a cooperação estejam presentes no cotidiano do trabalho desses empreendimentos.

Para os demais princípios como o de “autogestão”, “democracia” e “participação” dizem respeito ao processo de tomada de decisão democrática no interior dos EES, no qual todos os trabalhadores têm a oportunidade de participar. O princípio da auto-sustentação se refere à autonomia financeira do empreendimento em que um EES tem que ter sua viabilidade econômica em curto e longo prazo.

A “responsabilidade social” relaciona-se com a solidariedade que os EES manifestam nas suas relações para fora do empreendimento, ela “evoca a presença de uma ética solidária, voltada para melhorias na comunidade e para estabelecimento de relações de intercâmbio e comércio justo, além de práticas geradoras de efeito irradiador e multiplicador das experiências” (METELLO, 2007).

1.5.4 - ECOJUS

A Articulação Brasileira de Empreendimentos do Comércio Justo e Solidário – ECOJUS Brasil - nasceu no final de 2004, com o objetivo principal de promover o intercâmbio de experiências em Comércio Justo e Solidário. Agrupa mais de 100 empreendimentos da agricultura familiar e economia solidária em todas as regiões do Brasil, com mais de 15.000 famílias envolvidas. Para ampliar e qualificar a participação destes grupos nas diversas formas de Comércio Justo e Solidário Nacional e Comércio Justo Internacional,

a ECOJUS Brasil realiza encontros regionais e temáticos, promove visitas de intercâmbio e articula projetos que visam a uma cooperação e qualificação comercial.

Para construir no Brasil um Comércio Justo e Solidário amplo e também acessível para empreendimentos da economia solidária com pequeno faturamento, a ECOJUS Brasil prioriza sistemas participativos de garantia (SPGs) da normativa Comércio Justo e Solidário, como alternativa à certificação por auditoria.

A entidade também Articula a incorporação dos critérios Comércio Justo e Solidário em SPGs agroecológicos e fomenta a construção de outros SPGs em Comércio Justo e Solidário, junto com outras redes de empreendimentos de economia solidária, sempre buscando uma participação ativa de produtores/as e consumidores/as e maior empoderamento das suas organizações.

1.6 – Critérios para o Comércio Justo e Solidário Brasileiro.

Os critérios para o comércio justo se dividem em 2 tipos, conforme descrito abaixo:

Critérios Organizacionais: devem ser cumpridos porteira a dentro. São eles:

- ser uma organização coletiva, de caráter supra-familiar, singular ou complexa, cujos participantes ou sócios são trabalhadores do meio rural e urbano;
- ter uma administração transparente e democrática, cumprir o seu estatuto e/ou regimento interno, no que se refere às tomadas de decisão no gerenciamento de recursos e na definição de suas políticas;
- que os participantes ou sócios dessas organizações exerçam, coletivamente, a gestão das atividades econômicas e dos seus resultados;
- ser uma organização permanente, considerando tanto os empreendimentos que estão funcionando quanto aqueles que estão em processo de implantação, desde que o grupo esteja constituído e as atividades econômicas definidas;

- prevalecer a existência real e a vida regular da organização ao seu registro legal;
- realizar atividade de natureza econômica, podendo esta ser permanente ou principal, porém devendo ser a “razão de ser” da organização;
- respeitar as atividades de produção, fabricação, ou execução de produtos/serviços que devem ser realizados sobre todos os requisitos de segurança e salubridade para aqueles que os desenvolvam;
- não tolerar trabalho infantil a menores de 16 anos em qualquer atividade relacionada ao empreendimento, desde que seja como forma de aprendizado, e que frequente a educação formal e que tenham garantido acesso ao lazer;
- estimular ampla e equitativa a participação das mulheres em todos os níveis e atividades do processo produtivo e comercial;
- garantir a não discriminação baseada em raça, religião, posição política, procedência social, naturalidade, escolha sexual, geracional, estado civil e/ou portadores (as) de necessidades especiais;
- respeitar a legislação ambiental vigente, contribuindo, na sua área de atuação, para a preservação e recuperação do meio ambiente;
- reduzir o uso de insumos não renováveis, bem como a geração de resíduos de processos, facilitar práticas de reutilização e reciclagem;
- estimular a produção de base agroecológica e orgânica, bem como a utilização de materiais biodegradáveis nos processos produtivos. (FACES DO BRASIL).

Critérios Relacionais: são aqueles que acontecem na relação entre produtor, comerciante e consumidor e indicam;

- que na composição dos preços prevaleçam relações de transparência, equilíbrio e respeito entre as partes.
- que os EES/CJS receba um preço pelos seus produtos e/ou serviços, que contabilize de forma equilibrada os custos de cada etapa do processo produtivo, de distribuição e comercialização, garantindo uma valorização digna da força de trabalho empregada nos mesmos;

- que a venda sob consignação seja praticada somente de comum acordo entre os EES/CJS envolvidos;
- que o EES CJS comprador não pratique esquema de “jóias” ou “luvas” para acesso a mercados;
- que se construam relações de longo prazo entre EES fornecedor e EES comprador;
- que o EES/CJS comprador, dentro do seu estabelecimento comercial ou na internet, indique informações sobre os produtos, seu processo produtivo, quem os produziu e sobre o Comércio Justo e Solidário;
- que o EES/CJS comprador não explore a imagem e conhecimento de comunidades tradicionais para fins de publicidade, sem a devida autorização expressa das mesmas;
- que na venda para consumidor final os EES/CJS não pratiquem “*dumping*”, ou seja, não praticar preços abaixo do custo real, para competir ou atingir a participação de outros participantes no comércio justo e solidário (FACES DO BRASIL).

1. 7 – Desafios

Vencida a etapa da criação, o desafio será o de implementar as ferramentas práticas que darão vida ao SBCJS no campo econômico, o que exigirá estratégias diferenciadas para cada um dos distintos elos da cadeia produtiva.

Primeiramente, dever-se-á garantir a ampla difusão deste modelo, tanto para produtores, quanto para a sociedade em geral. Em segundo, será preciso fomentar a criação e a efetiva operacionalização de sistemas de reconhecimento de conformidade aos padrões (princípios e critérios), a fim de proporcionar uma forma de identificação dos produtos oriundos de produtores que obedecem aos critérios do sistema. Em terceiro, dever-se-á promover uma ampla articulação com os atores comerciais de todas as categorias, o varejo, o atacado, e outros canais convencionais e alternativas, a fim de criar o efetivo acesso ao mercado, ao consumidor.

E é este elo da cadeia, o último, porém, mais importante, que deverá ser “trabalhado” com mais intensidade nos próximos anos, promovendo a consciência sobre o consumo responsável e seu poder de contribuição para um sistema de comércio mais justo.

1.8 - Mercado de Comércio Justo no Brasil

Atualmente há um grande movimento no Brasil que tenta organizar o setor do comércio justo. Organizações como a Visão Mundial Brasil, a FASE, a Fundação Friedrich Ebert – ILDES, a Viva Rio, a Apaeb, dentre outras, estão organizando encontros e grupos de trabalho com a finalidade de discussão e mobilização junto aos setores econômicos do país. Uma das iniciativas é a criação de um fórum de debates, por meio da formalização de três câmaras de trabalho: uma que represente os produtores; outra, as ONGs e a última, os governos e outras organizações. Recentemente houve um seminário para desenvolver o tema do mercado interno, mas não se conseguiu muito sucesso, pois as informações ainda não são muito seguras.

Um setor do mercado interno que se encontra em expansão é o da agricultura orgânica. Muito bem organizado e divulgado de norte a sul do país. É possível mapear feiras, pontos de vendas e os supermercados e as entregas domiciliares como uma estratégia de vendas. A maioria das organizações que trabalham com isto representam os interesses dos trabalhadores da agricultura familiar.

É impossível se falar de comércio justo e solidário sem se falar do setor do artesanato. Em termos de exportação, o Brasil não se destaca pelo seu artesanato. A maior prova é que é quase impossível encontrar esses produtos nas "Lojas do Mundo" da Europa. Mas o mercado interno começa a ganhar destaque com a abertura da primeira loja oficial de comércio justo e solidário para a venda de artesanato. É a loja Mundaréu. Sua proposta é oferecer em São Paulo produtos originários de diversas partes do país e seu público é aquele que quer pagar mais por um produto que junta a arte à solidariedade.

Ilustração 10 - Logomarca da Mundaréu



Fonte: Schneider,(2007)

Mundaréu é uma associação sem fins lucrativos que apoia e orienta as comunidades no desenvolvimento e design dos produtos. O projeto foi possível graças ao patrocínio da empresa Telefônica S.A no início das atividades. De acordo com informações da loja 50% a 55% do valor arrecadado com as vendas vão para os produtores. As vendedoras, diferentemente das world shops no exterior, onde predomina o voluntariado, são funcionárias contratadas.

Em termos de certificação para o mercado interno ainda não há uma regulamentação. O que acontece é que as organizações que trabalham com os produtores certificam os produtos com suas próprias marcas. Este é o caso da organização Viva Rio, que coloca um selo com seu nome como uma forma de garantir a origem dos produtos que são colocados nos pontos de venda solidários.

O grande desafio é como organizar os trabalhadores para que acessem o mercado interno com competência e como financiar as estratégias, uma vez que a maioria das associações de trabalhadores se encontra em dificuldades de apoio técnico e comercial. A responsabilidade social do Brasil tem crescido muito nos últimos anos e isto está proporcionando que vários produtos tenham um diferencial no mercado, quando são apresentados como do comércio justo. As pessoas estão mais conscientes da sua responsabilidade quando vão às compras; as empresas estão mais abertas a palestras de justiça. Por isso é

possível acreditar que o mercado interno tem um grande potencial para receber os produtos do comércio justo.

Dentre os produtos brasileiros comercializados no Comércio Justo estão alguns tradicionais, como café, cacau, mel, banana, mate, chá e artesanato, mas também novos produtos, como nozes (castanha do Brasil e castanha de caju), frutas desidratadas, guaraná, aguardente de cana de açúcar, óleo de babaçu e palmito. Apesar de não haver informações acuradas sobre a exportação desses produtos, uma estimativa para o ano de 2004, baseada em informações secundárias, pesquisas de campo e consultas às organizações de produtores, apontou para um valor superior a U\$ 5 milhões. Dessas exportações, o café e o suco de laranja foram os principais produtos comercializados, com uma participação em valor acima de 50% (MASCARENHAS, 2007).

Segundo (Schneider 2012), o Brasil contava com um total de 62 operadores, certificados pela FLO, sendo 19 produtores e 12 traders. Desses 26 estão relacionados com a comercialização do café conforme pode ser observado na tabela abaixo:

Tabela 04 – Operadores brasileiros de café

Café	
PRODUTORES 16	Associação Dos Cafeicultores do Vale do Rio Verde
	Associação dos produtores de café de Dois Corregos - Unicafe
	Assodantas - Associação dos Agricultores Familiares do Córrego Dantas
	Cooperativa dos produtores de café especial de Boa Esperança
	Ass. de Prod. Rurais da Microbacia Hidrografica do Rio Claro
	Associação dos Pequenos Produtores de Ouro Fino
	Coop. dos Agricultores Fam. do Territ. do Caparão - COOFACI
	Coop. dos cafeicultores do Sul do Estado do Espírito Santos Coop
	Região. Indus. e Com. de Prod. Agric. do Povo que Luta
	Cooperativa dos pequenos cafeicultores de Poço Fundo
	Cooperativa das Montanhas do Espírito Santo - PRONOVA
	Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região
	Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Lajinha – Coocafe.
	Cooperativa dos Prod. Rurais Organizados para Ajuda Mútua

	União de Pequenos Agricultores de Santana da Vargem
	Coopervitae - Coop Agr. dos Prod. Org. de Nova Resende e Região
TRADERS 10	Agricafé Ltda.
	Comexim Ltda
	Coopervitae - Coop Agr. dos Prod. Org. de Nova Resende e Região
	Café Bom Dia Ltda
	Cia Cacique de Café Solúvel
	Daros importação exportação de produtos alimentícios Ltda.
	Mc Coffee do Brasil Ltda.
	Stockler Comercial e Exportadora Ltda.
	Tristão Companhia de Comércio Exterior
	VOLCAFE LTDA.

Em comparação com outros países da América Latina, esta performance está muito aquém do potencial do país, o que, por outro lado, indica um grande espaço para crescimento (SCHNEIDER, 2012)

No caso dos produtos do comércio justo, que utilizam as mesmas rotas dos produtos convencionais (por ex. redes de supermercados), exigem desses produtos o mesmo padrão dos convencionais. Ou seja, a condição básica para esses produtos alcançarem esses mercados é a qualidade (no caso do café por exemplo essa qualidade está relacionada ao tipo de bebida), o que de fato, foi uma das limitações dos produtos do comércio justo em sua origem quando ainda era visto mais como um “ato de caridade”, e assim não se importava com a qualidade (LAFORGA, 2005).

CAPÍTULO 2 – CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

Neste capítulo apresentaremos o contexto local da pesquisa, o percurso metodológico, o universo da pesquisa empírica, o histórico do desenvolvimento local, e a emergência da agricultura orgânica no local.

1 - O contexto local da pesquisa: o município de Poço Fundo

O início da ocupação da área foi em 1870, com o início da construção da igreja, idealizada pelo Capitão Francisco Ferreira de Assis. Em 1871, o

povoado passou a ser conhecido como Arraial de São Francisco de Paula de Machadinho, que passou a ser distrito do município de Alfenas. Mais tarde passou a ser distrito de São Gonçalo do Sapucaí, e posteriormente do município de Machado, ao qual pertenceu até se emancipar em 1948.

O município está localizado na bacia do Rio Grande (médio Rio Grande), na região Sul do Estado de Minas Gerais, no bioma Mata Atlântica. A altitude máxima dessa localidade é de 1.435 metros e mínima de 885 metros, sendo a pluviosidade média de 1.592,7 mm. Possui clima sub-tropical temperado com temperatura média anual de 22°C.

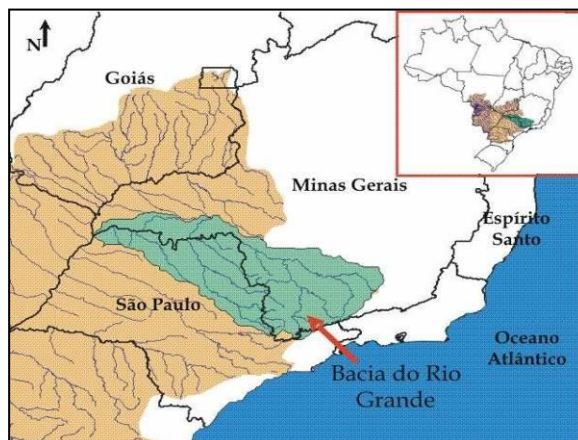
O relevo da região é predominantemente ondulado a montanhoso, onde prevalecem os solos classificados como latossolos, argissolos, gleissolos e organossolos. As características de solo e relevo variam no município, o que possibilita uma certa diferenciação nas atividades econômicas Carrieri (1992, apud MARTINS, 2003). Sua área total é de 474,55 km², população de 15.916 mil habitantes (IBGE 2010b), com uma população estimada em 45% na zona rural.

A economia de Poço Fundo está voltada para a atividade agropecuária, sendo que 47,88% do seu produto interno bruto provém desta atividade. Segundo o censo agropecuário do IBGE (2006c), prevalecem no município, micro e pequenas propriedades agrícolas, sendo que 49,9% dos estabelecimentos rurais possuem área total de até 10 há.

A ocupação do espaço físico está distribuída da seguinte forma: 25% das terras utilizadas estão ocupadas com lavouras permanentes e temporárias, 60% com pastagem natural e artificiais, 8,3% com matas nativas e plantadas e 2,3% com lavouras em descanso, produtivas, mas não utilizadas.

O cultivo de café representa 48,4% do total da área cultivada no município, com uma área plantada e em franca produção estimada em 6.000 há.

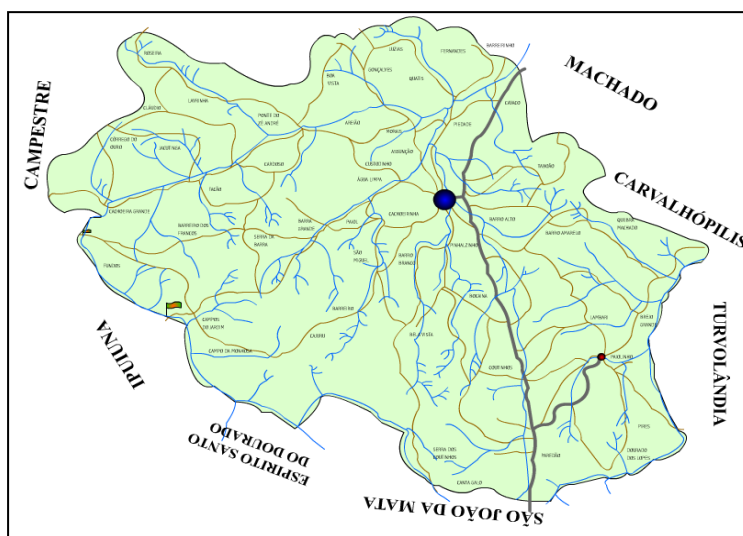
Ilustração 11 - Localização da Micro bacia do Rio Grande



Fonte: Prefeitura Municipal de Poço Fundo

A área rural do município é dividida em cerca de 46 bairros rurais e um distrito. A Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região divide esses bairros em 12 núcleos: Dourados do Lopes, Bocaina, Pinhalzinho, Cidade, Barreiro, Cachoeirinha, Serra dos Custodinhos, Gonçalves, Cardoso, Lavrinha, Cachoeira Grande e Jacutinga.

Ilustração 12 - Mapa do município incluindo os bairros rurais.



Fonte: Prefeitura Municipal de Poço Fundo

Também fazem parte dessa Cooperativa, associações de outros municípios como: Ouro Fino, Inconfidentes, Andradas, Campestre, Poço

Fundo, Natercia, Cachoeira de Minas, São Sebastião da Bela Vista, Cambuquira, Paraguaçu, Nepomuceno e São João da Mata.

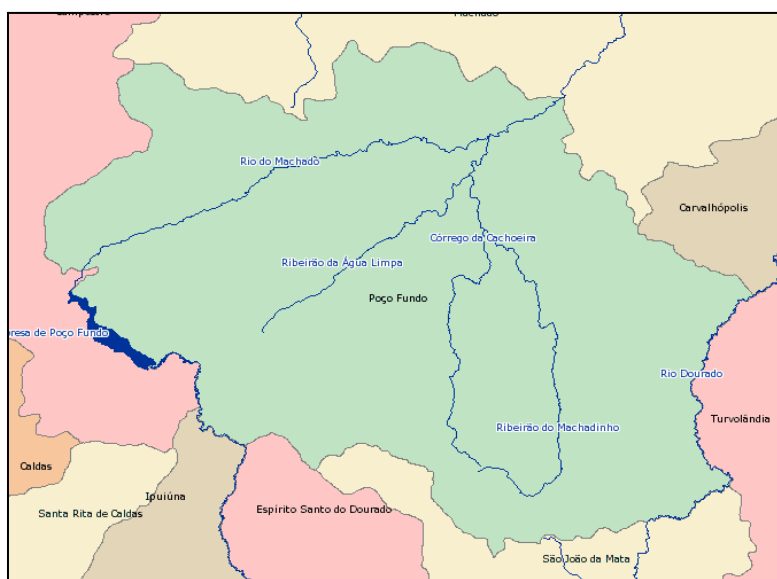
Cada bairro possui um representante que está situado em um núcleo de atuação, cuja abrangência é significativa no bairro onde reside. Reúnem, em média, de 10 a 15 agricultores que compõem os grupos de bairro que podem agregar um, dois ou três bairros.

O representante é escolhido por indicação unânime ou por votação no grupo de bairro. Ele faz a articulação entre propostas, problemas e recomendações dos membros do grupo no bairro e as diferentes instâncias organizacionais da associação ou da cooperativa (RAMOS, 2008). No contato com vizinhos, o agricultor-representante escuta, acolhe proposições, queixas, experiências bem sucedidas ou não e leva essa problemática a outras instâncias: reunião do grupo de bairro, reunião dos representantes de bairro (primeiro domingo de cada mês) e as assembléias da associação e da cooperativa (RAMOS, 2008).

Esses bairros, conforme os relatos locais foram definidos em função das características e da história de cada localidade. Muitos tiveram a sua origem a partir do estabelecimento de famílias nas localidades. Os nomes dos bairros referem-se às primeiras famílias moradoras ou a certas características do local. O bairro Dourado dos Lopes, por exemplo: Dourado veio do rio e Lopes, a primeira família residente (GONÇALVES, 2003).

Os bairros, apesar de apresentarem características comuns, cada um tem a sua dinâmica. Um dos exemplos está em relação às manifestações religiosas, como a Reza da Cruz e a festa de São José Operário e Nossa Senhora em Dourado dos Lopes; a Mãe Rainha em diversas comunidades, como em Cardoso; os grupos de reflexão, os cultos e as missas (GONÇALVES, 2003).

Ilustração 13 - Mapa do Município de Poço Fundo



Fonte: Prefeitura Municipal de Poço Fundo

As ilustrações 14 e 15 representam o mapa de algumas unidades produtivas visitas e que foram desenvolvidos a partir de uma parceria com a ONG Sapucaí de Pouso Alegre – MG, dentro do projeto de Georeferenciamento das propriedades do projeto ATER 2004 “Assessoria no Planejamento e Controle da Produção e Comercialização Agroecológica Familiar: Foco na Geração de Ocupação, Renda e Segurança Alimentar”.

Ilustração 14 – Sítio Limeira

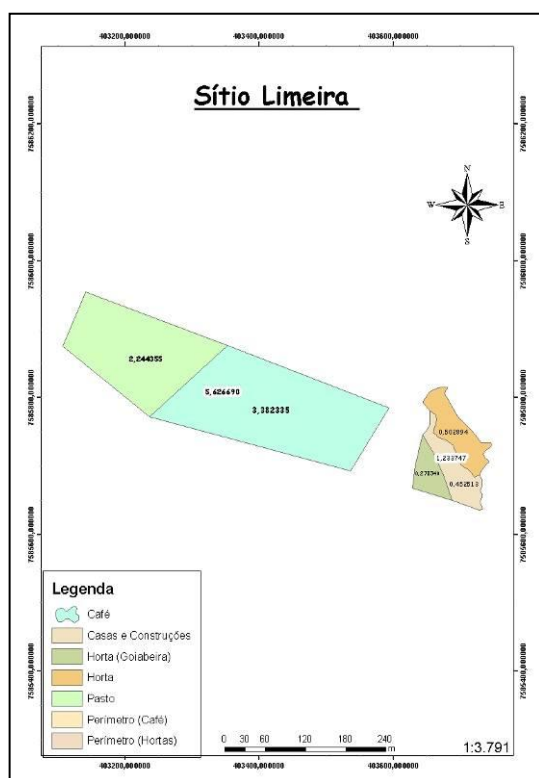
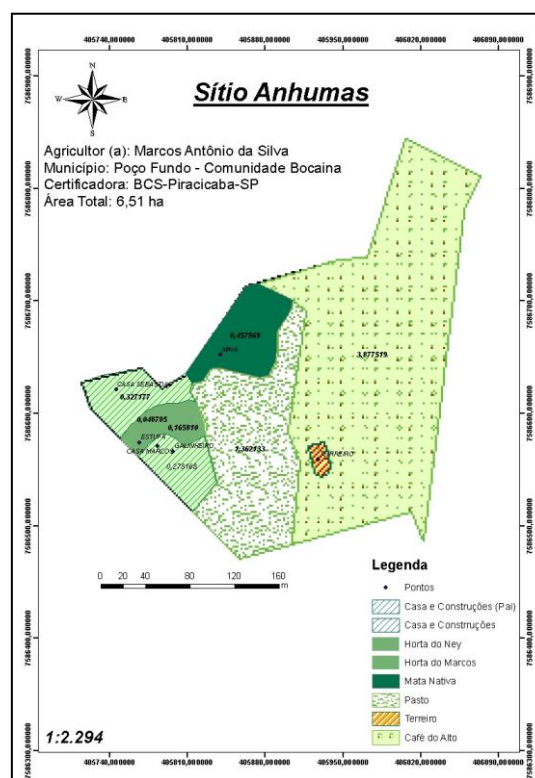


Ilustração 15 – Sítio Anhumas



2 – Referencial metodológico

O município de Poço Fundo foi escolhido para esta pesquisa pelo pioneirismo dessa região em trabalhar com agricultura orgânica, desde a década de 1980.

A amostra de pesquisa foi formada por um grupo de 25 agricultores familiares, envolvidos diretamente na produção e comercialização agroecológica, associados à COOPFAM, sendo que 18 agricultores já possuíam a certificação de seus sistemas produtivos como orgânicos ou em fase de conversão, e 7 eram produtores de café SAT (sem agrotóxico), designação usada para os produtores que usam apenas o adubo químico na condução das suas lavouras, sem a presença de agrotóxicos, mas, mesmo nesses casos, há uma orientação para a sua substituição por adubos orgânicos.

Para a escolha da amostra foi usado como critério o tempo de filiação, observando selecionar produtores que estavam desde o início da formação da Cooperativa e aqueles com menos tempo de filiação; sistema de produção (orgânico/sat). Também se procurou colocar produtores de todos os bairros rurais que compõem o município e que integram a Cooperativa.

Primeiramente, realizamos um estudo com base em arquivo de documentos da Cooperativa como: ata de reuniões, assembleias, estatuto social, notas fiscais, livro de visitas, e no censo agropecuário 2006, buscando caracterizar a situação e o contexto social, econômico e agroambiental do município. Os resultados da pesquisa nos permitem entender a paisagem rural local no que diz respeito aos aspectos históricos, geográficos e agrícola da localidade.

A reconstrução das trajetórias de transição, bem como as formas de organização social e de produção foram analisadas, de modo a abordar os antecedentes de sua trajetória pessoal e familiar e a descrição dos processos de passagem, entrada ou de rupturas entre modos de produção (agricultura convencional, agricultura orgânica e/ou agroecológica), incluindo a visão dos agricultores sobre sustentabilidade (KERBER, 2009).

Para a coleta de dados foi utilizada a metodologia de pesquisa **qualitativa** que se traduz num conjunto de entrevistas orais, em que se buscou reconstruir a trajetória dos agricultores e o processo que os levou à adesão ao comércio justo, qualificando os momentos de mudança para entender o significado em termos de valores socioculturais ou econômicos referentes ao processo de transição.

Essa metodologia teve forte inspiração nos estudos sobre representação social bastante difundidos no âmbito da antropologia social contemporânea e na contribuição clássica da sociologia compreensiva de Max Weber. Buscou-se adotar uma postura científica prática que favoreceu a escuta, a interação, a construção de laços de confiança, valores fartamente defendidos pela literatura vinculada à agroecologia (ABREU, 2006).

O método consistiu em realizar entrevistas semi-estruturadas, de natureza compreensiva, aplicadas ao grupo de agricultores. Essas entrevistas foram

individuais, tomando-se o cuidado de selecionar não somente agricultores considerados como representativos, de modo a não conduzir os resultados numa só direção, como ocorreria, por exemplo, se tais entrevistas se restringissem aos possíveis líderes ou a agricultores que apresentam melhor situação, tanto econômica como cultural.

As entrevistas foram realizadas nas unidades familiares, sendo possível conhecer o espaço de trabalho e de moradia das famílias.

A partir dos pressupostos metodológicos discutidos, buscou-se proceder à pesquisa de campo em uma abordagem quali-quantitativa, utilizando como instrumento principal de pesquisa um questionário misto, composto por questões fechadas de múltipla escolha e por questões abertas. As informações coletadas através deste questionário foram complementadas por dados obtidos a partir de métodos qualitativos oriundos das ciências sociais, como a observação participante, entrevistas e anotações em diário de campo, bem como com pesquisa em fontes secundárias (ABREU, 2006).

A observação participante, método originário da antropologia, consiste na presença do pesquisador no contexto pesquisado, tendo como finalidade a coleta de dados mediante interações face a face e participação em atividades cotidianas (HAGUETTE, 1992). As entrevistas parcialmente estruturadas, ou semi-estruturadas, são diálogos mais ou menos livres, de onde alguns tópicos vão surgindo no decorrer da entrevista, enquanto outros são fixos, definidos pelo entrevistador em um roteiro de pesquisa, visando a canalizar o diálogo para as questões a serem investigadas (GAVIOLI, 2010).

Já o diário de campo, um recurso muito utilizado pelas ciências sociais, é orientado para o registro de dados coletados no trabalho de campo. No uso do diário, trata-se de registrar o convívio com os informantes e com o contexto pesquisado, representado pela fala dos mesmos, e pelo registro que o pesquisador faz de situações, sentimentos e do próprio espaço pesquisado (GAVIOLI, 2010).

Segundo Costa (2002), o diário de campo, além de servir de registro dos fatos ocorridos no trabalho de pesquisa, se presta a auxiliar o pesquisador na análise das informações em profundidade. Neste sentido, Lopes et. al (2003)

colocam que sua utilização sistemática permite que as informações registradas possam ser cruzadas com informações objetivas obtidas de questionários, permitindo uma maior clareza nas reflexões do pesquisador. Os fatos, falas, situações, gestos, acontecimentos e sentimentos descritos nos diários sobre uma realidade conhecida são, no momento da análise, mediados pela teoria, em um processo interpretativo que foge ao senso comum, sendo, portanto científico (GAVIOLI, 2010).

Duval (2009) considera que o recurso ao diário de campo permite que o trabalho de pesquisa se desenvolva com mais facilidade. Quando o pesquisador anota fragmentos da conversa e observações no diário de campo, parece ao informante que o pesquisador está tomando aquela conversa como uma aula. Longe da frieza e do constrangimento que um gravador pode causar para determinados informantes, o uso do diário de campo exige, do pesquisador, uma constante atenção nos rumos da conversa, e um ouvido crítico, para captar informações valiosas de acordo com o recorte teórico adotado para a pesquisa. Ademais, durante as conversas informais, registradas em diário, o informante pode partir para outros temas diversos dos sugeridos no roteiro inicial, revelando informações inesperadas (GAVIOLI, 2010).

3. Histórico da COOPFAM

A união dos produtores teve início no ano de 1984 com iniciativas de esforço colaborativo nucleados através da Igreja Católica e da Comissão Pastoral da Terra (CPT), cujo objetivo era estimular o grupo a refletir sobre a realidade socioeconômica, política e ambiental vivida pelos pequenos produtores e suas famílias. Essa experiência junto a CPT significou para os produtores o início de todo o trabalho de agroecologia desenvolvida atualmente no município de Poço Fundo – MG.

Os grupos eram formados pelas famílias e animados por representantes da igreja da paróquia local. Havia também a participação de algumas outras organizações como a ONG Centro de Assessoria Sapucaí e a Rede de

Agricultura Alternativa. Nos encontros, os produtores eram convidados a fazer uma re-interpretação da sua realidade e das mudanças que vinham ocorrendo no município, também participavam de cursos, viagens, palestras e grupos de reflexão.

Nesses encontros, os temas debatidos eram variados, como política, agricultura, comercialização, alimentação e economia, envolvendo profissionais de diferentes áreas.

Os produtores depararam-se assim com uma nova situação, novos discursos, novas informações e novas possibilidades. Foram despertados sobre o papel da pequena produção no período da agricultura tecnificada.

Como resultado desse processo de interação entre grupos na área produtiva e de organização política e econômica, foi possível compreender a realidade local e suas mudanças.

Esse período é conhecido pelos produtores que participaram do processo como “Agricultura Alternativa”, que está ligada à agroecologia, representando um movimento alternativo à agricultura conhecida como moderna.

A opção de formação de uma associação que vinha sendo trabalhada desde 1989 torna-se realidade em 1991, quando ocorre a fundação da Associação dos Pequenos Agricultores de Poço Fundo e o trabalho com a agroecologia.

As idéias que envolviam a Agricultura Alternativa e, mais tarde, a Agricultura Orgânica, questionavam tanto o sistema de produção do período da Agricultura Convencional como da Agricultura de Subsistência (GONÇALVES, 2003).

Mas foram poucas as famílias que enfrentaram o novo desafio. Poucos produtores iniciaram as experiências na roça e enfrentaram duas grandes dificuldades: no manejo com a terra e com a crítica do “pessoal”¹. Os que persistiram abriram um novo caminho, uma nova forma de trabalhar e perceber a terra.

¹ Pessoal: termo usado para referir-se aos produtores rurais e demais pessoas que não acreditavam no trabalho com a agricultura orgânica.

Nessa trajetória, as primeiras idéias sobre a produção orgânica com normas e certificação foram discutidas com o grupo em 1995/1996 e, em 1997, um grupo começou com o processo de certificação, conseguindo o selo em 1999 pela Associação de Agricultura Orgânica (AAO) e, posteriormente, pela Certificadora Sapucaí.

Vale ressaltar que o primeiro produtor orgânico do município não tinha conhecimento do sobrepreço pago aos produtores orgânicos, o que mostra um envolvimento mais amplo que o econômico (GONÇALVES, 2003).

Em 2002, a entidade passou a ser qualificada em produção orgânica também pela BCS OKO – GARANTIE de relacionamento internacional. Em dezembro desse mesmo ano conseguiram a certificação da FLO Internacional, certificado Fair Trade articulando uma rede mundial de “mercado justo”.

Em 2003, com mais profissionalismo e organização, a Associação criou uma Cooperativa – COOPFAN, que passou a ser o braço comercial da Associação e cujos princípios já norteavam as ações do grupo com 136 famílias. Atualmente são 215 famílias de pequenos cafeicultores que já conquistaram benefícios por meio do corporativismo e também influenciam inúmeras famílias carentes nos municípios de Poço Fundo, Machado, entre outros.

Dentre os associados, existem alguns que não adotam as práticas de produção agroecológica, porém a Cooperativa preconiza a não utilização de agrotóxicos para se filiar. A mesma aceita que os produtores apenas utilizem o adubo químico em suas lavouras conduzidas no sistema tradicional.

A COOPFAM não busca o desenvolvimento apenas em benefício de seus cooperados, mas vem constantemente contribuindo para alavancar a cafeicultura do município e região, tendo como meta o aumento da qualidade de vida dos associados e da comunidade.

3. 1 - Conquistas e Mudanças

A conquista de mercados foi possível por meio do trabalho em forma da cooperação. Em 2007, a COOPFAM conquistou a carta de Exportação,

tornando-se Unidade Exportadora, garantindo a venda direta de seus produtos. Também em 2007 os cooperados atingiram uma produção ao redor de 12.269 mil sacas. Toda essa produção foi exportada para EUA, Itália e Inglaterra, obtendo preços acima do mercado de commodities.

Em maio de 2008 foi inaugurado o parque de rebeneficiamento na sede da Cooperativa, implantado para auxiliar na agregação de valor aos produtos e facilitar a exportação. Entre os benefícios desta conquista está a redução de custos com frete e redução na emissão de notas fiscais.

Nas suas ações, a COOPFAN procura seguir os princípios que norteiam o Comércio Justo, conforme indicados anteriormente, mantendo parcerias para o desenvolvimento sustentado da comunidade onde está inserida, com destaque para educação continuada das crianças, treinamento técnico dos jovens, programas de inclusão digital, atendimento a idosos, defesa da vida e incentivo ao plantio de árvores (COOPFAN).

CAPÍTULO 3 – RESULTADOS OBTIDOS

1 - A pesquisa de campo

Neste tópico é apresentada a pesquisa realizada com os agricultores a partir da seguinte seqüência: 1) Caracterização do universo do grupo social da pesquisa; 2) Reconstrução das trajetórias de transição; 3) Resultados analisados dos princípios da inclusão social e da sustentabilidade exigidos pelo Fair Trade.

1.1 - Caracterização do universo do grupo social da pesquisa

Todas as famílias de agricultores entrevistadas têm sua origem no meio rural, do município de Poço Fundo. Grande parte deles nasceram na “roça”, e ali vivem por quase toda a vida. Estima-se que vivem ali por pelo menos três gerações. *“Família de origem agrícola, os avós sempre viveram na roça são do campo mesmo”, declarou E.*

A organização fundiária é resultado da repartição de fazendas maiores divididas no processo de herança (por isso, várias pessoas são filhos de proprietários de terra) e também da compra e venda de terras. Alguns, porém tiveram suas lavouras em regime de parceria com os donos da terra, pequenos fazendeiros.

Os mais antigos contam que seus antepassados vieram de municípios não muito distantes, como São João da Mata, Espírito Santo do Dourado, Silvanópolis. *“A família sempre viveu da agricultura- a família veio da cidade aqui de perto mesmo - São João da Mata”*, declarou J.J.

Algumas famílias, porém, aumentaram essa área que receberam dos pais, adquirindo mais terra, com trabalho próprio. Os relatos de como adquiriram a propriedade mostram o esforço que era despendido para reunir gradativamente pequenas economias ou em função de uma colheita bem sucedida em termos de qualidade e preço (FILHO, 2008).

As famílias possuem pequenas áreas, em média de 5 a 20 hectares de terra, sendo que os quintais², geralmente, são constituídos por pequenos pomares, hortas, criações e algumas benfeitorias.

As culturas mais comuns produzidas são: milho, arroz, café, fumo, feijão e hortaliças. Dentre essas, o café é a principal cultura. As lavouras de arroz, milho e feijão geralmente são plantadas para subsistência em consórcio com o café. Os animais geralmente criados são porcos, galinhas e bovinos.

Para o cultivo usam mão de obra familiar, produzem “a meia” com outros agricultores da própria família, trocam dia e também realizam mutirões.

O trabalho assalariado mais frequente é o temporário, exercido em épocas de maior demanda por mão de obra, como na colheita do café. Os empregos fixos são minoria.

Boa parte das unidades produtivas (90%) estava distribuída no território pertencente ao município, de forma próxima, e alguns estabeleciam relação de vizinhança e de convivência social. As demais unidades produtivas (10%) encontravam-se em municípios vizinhos como: Campestre e Andradas.

² Quintais: área no entorno das residências onde se cultivam produtos de subsistência, fármacos, temperos, etc.

Característica importante é que estavam unidos pela participação na cooperativa em encontros freqüentes, seja para aperfeiçoamento técnico, seja para as reuniões estabelecidas pela assembléia geral da cooperativa e pelas atividades dos projetos comunitários (ALMEIDA, 2008).

1.2 – Reconstrução das trajetórias de transição

Foram efetuadas observações a partir do acompanhamento do cotidiano das famílias e se levantaram diversos pontos para análise. As observações e os dados coletados através da entrevista semiestruturada buscaram levantar quais as conseqüências de âmbito sociocultural, socioambiental e socioeconômico que ocorreram em função do processo de transição (KERBER, 2009).

Os produtores familiares percebem as mudanças ocorridas em três períodos diferentes: Período de subsistência, que vai até a década de 1970; Agricultura tecnificada (fase em que houve a influência de fatores externos) e Período da Agricultura Orgânica.

Foram utilizados trechos das entrevistas semiestruturadas para ilustrar alguns pontos e assim possibilitar ao leitor, um contato mais profundo com a realidade local desses agricultores, facilitando a compreensão.

1.2.1 – O período de Subsistência

Os agricultores referem-se a esse período como anterior à década de 70, onde grande parte das necessidades era assegurada pelo espaço local e imediato. A dependência de produtos da cidade era muito pequena e, quando havia, era baseada no sistema de troca de mercadorias.

Nesse momento, foram identificados os elementos do contexto anterior à transição, como o sistema de produção adotado, produtos cultivados, práticas utilizadas, condições de vida das famílias e principais fatores que limitavam as possibilidades de desenvolvimento.

A pouca dependência de produtos de “fora” da unidade doméstica, para garantir a sobrevivência, aproximava e intensificava as relações entre as pessoas e a natureza. Os produtores falam desse tempo em que se produzia de tudo e a vida era mais controlada (GONÇALVES, 2003).

A propriedade local se baseava no trabalho familiar produzindo culturas alimentares como: arroz, milho, feijão. Na maioria dos quintais havia hortas ao redor das casas, destinadas à complementação da alimentação. Criavam porcos nos “cercados”, galinhas soltas nos terreiros e tinham algumas “vaquinhas”, que produziam o leite destinado ao consumo da família.

Tinham à vontade esses produtos para o consumo, o excedente era vendido ou trocado. O café também era produzido apenas para o consumo da família. O arroz, o milho e o fumo ganhavam destaque como valores de troca. Os animais – porcos, boi, vaca e galinhas também podiam muito bem proporcionar dinheiro e, assim, contribuir para “juntar um dinheirinho” para a compra dos poucos produtos de “fora”, como também para comprar um pedaço de terra.

Nessa época, a cultura do fumo era comum em quase todo o município. Até quando se sabe, sempre foi produzido pelos pais, avós, bisavós dos agricultores. Algumas características de seu processo produtivo, como a necessidade de muita mão-de-obra, trabalho de produção exclusivamente manual e cuidados e práticas de manejo especiais, fazem do fumo um produto bastante favorável à produção familiar (AGUIAR 1992).

O processo de plantio era iniciado com a abertura de uma área de mata, ou uma área em recuperação de onde se cortavam os cipós, árvores mais finas e a vegetação mais baixa. Depois vinha o corte das árvores de maior porte.

“Na história que conheço, os meus avós, pais, usavam do desmatamento para usar a terra virgem”, declarou D.

Tocar fogo é queimar a vegetação picada e derrubada. Depois era feito o abraço, a bateção e o plantio. Plantava-se geralmente de 2 a 4 anos e depois deixava-se a área em pousio, que variava conforme a fertilidade da terra e potencial de recuperação. Nas áreas de várzea era priorizado o plantio de arroz, sem a necessidade dos períodos de repouso da terra.

No período de seca os animais eram colocados nas áreas de pousio e nas áreas usadas para a produção anual de cereais, ou estas podiam ser usadas para a produção de fumo. Havia também um sistema de plantio mais intensivo, em que se plantava por um longo período sem a necessidade de pousio (GONÇALVES, 2003).

1.2.2 – A chegada da agricultura tecnificada

O período da última metade da década de 70 e início da de 80 é percebido pelos produtores como o início de uma profunda mudança no município, como a abertura da economia local e a chegada da tecnologia e do adubo químico para produção.

Com a abertura da economia local ocorreu uma desestruturação na economia familiar. A população local teve acesso a produtos de outras regiões, como no caso do arroz, diminuindo a demanda pelo produto por parte dos comerciantes do município, o que fez com que deixasse de ser uma atividade compensatória em termos de renda para a manutenção familiar, levando algumas famílias a passarem por um período de crise financeira.

A melhor fonte de renda na região era o arroz. Em função do rio Dourado, no decorrer do tempo chegou à lavoura do café, pois a mecanização para continua na cultura do arroz se tornou inviável por causa da área ser inadequada e com ela se consegue produzir alimentos mais baratos, embora de péssima qualidade. Declarou D.

Seu J.T se refere ha esse tempo como:

“... no tempo da minha infância pra hoje mudou o jeito de trabalha, no tempo do meu pai plantava arroz, feijão, milho, engordava porco pro gasto, tinha um gadinho tirava um leitinho pouco pro gasto. Agora mudificou um pouco o arroz não tem mais.”

Com o incentivo do Estado, por meio do Plano de Renovação dos Cafezais, através do extinto IBC e Emater, a partir da década de 70 houve uma intensificação nos plantios de café que se estabeleceu como uma cultura

estável no mercado regional. Com isso houve uma mudança no espaço local, levando as famílias a se readequarem a essa nova realidade. Houve uma mudança na organização do trabalho das famílias, na ocupação da mão-de-obra local e construção de uma nova formação territorial.

No lugar de um sistema produtivo que garantia a subsistência e uma relativa autonomia ao grupo familiar e a toda a comunidade, as mudanças tenderam à construção e valorização de um espaço voltado para a produção do valor de troca. O tempo e o espaço, antes dedicados à criação e plantio de diferentes produtos, tiveram que ser divididos com as culturas voltadas à comercialização, principalmente o café (GONÇALVES, 2003).

Por um outro lado, aumentou a dependência de produtos da cidade, tanto para insumos a produção agrícola, quanto para produtos que satisfaçam as necessidades de consumo das famílias, ocorrendo algumas mudanças nos hábitos alimentares (GONÇALVES, 2003).

Carrieri (1992) fez um longo trabalho de reconstituição da história de vida desses agricultores e destaca que a formação dos cafezais é antiga e foi passada de geração para geração entre as famílias de agricultores de Poço Fundo. Porém a integração ao circuito comercial ocorreu na década de 70, quando o café passou a ser cultivado com tecnologia moderna e como monocultura (RAMOS, 2008).

Carrieri (1992) observou que:

O café começou a aparecer no bairro de Cardoso conquistando, também agora, as lombadas de espigão, as terras consideradas mais secas, a partir de vários incentivos por parte da assistência técnica local. Incentivos que traziam, é lógico, algumas técnicas novas como: adubação pé a pé, a medida pé a pé, a variedade de café, a plantação em nível, as mudas em blocos [...]

A introdução dos sistemas técnicos associados à chamada agricultura moderna, trouxe objetos e códigos “estranhos” aos sistemas de saber local, como também produziu efeitos na natureza e nas relações sociais (GONÇALVES, 2003).

Os agricultores expressam mudanças ocorridas com a introdução do café em novas bases tecnológicas a partir do incentivo do governo. Essas novas tecnologias foram desenvolvidas a partir do conhecimento científico moderno gerado nas universidades, tendo como resultado um modelo tecnológico próprio.

Esse sistema de conhecimento vindo de outros locais era “estranho” aos produtores. A nova forma de produzir forçou a uma série de mudanças entre os grupos familiares, tais como: dependência de informações técnicas dos profissionais da área da agronomia, a necessidade de aquisição de insumos e outros equipamentos agrícolas (GONÇALVES, 2003).

Algumas dessas tecnologias, porém, foram introduzidas não de forma intensiva, nos moldes idealizados por seus fomentadores, mas de forma adequada às necessidades e condições de produção da unidade doméstica (AGUIAR, 1992).

Os produtores de Poço Fundo relatam com muitos detalhes esse período de mudança, descrevendo as formas de produção antes e depois da “tecnologia”. As mudanças que ocorreram foram na organização do processo produtivo, pela introdução de diferentes culturas comerciais. Mesmo com uma inserção parcial do processo de modernização no município, houve grandes mudanças, as áreas utilizadas para as roças eram as áreas mais baixas próximas aos córregos e as áreas mais férteis das unidades produtivas, as demais áreas. As altas eram ocupadas por matas e pastos. Porém, com a utilização do “adubo químico”, abre-se a possibilidade de se utilizarem novas áreas. Os fatores limitantes apresentados pelas terras foram superados.

Um dos entrevistados fala sobre as mudanças ocorridas:

“As mudanças foram bastante, naquela época não havia acompanhamento técnico, plantavam da forma como viam outros, hoje é muito diferente, já tem mais tecnologias. Naquele tempo não existia análise de solos, hoje usa o que a análise pede” Sr. E.

As formas de intervir na natureza ficaram lado a lado com a nova tecnologia que não tinha ainda um significado local. Desta forma, os “novos”

produtos foram sendo testados e usados de forma variada pelos grupos familiares. Alguns utilizaram apenas alguns insumos, outros se envolveram mais com a “nova técnica”.

Um dos entrevistados fala dessa mudança: “... depois apareceu o veneno e começou a usar, a produção do café era pequena, porque não cuidava direito da lavoura...”

O chamado “pacote tecnológico” oferecia a introdução de tecnologias modernas de produção, como o trator, os adubos químicos, os agrotóxicos, as sementes híbridas por serem mais produtivas.

Para os agricultores, tecnologia é uma coisa de “fora”, ela é diferente da experiência e do conhecimento local, situa-se em uma outra esfera que não respeita a vida nem a natureza.

Foi pela via do questionamento e na adoção seletiva do conhecimento científico que o conhecimento do produtor se manteve como um modo de viver e fazer frente ao conhecimento científico, gerados na observação cotidiana da natureza, na recriação da tradição familiar e comunitária e na apropriação de conhecimentos científicos em um processo permanente de aproximação. O saber camponês desses agricultores aproxima-se ou afasta-se do conhecimento científico (RAMOS, 2008).

Assim, o café passou a complementar e cobrir as despesas da unidade de produção, as quais, anteriormente, eram efetuadas somente pelo fumo (AGUIAR, 1992).

A agricultura modernizada, a produção do café como produto para comercialização e o uso de tecnologias de produção oriundas do conhecimento científico são a saída do tempo do avô, em que o café era “só pro gasto” e a entrada no processo de expansão da produção de café em que esse passa a ser produto mercantil, comercializado no mercado nacional (RAMOS, 2008).

Uma outra alteração no processo produtivo dessas famílias foi a ocupação do tempo. O período de demanda de serviços com as lavouras de café são diferentes das culturas brancas – milho, arroz e feijão. Com isso surgiram produtores contratando assalariados e se assalariando, trabalhando como parceiros agrícolas e oferecendo terras para parceria.

A comercialização do café era realizada por intermediários locais – atravessadores – a preços cotados pelo mercado nacional e internacional.

A introdução ou eliminação de alguma prática agrícola nos locais de produção do agricultor familiar leva à quebra dessa organização. Algumas mudanças podem ser consideradas úteis, como a introdução da prática do preparo do solo com trator, porém seu uso de forma desordenada pode acarretar prejuízos ao solo, como observados por alguns produtores.

O manejo intensivo dos solos faz com que sua fertilidade natural se esgote com o passar dos tempos. A diminuição da fertilidade do solo requer do produtor o uso da prática de adubação – adubo químico.

Isso acarretou efeitos desastrosos ao espaço local, com a contaminação de rios e peixes, intoxicação humana e animal, além da degradação de terras e outros.

Em uma das falas, Sr D. relata que:

“O uso de máquinas e agrotóxicos na região está trazendo muitos problemas de saúde (esterilização humana) pelo pouco tempo de existência no município”.

Temos esse período conhecido pelos produtores como a agricultura convencional, que é entendida como aquele manejo em que o produtor utiliza as “novas” técnicas, principalmente o adubo químico e o veneno.

Embora o “pacote tecnológico” da “Revolução Verde” continuasse sendo considerado pela maioria dos pesquisadores como a opção tecnológica mais eficiente, ficou claro que para a grande maioria dos agricultores pobres a adoção dessas tecnologias não seria possível devido ao elevado investimento necessário para a adoção do pacote, pelo menos a curto e médio prazos.

1.2.3 - Período da Agricultura Orgânica

Contra-pondo-se ao uso abusivo de insumos agrícolas, surgem no Brasil e no mundo, movimentos de agricultura alternativa ao convencional. Durante a década de 90, a luta contra a pobreza rural incorporou duas novas e cruciais

dimensões: o manejo ecológico dos recursos agrícolas dos pequenos produtores e a transformação das comunidades rurais em protagonistas de seu próprio desenvolvimento (ALTIERI, 2002).

No início dos anos 80, os agricultores alvo desses estudos rompem com determinadas práticas introduzidas pelo conhecimento científico, motivados por agentes pastorais da Igreja e por técnicos de entidades Não-Governamentais, visando a construir um espaço de discussão sobre as condições de sua existência e formas de enfrentamento dos problemas relativos à produção e comercialização.

Com a vinda de um padre para a localidade, iniciou-se a estruturação das chamadas Comunidades Eclesiais de Base, através da igreja e pela CPT (Comissão Pastoral da Terra).

Nesses encontros, os produtores eram convidados a fazer uma re-interpretação da sua realidade e das mudanças que vinham ocorrendo no município (GONÇALVES, 2003).

Nestes espaços, os produtores de Poço Fundo e da região se depararam com uma nova situação, com novos discursos e informações, tiveram contato com outras experiências como na área produtiva e de organização política e econômica.

A experiência junto a pastoral da terra representa, entre os produtores envolvidos, um marco de todo o trabalho referente à agroecologia desenvolvido atualmente no município (GONÇALVES, 2003).

Esse período é conhecido pelos produtores atuantes como “Agricultura Alternativa”, que surgiu como uma via alternativa à política de modernização agrícola, e destacam três razões principais para a adoção desse novo modo de produção.

A primeira foi a questão da saúde, devido ao uso intensivo de produtos químicos, chamados por eles de “veneno”. Alguns agricultores já haviam tido problemas de saúde em decorrência do uso de tais produtos no sistema de produção convencional.

Essa percepção de que o pacote tecnológico representa um risco para a população e traz sérios problemas ambientais e de saúde, ocasionados pela agricultura tecnificada pode ser observado na tabela abaixo:

Tabela 5 – Problemas relatados

Problemas	Características
Intoxicação	Foram relatados diversos casos de intoxicação humana, na própria família ou com vizinhos.
	Presença de pessoas intoxicadas e outras com suspeita de intoxicação por agrotóxicos
Degradação ambiental	Em determinadas áreas, principalmente áreas de várzea, eram sinais de fartura, tanto para produção de alimentos como para pesca.
	Presença de erosão em áreas de plantio em função do uso do trator e do arado de forma errônea.
	Diminuição de peixes e outros animais

A segunda razão foi a questão econômica: os agricultores viam a possibilidade de aumentar a renda mediante a venda dos produtos sem veneno para um novo nicho de mercado, abrindo novas frentes comerciais e aumentando as possibilidades de retorno econômico, com maior valor agregado ao produto.

A terceira e última razão foi a possibilidade de uma maior autonomia com a venda em outros elos da cadeia de comercialização, conseguindo sua independência, dependendo menos dos atravessadores. Entretanto alguns produtores enfrentam algumas dificuldades para a comercialização dos produtos, tendo que comercializar produtos orgânicos como convencionais, como no caso do café.

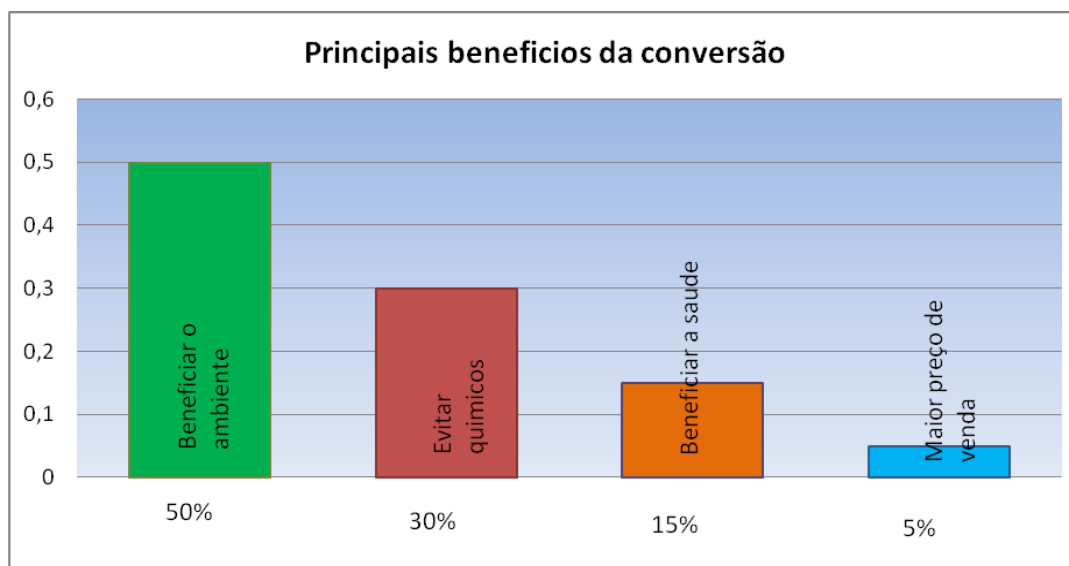
1.3 – Quanto aos princípios da inclusão social e sustentabilidade exigidos pelo Fair Trade.

Um sistema de produção, para ser economicamente sustentável, requer relações de preços que sejam coerentes, por um lado com a manutenção da família do produtor e, por outro, que possibilitem a adoção de práticas que sejam social e ambientalmente adequadas. Isso, no âmbito da produção familiar, requer condições específicas, como um horizonte de planejamento de médio ou longo prazo, estabilidade dos preços, informações de mercado e financiamento da colheita. Nesse sentido, o movimento do Comércio Justo representa uma contribuição essencial para o desenvolvimento da pequena produção, já que em suas diretrizes econômicas, propõe:

- relações de longa duração entre produtores e importadores;
- um preço justo visando a cobertura dos custos de produção, incorporação de ativos ambientais, relações sociais de produção e garantia de melhores condições de vida para produtores e trabalhadores;
- o pré-financiamento da produção, cujos recursos correspondem a um capital de giro para as organizações de produtores;
- um prêmio sobre as vendas, visando o desenvolvimento da organização e de sua comunidade de entorno, para os integrantes da cadeia certificada;
- a transparência nas relações comerciais e de produção envolvendo produtores, importadores e consumidores;
- a capacitação das organizações em sistemas de produção, administração e acesso a mercados (MASCARENHAS, 2007).

Na agricultura familiar, os próprios agricultores e seus familiares aplicam produtos destinados à fertilização das culturas e defensivos naturais destinados ao controle de pragas e doenças. Quando questionados sobre o principal benefício na decisão de conversão produtiva, como apresentado na figura 1, a maioria dos entrevistados respondeu que foi beneficiar o meio ambiente.

Figura 1 – Principais benefícios da conversão



Fonte: Dados da Pesquisa

Apenas 5% dos agricultores entrevistados responderam estar o maior benefício da conversão relacionado aos melhores preços de venda dos produtos. A preocupação com o meio ambiente foi a principal razão para a conversão.

Os produtores assinalam que os cursos d'água estão sendo contaminados pelo uso inadequado de agrotóxicos e pelos esgotos. Foi constatado no momento das entrevistas que não existia nenhum sistema de tratamento de esgoto para eles. Os efluentes, ou eram lançados direto nos córregos, rios, ou depositados em fossa negra.

Outro problema ambiental citado pelos produtores está relacionado à mata ciliar, da qual pouco resta, e à preservação das nascentes. Muitos relataram que houve uma melhora na preservação destas em função da exigência da certificadora de orgânico – BCS e da FLO, mas ainda há casos que necessitam de melhoria, principalmente em relação aos vizinhos que trabalham no sistema convencional.

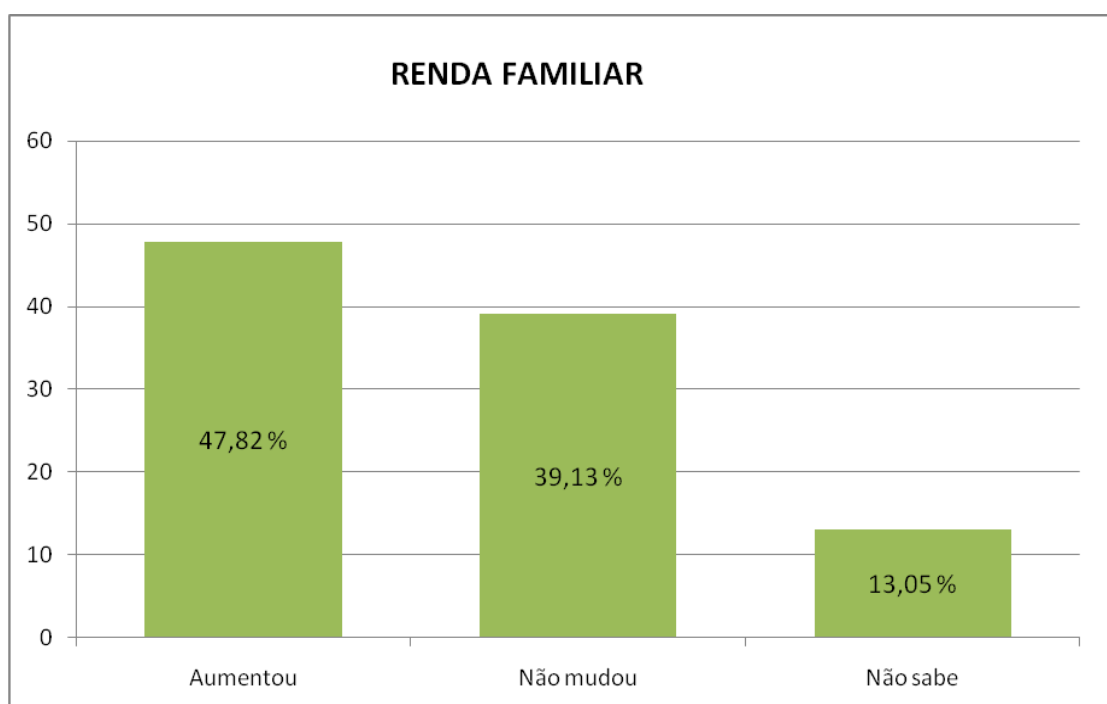
A Cooperativa está trabalhando no desenvolvimento de um projeto para a coleta do lixo nos bairros rurais e também incentivando a construção de fossa séptica nas propriedades rurais.

Para o controle da erosão, verificou-se que aproximadamente 90% dos agricultores realizavam o cultivo do café em curva de nível. O manejo da cobertura vegetal e o aumento da matéria orgânica, realizado por meio da roçada nas ruas do cafezal, foi uma das técnicas mais citadas.

No entanto, alguns produtores observaram que a adoção de determinadas práticas e regras pode trazer a preservação ambiental, objetivando o bem das gerações futuras, mas ao mesmo tempo, pode comprometer a viabilidade econômica de gerações atuais de pequenos produtores.

Os resultados obtidos pela pesquisa indicam que para mais de 90% dos agricultores entrevistados o acesso aos mercados melhorou depois da certificação para o Comércio Justo. Para aproximadamente 47,82% dos produtores a renda familiar aumentou, 39% disseram que não mudou em relação a renda anterior e 13% não souberam dizer, conforme tabela abaixo.

Figura 2 – Renda familiar



Fonte: Dados da Pesquisa

De um lado, isso se deu devido a carências de gestão e administração das atividades produtivas, o que não permite saber se houve aumento ou não.

Por outro lado, alguns produtores ainda estavam em processo de conversão e não haviam vendido o café no comércio justo.

Com o incremento na renda familiar, os produtores investiram na unidade produtiva, melhorando a infra-estrutura com a construção de terreiros mais adequados para uma boa secagem e construção de telhas para armazenamento do café.

Ilustração 16 - Terreiro de café



Fonte: Próprio autor

Isso contribuiu para que fosse possível conseguir cafés de qualidade, sendo possível assim atender as exigências do mercado consumidor em qualidade e padrão de fornecimento. Também houve a aquisição de implementos agrícolas, como roçadeiras costais, pulverizadores e colheitadoras manuais.

Ilustração – 17 - Tulha de café



Fonte: Próprio autor

Muitos produtores relataram, durante as entrevistas, que a inexistência de um mercado doméstico para os produtos do Comércio Justo e, em alguns casos, para produtos orgânicos, faz com que, embora produzindo sob condições sócio - ambiental justas e a um custo mais elevado, esses produtores vendem seu produto no mercado convencional aos preços locais. O diferencial de preços do mercado justo em relação ao mercado convencional, por sua vez, estimula o direcionamento para o Comércio Justo Norte-Sul, criando enclaves regionais e estimulando a monocultura para exportação.

O preço justo é considerado pelos produtores como uma das mais importantes motivações para participar das cadeias de comércio justo, porém algumas considerações tornam-se necessárias: muitos produtores relatam que o preço mínimo definido em dólar para a venda não está sendo viável devido à valorização do real frente ao dólar, fazendo com que os preços externos sofram uma redução em relação ao interno, levando os produtores a vender seu produto no mercado local mesmo.

Alguns produtores entrevistados veem no comércio justo uma multifuncionalidade, pois esse não se assenta apenas sobre uma estratégia de comercialização, mas também na promoção da produção local possível e

sustentável, geração de emprego, relações de equidade entre mulheres e homens e entre gerações, mobilização de valores éticos e culturais, desenvolvimento a partir do local.

CAPÍTULO 4 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que a intervenção do Comércio Justo na COOPFAM proporcionou melhorias no campo da produção ambientalmente sustentável, fortalecimento do associativismo, melhoria dos preços locais e redução da dependência a intermediários.

Os sistemas de produção estão num *continuum* que inclui cultivos convencionais com baixo uso de insumos modernos (SAT), produção orgânica certificada e produção agroecológica.

No caso dos orgânicos, houve uma crescente adoção desse sistema e a principal motivação foi decorrente da busca por melhores preços e acesso ao mercado justo, além, é claro, das escolhas baseadas em melhores condições de trabalho para a família, evitando-se a contaminação por agrotóxicos.

Para que um sistema de produção possa ser economicamente sustentável, requer relações de preços que sejam coerentes, por um lado com a manutenção da família do produtor e, por outro, com a possibilidade de adoção de práticas que sejam social e ambientalmente orientadas.

Esse comportamento está claramente associado à influência do movimento, tendo em vista que os produtos orgânicos oriundos dessas organizações têm dificuldade em obter um preço adequado no mercado local.

Foi identificado o aprimoramento de melhorias sociais, tanto da parte dos agricultores, que participavam com maior frequência de programas e oficinas de treinamento, como da comunidade local que usufruía de tais melhorias e dos benefícios pagos pela instituição de comércio justo.

A premiação recebida pela Cooperativa era convertida em projetos sociais e ambientais na região, demonstrando que, na aplicação do princípio econômico, estiveram presentes os princípios sociais e ambientais da sustentabilidade.

Os projetos para serem realizados com o dinheiro da premiação são definidos com base nas reivindicações estabelecidas em assembléia geral realizada anualmente.

Na COOPFAM, ele contribuiu para:

- a implantação de uma escola de informática para crianças e adolescentes da comunidade – “Inclusão social”;
- um programa de construção de fossas sépticas no meio rural, o apoio permanente a um asilo de idosos, o projeto “Recicla Já” que tem como objetivo o desenvolvimento de uma usina de reciclagem de lixo doméstico no município, com a finalidade de promover a organização dos catadores de materiais recicláveis e da população, em torno da coleta seletiva, gerando emprego e renda, proporcionando trabalho digno, saúde e segurança às pessoas envolvidas, minimizando o impacto ambiental e transformando o lixo em recursos financeiros;
- parceria com escolas particulares do município;
- convênios médicos;
- aulas de violão, dentre outros.

Alguns agricultores insistiram em que a Cooperativa leva muito tempo para realizar os pagamentos pelos produtos, o que dificulta a sua vida e prejudica a própria credibilidade, tendo em vista agricultores da região que poderiam ser novos cooperados. São, no entanto problemas pontuais organizacionais e de logística, com certeza de possível solução. O pagamento pela produção teria formas a fim de garantir o recebimento por parte dos agricultores no momento da entrega da produção, seguindo uma estratégia para aumentar a gama de produtos comercializados.

Outra medida interessante seria trazer novos agricultores para o quadro de cooperados ou se buscar ampliar o quadro de associados com agricultores que apresentam um perfil adequado às exigências da produção de base ecológica e do mercado justo. O apoio governamental, com adiantamento de recursos até a conclusão das negociações internacionais, para o repasse aos agricultores, pode ser um caminho para a solução desse problema, associado

a um mecanismo de garantia e de apoio jurídico e institucional com vistas à defesa dos interesses dos agricultores familiares.

Merece destaque o fato de que a associação se organizou, com a participação direta dos agricultores e seus familiares, possibilitando o contorno dos problemas da época e de transformá-los em atividades econômicas o que gerou melhoria das condições sociais do grupo dos agricultores certificados cooperados.

Assim, as organizações de produtores familiares devem ainda beneficiarem-se do aprendizado para se inserirem dentro das fronteiras de comércio nacional, buscando um relacionamento econômico com aquelas também integrantes da economia solidária.

O direcionamento para o mercado doméstico, dentro da perspectiva da economia solidária e desenvolvimento sustentável, é uma opção de comercialização que vem sendo trabalhada pela Cooperativa, com o desenvolvimento de uma marca própria de café da produção familiar.

CONCLUSÃO

Analisando-se os resultados obtidos a partir da realização deste trabalho, concluímos que a conversão produtiva do sistema convencional para o de base ecológica foi positiva no local, pois possibilitou alcançar melhorias ambientais nas propriedades ao permitir o convívio dos agricultores com a natureza. Eles a veem como aliada, onde a relação homem/natureza é de respeito e ajuda mútua, sendo diferente da noção de natureza como um perigo ou como uma coisa a ser controlada.

O preço justo tem fortalecido a cooperativa de duas formas. De um lado possibilita uma maior agregação dos membros em torno da proposta de Comércio Justo, já que eles contam com um diferencial em relação aos mercados locais. De outro, o preço justo e os prêmios têm favorecido a elevação das receitas da família e possibilitado investimentos importantes em infra-estrutura de produção. Os produtores, durante as entrevistas, em geral testemunharam que, após sua entrada no Comércio Justo, as condições da família melhoraram significativamente.

Entretanto, há uma necessidade de maior nível de esclarecimentos dos membros da Cooperativa sobre o movimento do Comércio Justo para a população e até mesmo para seus associados.

Tal esclarecimento na dimensão econômica, se refere à necessidade de sobrevivência familiar e, à garantia a possibilidade de continuar na atividade, pois essa é uma das razões mais importantes da adoção deste novo modo de produção.

Outro ponto que se apresenta positivo e negativo e está sendo motivo de insatisfação entre os produtores, ao mesmo tempo, diz respeito ao preço mínimo recebido no presente momento. Esse preço não é vantajoso devido à valorização do real frente ao dólar fazendo com que os preços externos sofram uma redução em relação aos internos, o preço mínimo deveria ser revisto por parte dos importadores e da cadeia do comércio justo.

A COOPFAM faz a opção por não receber a antecipação do pagamento, baseado em dois fatores. O primeiro é ligado à insegurança da produção agrícola frente às intempéries e a possíveis variações da qualidade e produtividade decorrentes de relações de troca desfavoráveis. O segundo, frente a variações do câmbio e de preços no mercado doméstico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, L. S. de **A Construção da Relação Social com o Meio Ambiente entre Agricultores Familiares da Mata Atlântica Brasileira**. Jaguariúna, SP. IMOPI. 2006.

ABREU, L. S. de; KLEDAL, P.; PETTAN, K.; RABELLO, F.; MENDES, S. **C. Trajetória e situação atual da agricultura de base ecológica no Brasil e no estado de São Paulo**. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v. 26, n. 1/3, p. 149-178, jan./dez. 2009.

AGUIAR, A. R. C. **Saber camponês e mudança técnica: um estudo de caso junto a pequenos produtores do bairro do Cardoso**, Poço Fundo, MG. 1992. 130 p. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento – Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração Rural, Lavras.

ALMEIDA, G. F. **Agricultura familiar: estratégias produtivas de base ecológica e aplicação de princípios da Agroecologia**. 2008. 153 p. Dissertação (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Centro de Ciências Agrárias, UFSCar, Araras.

ALTIERI, M. **Agroecologia**. Bases científicas para uma agricultura sustentável. Guaíba: Editora Agropecuária, 2002.

BRASIL, Lei nº 10.831, de 23 de Dezembro de 2003. Disponível em: <http://www.planetaorganico.com.br>. Acesso em: 06 abr.2010.

CAPORAL, F.R.; COSTABEBER, J.A.; PAULUS, G. **Agroecologia**: matriz disciplinar ou novo paradigma para o desenvolvimento rural sustentável. Brasília: 2006. 25 p. Disponível em: <http://www.pronaf.gov.br/dater/arquivos/0730211626.pdf>.

CÂNDIDO, A. **Os parceiros do Rio Bonito**: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1979.

CARMO, M.S.; SALLES, J.T.A. **Sistemas familiares de produção agrícola e o desenvolvimento sustentado**. In :ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 1998, Florianópolis. Anais. Disponível em: <<http://gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sbs3/html>>.

CARVALHO, C. D. **A história oral: uma metodologia de pesquisa em Agroecologia**. Revista Brasileira de Agroecologia, vol.2, nº.2, Out 2007.

CARVALHO, Y. M. C. de. **Construindo solidariedade no movimento orgânico**. In: FRANÇA, C. L de. (org.). Comércio Ético e Solidário no Brasil. São Paulo, Fundação Friedrich Ebert/ILDES, 2003.

CARRIERI, A. P. **A racionalidade administrativa: os sistemas de produção e o processo de decisão-ação em unidades de produção rural**. 1992. 208 p. Dissertação (Mestrado em Administração Rural) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG.

COELHO, F. M. G. O café num outro retrato do Brasil rural: o lugar da agricultura familiar. **Informe Agropecuário**. Belo Horizonte, MG, v. 26, p. 09 – 16, 2005.

COSTA, S.A. **Diário de campo como dialética subjetiva**. In: WHITAKER, D.C.A (Org.) Sociologia Rural: questões metodológicas emergentes. Presidente Venceslau: Letra à Margem, 2002. p.151-159.

FACES DO BRASIL. O comércio justo e solidário no Brasil. <Disponível em www.facesdobrasil.org.br/cartilha-sncjs.html. Acesso em 03 janeiro 2011.

FILHO, F.O.A. **Estratégia de sobrevivência de agricultores familiares no Sul de Minas: o caso dos produtores de Pinhalzinho no município de Poço Fundo/MG**. 2008. 68 p. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Produção na Agropecuária) – Universidade José do Rosário Vellano – UNIFENAS, Alfenas.

GAVIOLI, F. R. **As múltiplas funções da agricultura familiar: um estudo no assentamento Monte Alegre - Araraquara/SP**. 2010. 177 p. Dissertação (Mestrado Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Centro de Ciências Agrárias, UFSCar, Araras.

GOMES, C. C. M. P. **Alternativas encontradas para superação das principais dificuldades no processo de certificação Fair Trade: um estudo multicase de organizações de pequenos produtores no Brasil**. 2010. 110 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, USP, Ribeirão Preto.

GONÇALVES, A. **Agroecologia, saber local e mercado: um estudo sobre a agricultura familiar de Poço Fundo-MG**. 2003. 183 p. Dissertação (Mestrado em Administração Rural) – Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração e Economia, Lavras.

<http://www.coopfam.com.br>. Acesso em fevereiro 2010.

<http://www.mte.gov.br>. Acesso em janeiro 2011.

<http://www.facesdobrasil.org.br>. Acesso em janeiro 2011.

<http://www.fairtrade.net>. Acesso em outubro 2010.

IBGEa **Censo Agropecuário de 2006**, disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em 18 de outubro de 2010 a.

IBGEb, **Dados Cidade 2010**, disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidades>>. Acessado em 29 de setembro 2010 b.

IBGEc **Censo Agropecuário de 2006**, disponível em:<<http://www.ibge.gov.br>>. Acessado em 18 de outubro de 2010 c.

KERBER, M. **Análises das Trajetórias de Transição de Produtores de Base Ecológica de Ibiúna/SP: Identificação e caracterização de Indicadores Sociais de Sustentabilidade**. 2009. 164p. Dissertação (Mestrado Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Centro de Ciências Agrárias, UFSCar, Araras.

KERBER, M. et al. **Trajetórias de transição dos produtores de base ecológica de Ibiúna/SP e indicadores sociais de sustentabilidade**. Sociedade e Desenvolvimento Rural on line, v.4, n.1, p.1-37, junho. 2010.

LAFORGA, Gilmar. **Dinâmica do comércio justo, associativismo e agricultura familiar na citricultura brasileira**. 2005. 348 p. Tese (Doutorado em Gestão da Produção) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.

LAMARCHE, H. (coord) **A Agricultura familiar: Uma realidade multiforme** v. I. Campinas: Ed. da Unicamp, 1993.

LAMARCHE, H. (Coord.) **A Agricultura Familiar: do mito à realidade**. Volume II. Campinas: Ed. da Unicamp, 1998.

LIMA, P. C. de. et al, sistemas de produção agroecológicos e orgânicos dos cafeicultores familiares da Zona da Mata Mineira. **Informe Agropecuário**. Belo Horizonte, MG, v.26, p. 28-44, 2005.

MASCARENHAS, G. C. C. **O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: Entre a solidariedade e o mercado**. 2007.369 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro.

MARTINS, M. **Caracterização de sistemas orgânicos de produção de café utilizados por agricultores familiares em Poço Fundo**. 2003. 190 p. Tese (Doutorado em Fitotecnia)- Universidade Federal de Lavras, Departamento de Agricultura, Lavras.

MELO, A.P.G. de, **Agricultura familiar e economia solidária: as experiências em gestão de bens comuns e inserções nos mercados por organizações rurais do estado de Minas Gerais**. 2005. 127 p. Tese (Mestrado em Gestão Social, Desenvolvimento e Ambiente) – Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração, Lavras.

METELLO, D. G. **Os benefícios da associação em cadeias produtivas solidárias: o caso da Justa Trama – cadeia solidária do algodão agroecológico**. 2007. 146 p. Tese (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

NEVES, D.P. **Agricultura familiar: quantos ancoradouros**. Artigo publicado em <http://pt.scribd.com/doc/51109383/Agricultura-Familiar>. Acesso em: 15 fev.2012.

PEDINI, S. **Fair Trade: Alternativa ao mercado convencional de café e processo de empoderamento de cafeicultores familiares**. 2011. 174p. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Lavras, Lavras.

PEDROSO, F. G. **As experiências de desenvolvimento sustentável do Quilombo de Ivaporunduva: um estudo de caso na perspectiva da Agroecologia**. 2008. 133p. Tese (Mestrado em Agroecologia e Desenvolvimento Rural) – Centro de Ciências Agrárias, UFSCar.

PINTO, J.R.L. **Economia solidária: de volta à arte da associação**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006.

QUEIROZ, M. I. P. de. **Bairros rurais Paulistas: dinâmica das relações bairro rural-cidade**, São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1973.

RAMOS, R. V. **Saber de experiências feio e conhecimento científico no processo de produção do saber apropriado: a experiência da Associação de Pequenos Produtores de Poço Fundo/MG**. 2008. 209 p. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Lavras.

SAMPAIO, F., FLORES, M.. **Comércio justo, ético e solidário e a agricultura familiar brasileira: um outro mercado é possível?** FACES, 2003. Disponível em <[http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Comercio justo, ético e solidário e a agricultura familiar brasileira.pdf](http://www.facesdobrasil.org.br/fb/publicacoes/Comercio_justo,_ético_e_solidário_e_a_agricultura_familiar_brasileira.pdf)>. Acesso em 23.mai.2012.

SANTANA, A. C. **Diversificação da agricultura familiar no sul de Minas Gerais: uma análise da percepção de professores e pesquisadores**. 2008. 118 p. (Mestrado em Gestão Social, Desenvolvimento e Ambiente) – Universidade Federal de Lavras, Departamento de Administração, Lavras.

SCHNEIDER, J. W. **Pesquisa Mundial de Comércio Justo**. Brasília: Sebrae, 2007. 211 p.

SCHNEIDER, J. W. **Relatório da pesquisa mundial de comércio justo: parte 2**. Brasília: Sebrae, 2012. 97 p.

SEVILLA GUZMAN, E. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural**. In: AGROECOLOGIA: Princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável, Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2005.

SIMÃO, A.A. **Diversificação como alternativa para o desenvolvimento da agropecuária sul mineira**. 2005. 149 p. (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Lavras.

VEIGA, J. E. da. **Uma estratégia de Desenvolvimento Rural para o Brasil.** Relatório final do Projeto de Pesquisa e formação Sindical CUT/CONTAG. São Paulo, 1997.

APÊNDICE

Questionário aplicado na pesquisa de campo.

I PARTE – IDENTIFICAÇÃO

Nome do Produtor _____

Nome da Propriedade _____

Endereço da Propriedade: _____

Município _____

Telefone _____

1.1 - Descrição da Propriedade:

E proprietário rural () sim não ()

explicar: _____

Terra: própria () arrendada () Meeiro () parceria ()

Área propriedade (há)		Área de Reserva Legal (há)	
Área arrendada (há)		Área de Mata Ciliar (há)	
Área Cultivada (há)			

Colocar de forma a identificar se o produtor é somente arrendatário.
Se meeiro, explique a forma combinada com o proprietário:

(tentar colocar todas as especificidades de forma sintética)

1.2 - Mão de Obra da propriedade:

Origem: () familiar _____

() diarista _____

() contratada Carteira assinada? () sim () não

() Outros _____

	Nome do membro da família tomador de Decisão	Sexo	Idade	Grau de Parentesco com o tomador de decisão	Principal ocupação	Escolaridade	% de tempo que destina ao trabalho na propriedade.
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
				1- tomador de decisão 2- Esposa/Marido 3- Pai 4- Mãe 5- Filho 6- Filha 7- Irmão 8- Irmã 9- Outros Relativos 10- Não Relativos	1- Produção familiar 2- Cuidados domésticos 3- Estudante 4- Emprego fora da propriedade 5- Emprego em atividades rurais fora da propriedade 6- Outros	1- Analfabeto 2- Primário (até 4º série) 3- Ginásio (até 8º série) 4- Colegial (1º a 3º) 5- Curso Técnico 6- Terceiro Grau 7 – Outros	

II Parte – HISTORICO DA FAMILIA

1) Qual é a origem de sua família?

() agrícola () não agrícola

1. a) Como seus familiares começaram na agricultura?

b) O que Cultivavam e o que cultivam agora?

2) Descrever:

a) Lugar de origem da família (profissão, classe social, migração, etc);

b) Área total que possuíam no início e que possuem agora.

3) Qual é o teu projeto no que diz respeito ao futuro dos filhos? Trabalho (campo e cidade), local de moradia, casamento, herança. (Identidade profissional – apego a terra – patrimônio ou especulação)

III PARTE – HISTORICO DA PROPRIEDADE

1) Fazer uma descrição da evolução do sistema de produção e exploração em relação ao sistema de seus antecessores, desde situação de origem até a situação atual. (resgatar os moradores originais da família, na UP). Houve alguma modificação na sua maneira de produzir. A partir de quando e por quê?
Histórico da propriedade

2) Pensa em comprar mais terra? Incrementar os níveis de equipamentos técnicos?

IV PARTE - Experiências agrícolas

Propriedade: orgânica () sat ()

Quando foi que iniciou a produção orgânica? _____

Quando sua propriedade recebeu certificação orgânica? _____

Quando foi que iniciou a produção Sat? _____

1) Descrever a maneira de produzir (a partir da escolha do que produzir até a colheita)? Com quem, onde, como aprendeu sobre produção orgânica/Sat?

2) Por que escolheu ser um produtor orgânico ou sat?

3) No gerenciamento da propriedade, quais dos métodos você utiliza?

Manejo dos solos e dos nutrientes	Controle de Pragas	Outros
Mulching ()	Uso de plantas armadilhas ()	Consociação de culturas ()
Cultivo nas curvas de nível ()	Inseticidas naturais ()	Agroflorestas ()
Terraceamento ()	Armadilhas físicas ()	Outra: especificar ()
Resíduos de colheitas ()	Armadilhas com feromônios ()	
Compostos Verde ()	Cercas Vivas ()	
Esterco ()	Outros – Especificar	
Compostos ()		
Adubação Verde ()		
Outros – Especificar		

4) Em sua opinião quais são os maiores benefícios da conversão para a agricultura orgânica ou sat? Indicar:

1 – benefício mais importante; 2 – Segundo mais importante; 3 – Terceiro mais importante; 4 – Quarto mais importante.

Maior produtividade ()

Maior preço de venda ()

Segurança na venda-contrato ()

Evitar químicos ()

Redução nos custos dos insumos ()

Beneficiar o ambiente ()

Melhorar a fertilidade dos solos ()

Beneficiar a saúde da família ()

Outro, favor especificar _____

5) Quais das seguintes experiências você pode relatar desde que passou a produzir de forma orgânica / Sat? Adaptação com a realidade.

	Aumentou	Não mudou	Diminuiu	Não sabe
Demanda por esterco				
Demanda por compostagem				
Uso de fertilizantes				
Plantas doentes				
Ervas espontâneas				
Pragas e doenças				
Qualidade dos solos				
Requerimento de mão de obra				
Acesso aos mercados				
Renda familiar				
Outros – especificarem				

6) Planeja expandir sua área de produção ou cultivar mais produtos orgânicos/Sat?

Sim () Não () Por quê?

7) Você acredita que a agricultura orgânica irá assegurar um futuro melhor nessa região em comparação com a situação atual?

8) Você acredita que produzir de forma diferenciada oferece benefícios especiais para você quando comparado a outro agricultor produzindo de forma convencional / não orgânica? Como?

9) Nos próximos cinco anos, você acha que continuará produzindo de forma orgânica/Sat? Sim ou não e por quê?

10) Se você não houvesse convertido para a agricultura orgânica/Sat, você acredita que sua vida estaria:

() da mesma maneira () melhor

() pior () não sabe dizer

11) Quais são os principais problemas/dificuldades que tem encontrado para produção e comercialização? Como eles são resolvidos? Esses problemas são discutidos com alguém (técnicos, grupo de agricultores, informação escrita, associação, sindicato e cooperativas, etc) ou se eles não discutem.

12) Como era realizada a comercialização antes de se tornar orgânico? Como ocorre hoje, houve alguma mudança? Quais?

12.1) Comercialização

Produto	Via de escoamento		Quantidade	Qualificação do retorno financeiro		
	Fair Trade	Outros		BOM	REGULAR	RUIM

13) Quais foram às razões que levaram a certificação para o comércio justo – Fair Trade? Quando recebeu o certificado? Observa o termo que eles usam.

14) Houve influencia de alguém?

() vizinho () técnico () parente _____

() outro _____

15) Qual entidade/entidades está envolvida com o processo de certificação de sua propriedade? _____

16) Quais são as práticas sustentáveis exigidas pelo comércio justo? Tem alguma dificuldade para aplicar as normas exigidas?

17) A prática do Comércio Justo trouxe algum benefício em relação à educação, cultura, lazer, acesso a informação e outras para sua família? Participa de algum projeto social desenvolvido pela Cooperativa? Qual

18) Quais as vantagens que vê em ser membro de uma cooperativa? Você sente que algo pode ser melhorado em relação à estrutura e ao funcionamento da organização? Favor especificar?

19) Como você avalia a atual política agrícola brasileira?

20) O senhor tem recebido ajuda/subsídios/credito do governo federal, estadual ou municipal ou de Ongs para a produção na sua propriedade? Qual a sua avaliação das instituições de pesquisa e extensão rural do governo?

21) O que o Senhor entende por Agroecologia?

22) Quer continuar com a agricultura orientada para o Fair Trade ou pensa em aplicar as recomendações da agricultura orgânica ou Agroecologia:?

FOTOS



Vista parcial de um bairro rural
de Poço Fundo



Vista parcial de uma
comunidade rural



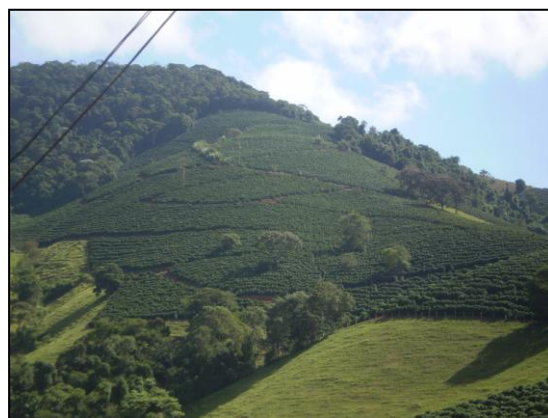
Lavouira de café em ponto de colheita



Viveiro de Mudanças da Coopfam



Vista geral de uma propriedade rural



Vista parcial de uma unidade produtiva, observa-se terreno com declividade



Cafezal em flor

