

PRISCILA FONTES BIAGIONI

**AGRICULTURA FAMILIAR E COMÉRCIO JUSTO:
UMA PARCERIA SOCIALMENTE JUSTA,
ECOLOGICAMENTE CORRETA E
ECONOMICAMENTE VIÁVEL**

Monografia do Projeto Orientado apresentada ao Departamento de Engenharia da Universidade Federal de Lavras como parte das exigências do curso de Engenharia Agrícola, para a obtenção do título de Engenheira Agrícola.

Orientador
Prof. Dr. Gilmar Tavares

LAVRAS – MG
2008

PRISCILA FONTES BIAGIONI

**AGRICULTURA FAMILIAR E COMÉRCIO JUSTO: UMA
PARCERIA SOCIALMENTE JUSTA, ECOLÓGICAMENTE
CORRETA E ECONOMICAMENTE VIÁVEL**

Monografia do Projeto Orientado
apresentada ao Departamento de
Engenharia da Universidade Federal
de Lavras como parte das exigências
do curso de Engenharia Agrícola,
para a obtenção do título de
Engenheira Agrícola.

APROVADA em 22 de janeiro de 2008.

Prof. Dr. Francisco Duque de Mesquita Neto (DMV)

Eng^o Luciano Henrique de Souza Vieira (Ms)

Prof. _____
Orientador

LAVRAS-MG

*Dedico esse trabalho ao
desenvolvimento rural deste
país que é abençoado por
Deus e bonito por natureza.*

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Paulo e Eulália, pelo imenso amor que sempre recebi.

Ao Fernando pelo amor, risadas, paciência, carinho e ajuda que recebi para a realização deste trabalho.

À UFLA, pela oportunidade de cursar Engenharia Agrícola e ter maravilhosos professores, donde, absorvi inesquecíveis aprendizados e experiências.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Gilmar Tavares, pela motivação, sabedoria e auto astral.

Ao Pablo, pelo conhecimento e pelas intermináveis dicas sobre monografias.

Aos meus adorados amigos: Luciano, Thiago, Guto, Diogo, Daniel, Vinícius, Lucas e Barriga, pela imensa amizade, festas e atenção durante todos esses anos.

Às meninas da República Simpatia é quase Amor: Juzinha, Julia, Débora e Isabella, pelas festas, risadas e comidinhas. Aprendi muito com vocês.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	6
LISTA DE TABELAS	7
RESUMO	8
1 INTRODUÇÃO.....	9
2 REVISÃO DE LITERATURA.....	11
2.1 Agricultura Familiar.....	11
2.1.1 Breve histórico.....	11
2.1.2 Situação atual	14
2.2 Comércio Justo.....	27
2.2.1 Organizações e certificadoras.....	27
2.2.1a Associação Internacional de Comércio Justo – IFAT..	27
2.2.1b Associação Européia do Comércio Justo – EFTA.....	28
2.2.1c Federação de Comércio Justo – FTF	29
2.2.1d Rede Européia de Lojas Mundiais – NEWS!	30
2.2.1e Organizações Mundiais para Certificação e elaboração de Critérios de Comércio Justo – FLO ...	31
2.2.1f Rede de Comércio Justo Africana – AFN	33
2.2.1g Rede de Produtores Asiáticos – NAP	33
2.2.1g Coordenadoria Latino-americana e do Caribe de Comércio Justo – CLAC	34
2.2.2 Como surgiu?	35
2.2.3 O que é Comércio Justo?.....	36
2.2.4 O Comércio Justo no Brasil	38
3 SITES DE REFLEXÃO	42
4 CONCLUSÃO	46
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..	48

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Participação do PIB do agronegócio familiar e patronal no PIB do Brasil.....	17
Figura 2. Participações das macroregiões no PIB total, no PIB do agronegócio e no PIB do agronegócio familiar – 2004.....	18
Figura 3: Brasil – Agricultores Familiares – Participação percentual das regiões no número de estabelecimentos familiares, área, VBP e financiamento total.....	19
Figura 4: Área média dos estabelecimentos familiares (em ha).....	20
Figura 5: Área média dos estabelecimentos patronais (em ha).....	21
Figura 6: Renda total (RT) por ha/ano dos estabelecimentos familiares e patronais.....	22
Figura 7: Organizações de produtores certificados pelo Comércio Justo por país.....	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Agricultores familiares – Acesso à tecnologia e assistência técnica.....	24
--	----

RESUMO

O Brasil atravessa uma fase de conscientização com a situação social, ambiental, econômica e política do país, e a agricultura familiar está inserida nesta fase. O seu desenvolvimento vem gerando questionamentos e discussões por várias entidades devido à sua importância pela produção de alimentos e geração de empregos. A comercialização de seus produtos é um dos principais problemas enfrentados pelos agricultores familiares na história do Brasil. Como a cadeia de comercialização dos produtos só aumentava, foi necessária a criação de uma cadeia justa, onde cada participante tivesse um lucro justo e um preço final acessível. Assim surgiu o Comércio Justo. O presente trabalho tem por objetivo analisar o conceito de agricultura familiar. Debate a questão do “atraso” e demonstra como indicadores o potencial da agricultura familiar. Argumenta que a questão do desenvolvimento rural vai além da viabilidade econômica e deve ser analisado pela perspectiva sócioambiental (Agroecologia). Debate o conceito de preço justo que poderia ser melhor explorado principalmente na certificação. O Comércio Justo é uma opção não só para melhorar a renda dos agricultores familiares, mas também a sociedade e o meio ambiente em que eles estão inseridos.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o conceito de agricultura familiar. Debate a questão do “atraso” e demonstra como indicadores o potencial da agricultura familiar. Argumenta que a questão do desenvolvimento rural vai além da viabilidade econômica e deve ser analisado pela perspectiva sócioambiental (Agroecologia). Debate o conceito de preço justo que poderia ser melhor explorado principalmente na certificação.

O Brasil atravessa uma fase de conscientização com a situação social, ambiental, econômica e política do país, e a agricultura familiar está inserida nesta fase. O seu desenvolvimento vem gerando questionamentos e discussões por várias entidades devido à sua importância pela produção de alimentos e geração de empregos.

A agricultura familiar é caracterizada por uma administração da propriedade pela própria família e o trabalho é predominantemente familiar, além disso, a propriedade é de produção para o comércio e consumo para a família. Mas o limitado acesso à tecnologia e a assistência técnica, faz em que esses agricultores tenham baixa produtividade, assim dificultando o acesso ao comércio, que é competitivo e exigente.

A comercialização de seus produtos é um dos principais problemas enfrentados pelos agricultores familiares na história do Brasil. Isso se deve a vários fatores como: o preço cobrado pelos produtos não cobre os gastos da produção, a dificuldade de acesso às cidades, a perecibilidade dos produtos, a dependência do clima e os atravessadores.

A criação de mercados municipais nos grandes centros urbanos serviria para aproximar os agricultores dos consumidores, mas isso na prática não ocorreu porque os agricultores não dispunham de veículos para chegar aos mercados, ou não tinham tempo para comercializar seus produtos e mais uma vez os atravessadores apareceram. Surgiu então a feira livre, que acontecia nas cidades mais próximas, mas com o passar dos anos os feirantes não eram mais os agricultores e sim comerciantes que compravam produtos nas Centrais de Abastecimento. Estas, por sua vez, compravam dos agricultores e acabavam sendo atravessadoras dos produtos.

Como a cadeia de comercialização dos produtos só aumentava, foi necessária a criação de uma cadeia justa, onde cada participante tivesse um lucro justo e um preço final acessível. Assim surgiu o Comércio Justo. Foi na década de 60 na Europa, onde ocorreu a mesma situação na agricultura. Alguns mercados se uniram e vendiam produtos de pequenos agricultores para ajudá-los a sair da pobreza, pagando-os preços mais justos. Esse comércio foi aumentando e se estendeu aos países pobres do mundo. Com o Comércio Justo, os agricultores têm acesso ao mercado com garantia de compra e preço, além de responsabilidade social e ambiental.

Assim sendo, será analisada a situação atual da agricultura familiar brasileira, as condições em que ela está inserida, mostrar o que é comércio justo e como este está ajudando a agricultura familiar brasileira, e citar alguns casos de famílias atendidas por este tipo de comércio em outras partes do mundo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Agricultura Familiar

2.1.1 Breve histórico

A ocupação de terras brasileiras iniciada durante o séc. XVI, apoiada na doação por intermédio das sesmarias, na monocultura da cana-de-açúcar e no regime escravocrata, foi responsável pela expansão do latifúndio, que concentra as terras e utiliza sistemas agrários nocivos, os quais ainda predominam em muitas áreas do país. Essa lavoura desempenhou um papel fundamental na organização da agricultura nacional, fazendo surgir a grande propriedade rural - latifúndio - apoiada por mão-de-obra escrava. Junto à expansão da cultura canavieira e da pecuária extensiva no sertão, desenvolveu-se uma agricultura de subsistência que visava o abastecimento das pessoas engajadas nos engenhos e fazendas de gado, assim foi o início da agricultura familiar brasileira (Ambiente Brasil, 1999). Nesta mesma direção, Lamarche (1993) aborda que em todo o país, as grandes propriedades, devido ao seu caráter extensivo, constituem também espaços de reprodução para a pequena agricultura de subsistência. Pequenos agricultores ali se instalavam e, em contrapartida, submetem-se à obrigatoriedade de prestar diversos serviços ao proprietário. Nos períodos de crise das grandes culturas, os latifundiários abandonam total ou parcialmente a direção do empreendimento agrícola e deixam a terra aos cuidados dos pequenos agricultores, dos quais exigem um pagamento sob diversas formas. A fragilidade dos agricultores “dependentes” manifesta-se claramente à

época em que é preciso reassumir a atividade principal: pela expulsão pura e simples de seus ocupantes, o proprietário restabelece a administração única e centralizada do empreendimento e retorna à exploração das culturas que abandonara. Szmrecsányi (1990) acrescenta que de um modo geral, as culturas de subsistência nunca deixaram de constituir atividades secundárias em relação às grandes lavouras escravistas de exportação. Quando chegavam a ser independentes destas, eram geralmente praticadas em pequena escala e longe dos raros centros urbanos, sujeitos às freqüentes crises de abastecimento, por meio das quais comerciantes de gênero alimentícios e outros intermediários conseguiam amealhar grandes lucros. Da mesma forma que as grandes lavouras de exportação, as culturas de subsistência eram praticadas em moldes extensivos, nunca chegando a constituir atividades especializadas, intensivas e permanentes.

Quando a mineração passou a ser a principal atividade do país e em conseqüência, absorvendo a maior parte da mão-de-obra, muitos engenhos açucareiros foram abandonados. Essa nova atividade foi responsável pelo aumento de áreas voltadas para agricultura de subsistência e promoveu o aparecimento de propriedades de menores dimensões, dedicadas à produção de alimentos, com fins comerciais (Ambiente Brasil, 1999). Mas o caráter precário da posse e uso da terra para a produção de alimentos gera instabilidade na produção e problemas crônicos de abastecimento (Romeiro, 1998). A situação precária da estrutura produtiva voltada para a produção de alimentos, composta principalmente de pequenas explorações, facilitou a ação dos “atravessadores” que passam a atuar permanentemente, mantendo

os preços baixos para os agricultores e elevado para os consumidores (Linhares & Silva, 1979).

Com o declínio da escravidão, as elites dominantes procuraram assegurar o controle da mão-de-obra tentando evitar que os imigrantes se estabelecessem como produtores independentes, assim, os colonos eram remunerados em dinheiro e tinham direito a um pedaço de terra para cultivos de subsistência. Com a crise do setor exportador, em 1929, a diversificação da agricultura brasileira se intensifica. Principalmente para a produção de matérias-primas agrícolas destinadas ao mercado urbano-industrial em expansão (Romeiro, 1998). Por outro lado, Linhares & Silva (1979) afirma que durante 1930 a 1945, o país sofre uma crise de abastecimento que gerou a falta de comida, no sentido de encarecimento do custo de vida, pela carência do alimento e também pela especulação conseqüente posta em prática, nessas ocasiões, pelos distribuidores das mercadorias.

Lamarche (1993) afirma que a modernização da agricultura, a partir de meados dos anos 60, impôs efetivamente modificações indiscutíveis ao perfil técnico e econômico da agricultura brasileira. A propriedade fundiária permanece como o elemento organizador indispensável à atividade agrícola. É preciso observar, no entanto, que ela se apresenta muitas vezes independentemente de seu uso produtivo, que ela serve de reserva de valor em caráter especulativo ou é explorada sob forma extensiva, com baixos níveis de produtividade.

O barateamento dos alimentos para o consumidor final, todos sabem que não depende apenas da produtividade no campo, mas também – e principalmente – das condições de comercialização dos produtos agropecuários, sejam eles in natura ou industrializados. Estas

condições no Brasil estão muito longe de serem competitivas, caracterizando-se, na maioria das vezes, por um excesso de intermediários e/ou um alto grau de monopólio (Szmrecsányi, 1990).

Com a falta de alimentos baratos nos centros urbanos, faz surgir a necessidade de uma reforma agrária para a expansão da agricultura. Logo após, os trabalhadores rurais procuram enquadrar os movimentos sindicais rurais nos mesmos moldes dos urbanos, e em 1963 foi promulgado o Estatuto do Trabalhador Rural, que estendia aos trabalhadores rurais a legislação social dos trabalhadores urbanos. Os latifundiários expulsaram os trabalhadores residentes no imóvel, passaram a usar equipamentos e insumos agrícolas e a contratação de “bóias-frias” somente para operações difíceis de mecanizar. Diante desse quadro, o Estado reformulou a política agrícola reestruturando o sistema de crédito rural, baseado na área da propriedade, e o sistema de pesquisa agropecuária, criando a EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) que concentrou a maior parte do esforço (80%) na pesquisa convencional, que segue a lógica da revolução verde, para a pesquisa de tecnologias “intermediárias” foram 8,3% e a para a pesquisa “revolucionária” restaram 5% (Romeiro, 1998).

2.1.2 Situação atual

A relação da sociedade brasileira com o tema da agricultura familiar vem-se transformando de maneira nítida, desde o início dos anos 90 em três planos: do ponto de vista intelectual, sob o ângulo dos movimentos sociais e também no terreno político. Diferentemente do que ocorria até o final dos anos 80, a agricultura familiar tornou-se hoje um tema nobre na agenda de algumas das mais importantes instituições de pesquisa no Brasil, é o que analisa Abramovay (1995).

Nesta mesma direção, Denardi (2001) afirma que o conceito de agricultura familiar é relativamente recente, pelo menos no Brasil e que antes disso, falava-se em pequena produção, pequeno agricultor e, um pouco antes, ainda se utilizava o termo camponês.

Como citado acima, o interesse sobre a agricultura familiar fez com que órgãos governamentais e internacionais se juntassem para estudá-la, como ocorreu com o Instituto de Colonização e Reforma Agrária – INCRA – e a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação – FAO (2000), onde concluíram que a discussão sobre a importância e o papel da agricultura familiar no desenvolvimento brasileiro vem ganhando força nos últimos anos, impulsionada pelo debate sobre desenvolvimento sustentável, geração de emprego e renda, segurança alimentar e desenvolvimento local. O debate sobre os conceitos e a importância relativa da “agricultura familiar” também é intenso, produzindo inúmeras concepções, interpretações e propostas, oriundas das diferentes entidades representativas dos “pequenos agricultores”, dos intelectuais que estudam a área rural e dos técnicos governamentais encarregados de elaborar as políticas para o setor rural brasileiro.

Por falar em conceito, vários autores e órgãos tentam caracterizar o perfil da agricultura familiar, mas um conceito geral foi descrito por Denardi (2001):

“Em linhas gerais, os empreendimentos familiares têm duas características principais: eles são administrados pela própria família; e neles a família trabalha diretamente, com ou sem o auxílio de terceiros. Vale dizer: a gestão é familiar e o trabalho é predominantemente familiar. Podemos dizer, também, que um estabelecimento familiar é, ao mesmo tempo, uma unidade de produção e de consumo; uma unidade de produção e de reprodução social”.

Guilhoto et al. (2007) destaca a importância sobre os avanços que contribuem para o reconhecimento econômico e social da

agricultura familiar e das populações rurais para o desenvolvimento do país, bem como para superar visões preconceituosas que percebem o meio rural como um lugar do passado e do atraso.

O avanço político vem se destacando desde 05 de abril de 2004, quando o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) teve sua estrutura regimental regulamentada conforme decreto 5.033:

“DA NATUREZA E COMPETÊNCIA ”

Art. 1º O Ministério do Desenvolvimento Agrário, órgão integrante da administração direta, tem como área de competência os seguintes assuntos:

I - reforma agrária;

II - promoção do desenvolvimento sustentável do segmento rural constituído pelos agricultores familiares; e

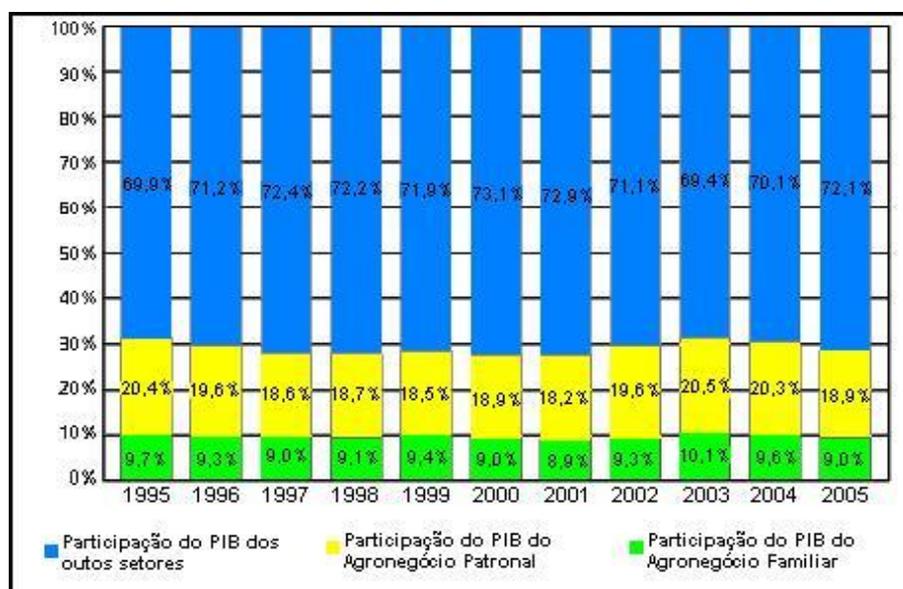
III - identificação, reconhecimento, delimitação, demarcação e titulação das terras ocupadas pelos remanescentes das comunidades dos quilombos.”
(Brasil, 2004)

Já em março de 1995, o presidente da República publicou nos principais jornais do País um artigo em que anunciava a divulgação próxima de um Programa nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. A linguagem era diferente da que, até então, caracterizara a postura dos governos com relação a este tema: não se tratava de “ajudar” a “pequena produção”, mas sim de concentrar os recursos escassos da política agrícola a um setor que mostrava dinamismo e viabilidade econômica, a agricultura familiar (Abramovay, 1995). Hoje o MDA conta com quinze programas que apóiam o desenvolvimento rural sustentável e segurança alimentar, fortalecendo a agricultura familiar (Brasil, 2005).

Com todo esse apoio, a agricultura familiar tem mostrado sua importância no PIB brasileiro. O segmento familiar da agropecuária brasileira e as cadeias produtivas a ela interligadas responderam, em 2005, por 9,0% do PIB brasileiro, o que representa uma queda em relação a 2003, quando sua participação constituiu mais de 10% do PIB nacional (Figura 1). Tendo em vista que o conjunto do

agronegócio nacional foi responsável, em 2005, por 27,9% do PIB, é evidente o peso da agricultura familiar na geração de riqueza do país. Ao longo do período analisado, aproximadamente um terço do agronegócio brasileiro esteve condicionado à produção agropecuária familiar.

Figura 1. Participação do PIB do agronegócio familiar e patronal no PIB do Brasil.

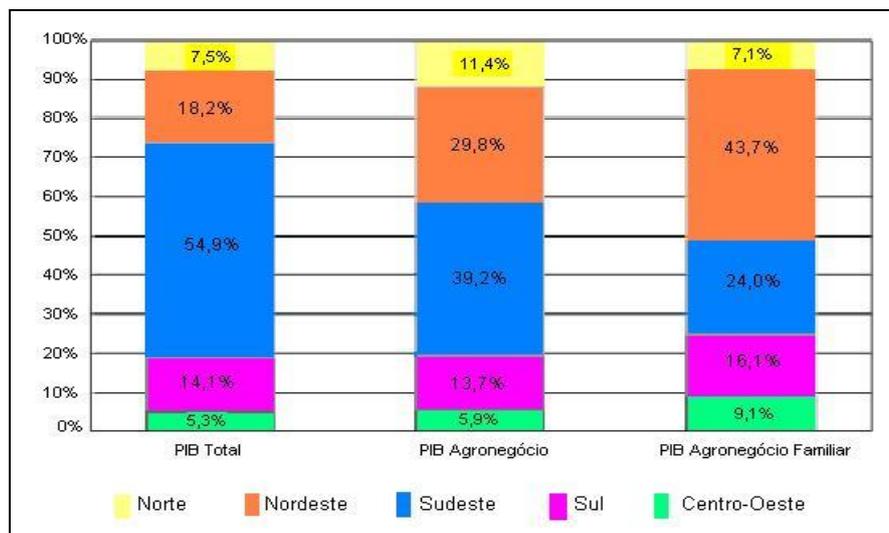


Fonte: Guilhoto et al. (2007).

As informações acerca da importância de cada uma das grandes regiões no PIB nacional e nos PIBs do agronegócio total e do segmento familiar apontam, de uma parte, a predominância, já bastante conhecida, da economia do Sudeste, que sozinha responde por 55% do PIB nacional. De outro lado, observa-se uma desconcentração na estrutura de participação regional quando se passa ao PIB do agronegócio e, em maior grau, ao PIB do agronegócio

vinculado ao segmento familiar. Concretamente, no primeiro caso a parcela correspondente à região Sudeste cai para 39%, sendo as regiões Sul e Centro-Oeste responsáveis por participações de 29% e 11%, respectivamente. Quanto ao PIB do agronegócio familiar, o destaque fica por conta da região Sul, responsável por 43,7%, seguida pelas regiões Sudeste e Nordeste, cujas participações no total nacional são de, respectivamente, 24% e 16% (Figura 2). Fica patente, portanto, que apesar da desconcentração regional dos PIBs do agronegócio total e familiar, a região Sudeste tem papel de destaque no agronegócio, particularmente no patronal (Guilhoto et al., 2007).

Figura 2. Participações das macroregiões no PIB total, no PIB do agronegócio e no PIB do agronegócio familiar – 2004.

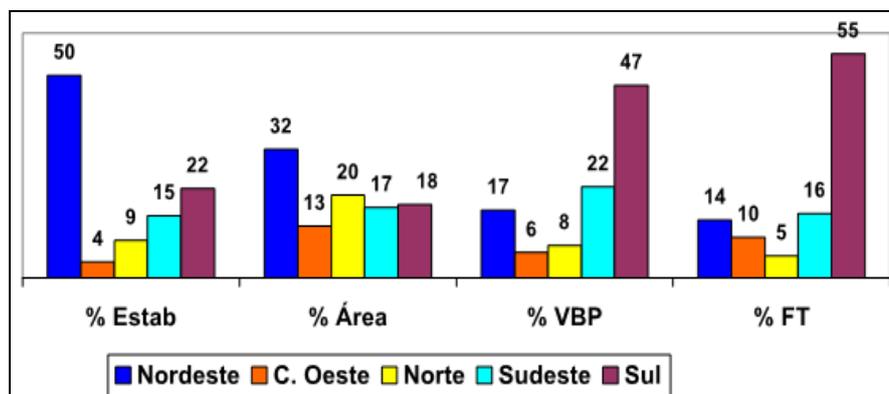


Fonte: Guilhoto et al (2007).

Quando INCRA/FAO (2000) analisa mais a agricultura familiar nas cinco regiões brasileiras (Figura 3), o Nordeste desponta com o maior percentual de estabelecimentos, sendo responsável por

49,7% de todos os estabelecimentos familiares brasileiros. Entretanto, ocupa apenas 31,6% da área total dos familiares, é responsável por 16,7% do Valor Bruto da Produção dos agricultores familiares e absorve 14,3% do financiamento rural destinado a esta categoria de agricultores. A região Centro-Oeste é a que apresenta o menor número de agricultores familiares, sendo responsável por apenas 3,9% do total de estabelecimentos familiares no Brasil. Por outro lado, apresenta em conjunto com a região Norte, a maior área média entre os familiares, pois com um menor número de estabelecimentos, ocupam respectivamente 12,7% e 20,3% da área total dos agricultores familiares. A região Sul, apesar de deter 21,9% dos estabelecimentos familiares e ocupar 18% da área total, é responsável por 47,3% do Valor Bruto da Produção da agricultura familiar brasileira. O crédito rural também está mais concentrado nesta região, a qual absorve 55% dos recursos de crédito rural utilizados pelos agricultores familiares do Brasil.

Figura 3: Brasil – Agricultores Familiares – Participação percentual das regiões no número de estabelecimentos familiares, área, VBP e financiamento total.

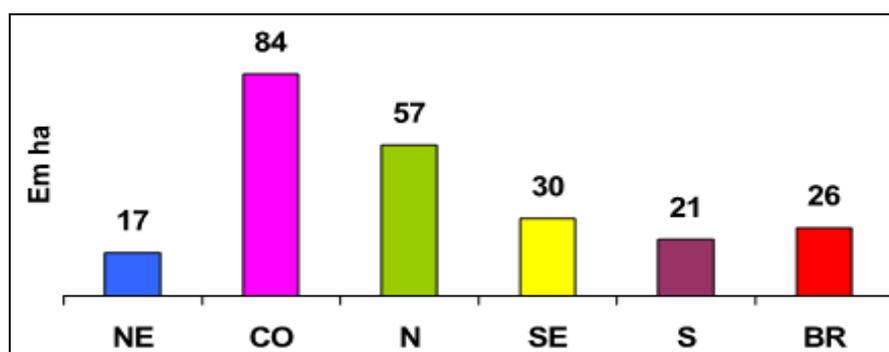


Fonte: INCRA/FAO, 2000.

A área média dos estabelecimentos familiares é muito inferior à dos patronais, apresentando também uma grande variação entre as regiões. A área média dos estabelecimentos familiares no Brasil é de 26 ha, enquanto que a patronal é de 433 ha.

A área média dos estabelecimentos familiares e patronais tem uma relação entre as regiões, a qual está relacionada ao processo histórico de ocupação da terra. Nas regiões onde os agricultores patronais apresentam as maiores áreas médias, o mesmo acontece entre os familiares. Enquanto a área média entre os familiares do Nordeste é de 16,6 ha, no Centro-Oeste é de 84,5 ha (Figura 4).

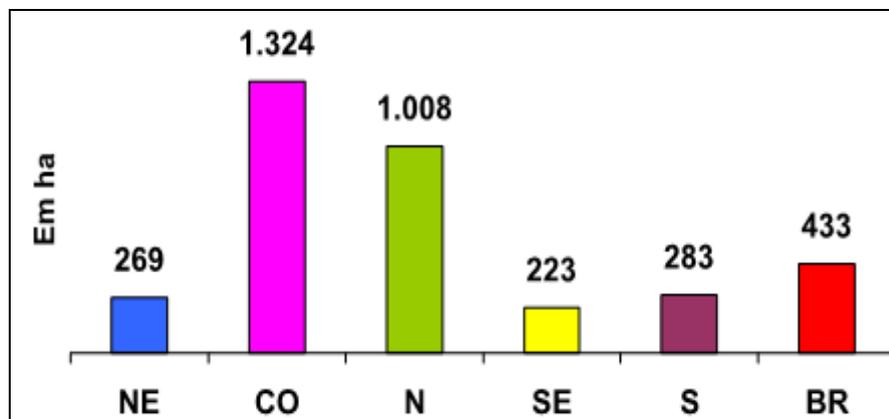
Figura 4: Área média dos estabelecimentos familiares (em ha).



Fonte: INCRA/FAO, 2000.

Já entre os patronais, com uma média de 433 ha para o Brasil, na região Centro-Oeste a média chega a 1.324 ha, encontrando-se na região Sudeste a menor área entre a dos patronais, com 223 ha por estabelecimento (Figura 5).

Figura 5: Área média dos estabelecimentos patronais (em ha).



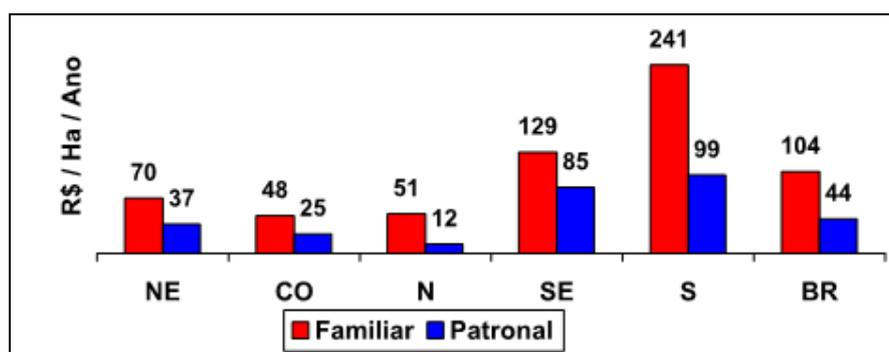
Fonte: INCRA/FAO, 2000.

A Renda Total por hectare demonstra que a agricultura familiar é muito mais eficiente que a patronal, produzindo uma média de R\$ 104.ha⁻¹.ano⁻¹ contra apenas R\$ 44.ha⁻¹.ano⁻¹ dos agricultores patronais. A maior eficiência da agricultura familiar sobre a patronal ocorre em todas as regiões brasileiras. No Nordeste, os agricultores familiares produzem em média R\$ 70.ha⁻¹ contra R\$ 37.ha⁻¹ dos patronais, no Centro-Oeste produzem uma média de R\$ 48.ha⁻¹ contra R\$ 25.ha⁻¹ dos patronais. Na região Sul, os agricultores familiares produzem R\$ 241.ha⁻¹ contra R\$ 99.ha⁻¹ dos agricultores patronais. Na região Norte, os agricultores familiares obtêm uma média de R\$ 52 ha⁻¹ de Renda Total, valor quase cinco vezes superior à dos agricultores patronais, que obtêm uma média de apenas R\$ 12.ha⁻¹.ano⁻¹ (Figura 6).

O acesso à tecnologia apresenta grande variação tanto entre familiares e patronais quanto entre os agricultores de diferentes regiões, mesmo que de uma mesma categoria. Entre os familiares (Tabela 1), apenas 16,7% utilizam assistência técnica, contra 43,5%

entre os patronais. Entretanto, entre os familiares este percentual varia de 2,7% na região Nordeste a 47,2% na região Sul. Mesmo considerando as diferenças no interior da agricultura familiar nordestina, o número de agricultores com acesso à assistência técnica, é muito pequeno. A energia elétrica também é um privilégio para poucos agricultores familiares das regiões Norte e Nordeste. Enquanto 36,6% dos estabelecimentos familiares do Brasil têm acesso ao este serviço público, os percentuais variam de 9,3% e 18,7% nas regiões Norte e Nordeste, respectivamente, a 73,5% na região Sul.

Figura 6: Renda total (RT) por ha/ano dos estabelecimentos familiares e patronais.



Fonte: INCRA/FAO, 2000.

O uso de Tração Animal e/ou Tração Mecânica é muito baixo entre os estabelecimentos familiares, sendo que cerca de 50% utilizam apenas força manual nos trabalhos agrários. No Brasil 23% dos agricultores familiares utilizam apenas tração animal e outros 27% utilizam tração mecânica ou mecânica e animal. Na região Norte, 87% dos estabelecimentos familiares não utilizam tração animal ou mecânica, limitando-se à força manual. Apesar da presença do extrativismo nesta região, o percentual de estabelecimentos que

utilizam tração mecânica ou animal é muito baixo. Os familiares da região Sul apresentam um alto percentual de uso de tração mecânica/animal ou somente animal, representado por 48,4% e 37,2% dos estabelecimentos, respectivamente.

Entre os familiares, 36,7% usam adubos e corretivos, variando de 9% na região Norte, 16,8% no Nordeste até 77,1% dos estabelecimentos na região Sul. A conservação de solos também apresenta uma grande variação entre as regiões. Enquanto na região Sul 44,9% dos estabelecimentos fazem algum tipo de conservação de solos, na região Norte esta prática é desenvolvida por menos de 1% dos estabelecimentos familiares.

A assistência técnica está mais presente entre os patronais, sendo que 43,5% dos estabelecimentos a utilizam. Na região Sul chega a 64,4%, no Sudeste 55,1%, no Centro-Oeste 51,9%, no Norte 20,7% e no Nordeste, apenas 18,9%. O acesso à energia elétrica também é maior entre os patronais, sendo que 64,5% dos estabelecimentos têm acesso à energia elétrica, com destaque a região Sudeste, onde 80,2% dos estabelecimentos têm acesso a este serviço.

O uso de tração mecânica e/ou animal está presente em 68,3% dos estabelecimentos patronais, sendo que aqueles do Norte e Nordeste são os que menos utilizam este tipo de tração nos trabalhos agrários, com 39,9% e 50,7% dos estabelecimentos, respectivamente. A conservação dos solos é adotada por 33,2% dos estabelecimentos patronais, sendo uma prática pouca adotada pelos agricultores patronais da região Norte e Nordeste, sendo que apenas 3,1% e 9,6%, respectivamente, dos estabelecimentos destas regiões fazem conservação de solos.

Tabela 1: Agricultores familiares – Acesso à tecnologia e assistência técnica.

REGIÃO	Utiliza assist. técnica	Usa energia elétrica	Uso de força nos trabalhos			Usa adubos e corretivos	Faz conservação do solo
			Só animal	Só mecânica ou mecânica + animal	Manual		
Nordeste	2,7	18,7	20,6	18,2	61,1	16,8	6,3
C. Oeste	24,9	45,3	12,8	39,8	47,3	34,2	13,1
Norte	5,7	9,3	9,3	3,7	87,1	9,0	0,7
Sudeste	22,7	56,2	19,0	38,7	42,2	60,6	24,3
Sul	47,2	73,5	37,2	48,4	14,3	77,1	44,9
BRASIL	16,7	36,6	22,7	27,5	49,8	36,7	17,3

Fonte: INCRA/FAO, 2000.

Mesmo com esse quadro positivo para o desenvolvimento da agricultura familiar, Campanhola & Graziano (2004) apresentam os seguintes dados:

- No Brasil, a população economicamente ativa (PEA) rural não-agrícola já representa cerca de um terço, ou seja, dos 15 milhões de pessoas economicamente ativas no meio rural brasileiro, 4,6 milhões estão ocupados em atividades não agrícolas.
- Se a organização social do trabalho agrícola baseada na família não desaparece totalmente, a tendência é que ela se retraia e passe a ocupar apenas um indivíduo, sendo os demais direcionados para outras atividades.

- A grande maioria dos jovens já não quer mais seguir a profissão de agricultor do pai, recebendo, inclusive, o estímulo dos próprios pais que vislumbram outro futuro, mais rentável e menos penoso, para seus filhos.
- Atraídas pela proximidade da escola para os filhos e pelas ofertas de trabalho não-agrícolas, como por exemplo, a demanda para a construção de casas, muitas famílias compram um pequeno terreno na “rua” e ali constroem suas casas, abandonando a residência no estabelecimento agrário. Algumas mantêm suas propriedades na intenção de voltar a trabalhar a terra mais tarde; outros optam por loteá-las e vendê-las aos “de fora”.
- A tendência à masculinização do campo já é observada em algumas regiões do Brasil. Segundo esse levantamento, a população masculina atual corresponde a 52,4% da população rural total, ou seja, existem 1.540.833 homens a mais do que mulheres nas áreas rurais brasileiras.

Mas também afirmam que:

- Para além da relevância econômica que a produção tenha para o sustento do agricultor, o que conta mais para a manutenção da atividade agrícola é a sua importância como definidora de uma identidade social, de um modo de ser e de se relacionar com o mundo e com a natureza. A quase totalidade dos agricultores afirma que preferiria exercer exclusivamente a agricultura caso houvesse uma estabilidade de preços dos produtos agrícolas que garantisse um retorno suficiente para a reprodução social de suas famílias.

- A contribuição da agricultura na manutenção e no fortalecimento do tecido social ao possibilitar, mediante a permanência da família no seu meio social, a continuidade das trocas e das práticas de sociabilidade que integram a tradição de um lugar e dão sentido à vida de um determinado grupo social. Dada às fracas condições de competitividade desse tipo de agricultor no mercado, a agricultura passa a exercer a função primordial de produtora de alimentos para a própria família.

Com tudo isso, Navarro (2001) faz uma breve reflexão sobre desenvolvimento rural:

“Inovadoras contribuições, embora aportando consideráveis avanços, ainda não propuseram claras trilhas para o desenvolvimento rural, pois o processo de mudanças deverá ser múltiplo, interdependente, cumulativo e diversificado em planos territoriais e sociais variados. Desde o interior dos estabelecimentos rurais, onde a difusão da chamada “agricultura do conhecimento” não pode deixar de ser o modelo principal, aos planos societários para além das cercas das propriedades, inclusive nos próprios municípios nos quais o desenvolvimento rural se associe à intensificação da participação social e ao aperfeiçoamento da “governança” local, sedimentados por uma radicalização democrática que seja a principal arma política a revalorizar o mundo rural como uma das opções da sociedade. Assim, um esforço para ampliar o debate entre os diferentes proponentes, estudiosos e organizações rurais, sem pré-condições (especialmente as derivadas das âncoras ideológicas), parece ser o maior desafio atualmente existente entre aqueles que sonham ver concretizados os processos de desenvolvimento rural no Brasil que realmente instituam processos de emancipação social e, especialmente, renovem as esperanças para as famílias rurais”.

2 Comércio Justo

2.2.1 Organizações e Certificadoras

2.2.1a Associação Internacional de Comércio Justo - IFAT

(International Fair Trade Association)

A IFAT é a rede global de Organizações de Comércio Justo (OCJs). A missão da IFAT é melhorar o modo de vida e o bem-estar de produtores desfavorecidos ao unir e promover as OCJs e pedir abertamente mais justiça no comércio mundial.

Mais de 300 OCJs em 70 países formam a base da rede e a afiliação vem crescendo de modo constante. Aproximadamente 65% dos associados estão nos países em desenvolvimento (ou seja: na Ásia, no Oriente Médio, na África e na América do Sul). Os outros vêm da América do Norte, da Costa do Pacífico e da Europa.

Os associados levam o conceito de comércio justo no centro de suas missões e como base do que eles fazem. Eles se apresentam em muitas formas e tamanhos e representam a cadeia do Comércio Justo desde a produção até a venda. Os associados são cooperativas e associações de produtores, companhias de exportação, importadoras, revendedores, redes nacionais e regionais de comércio justo e instituições financeiras dedicadas aos princípios do Comércio Justo.

A IFAT ainda conta com a ajuda de três associadas: *Cooperation for Fair Trade in Africa (COFTA)*, *Asia Fair Trade*

Forum Inc. (AFTF) e Asociacion Latino Americana de Comercio Justo (IFAT LA). (IFAT, 2007)

2.2.1b Associação Européia do Comércio Justo - EFTA

(European Fair Trade Association)

A EFTA é uma rede formada por 11 organizações de nove países europeus (Áustria, Bélgica, França, Alemanha, Itália, Países Baixos, Espanha, Suíça e Reino Unido), as quais importam produtos de Comércio Justo de mais de 600 grupos de produtores da África, Ásia e da América Latina. Estabelecida em 1990, depois de muitos anos de cooperação informal entre suas organizações associadas.

O objetivo central da EFTA é: tornar a importação de comércio justo mais eficiente e efetiva. Para tal, a EFTA facilita a criação de uma rede de contatos entre seus associados e a troca de informações sobre comércio justo em vários países. A EFTA organiza encontros regulares de seus integrantes em várias especialidades, para que eles aprendam com as experiências uns dos outros. A EFTA facilita a troca de informação sobre produtos – novos produtos, produtos que vendem bem e produtos em dificuldade por diversos motivos. A troca de informações sobre parceiros produtores da EFTA também acontece por meio do Sistema *Fairdata*, criado recentemente. A EFTA também facilita a integração dos sistemas de monitoramento de seus associados e projetos bilaterais entre os mesmos. A associação representa a posição de seus afiliados em reuniões nos Hemisférios Norte e Sul.

A segunda atividade básica da EFTA é a promoção do comércio justo entre pessoas com poder de decisão na política e nos

negócios. A EFTA procura criar consciência social entre as pessoas com poder de decisão e o público em geral sobre o atual desequilíbrio no comércio e na produção internacionais e sobre o impacto negativo deles em produtores marginalizados no Hemisfério Sul. A associação promove meios concretos de corrigir estes desequilíbrios sob a forma do comércio justo, além de incentivar uma estrutura comercial mais igualitária entre Norte e Sul.

A EFTA também coordena campanhas sobre assuntos específicos que tenham impacto sobre produtos importantes para os países em desenvolvimento e o movimento do Comércio Justo, como café, cacau e arroz. Para facilitar estes objetivos, a EFTA fundou um escritório em Bruxelas em 1995, com a determinação específica de realizar trabalhos jurídicos e de fazer lobby entre pessoas com poder de decisão na política e nos negócios. Este escritório se tornou o principal porta-voz do movimento do Comércio Justo na União Européia.

A EFTA também publica vários materiais sobre temas do comércio justo em geral, como "*The Challenge of Fair Trade*" ("O desafio do comércio justo"), "*Facts and Figures on the Fair Trade sector in 18 European Countries*" ("Fatos e números do setor do comércio justo em 18 países europeus"), a *EFTA Advocacy Newsletter* (Boletim Jurídico da EFTA) e uma variedade de boletins, estudos e propostas específicos sobre produtos (EFTA, 2006).

2.2.1c Federação de Comércio Justo – FTF

(Fair Trade Federation)

A FTF é uma associação de empresas e organizações que estão totalmente comprometidos com o comércio justo. FTF reforça a capacidade de seus membros, fomenta o intercâmbio das melhores práticas, e sensibiliza para a importância de escolher produtos comercializados pelo comércio justo e apoiar as empresas empenhadas nos princípios do comércio equitativo. Principal organização dos Estados Unidos, possui lojas em todos os estados do país e comercializa uma grande diversidade de produtos, dentre os quais: café, chá (inclusive chá orgânico da Índia), cacau, castanha de caju, arroz selvagem, mel, xarope e artesanatos feitos por índios americanos. É uma organização que reúne mais de 90 comerciantes que vendem 100% sob critérios de Comércio Justo no atacado ou varejo nos Estados Unidos e Canadá (FTF, 2007).

2.2.1d Rede Européia de Lojas Mundiais – NEWS!

(Network of European World Shops)

Fundada em 1994, a NEWS! é uma rede de 15 associações nacionais de Lojas Mundiais que representa lojas de 13 países. Em 2004, os associados da NEWS! eram as associações nacionais na Alemanha, Áustria, Bélgica (área holandesa), Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Holanda, Itália (*CTM Altromercato* e *Assobotteghe*), Portugal, Reino Unido, Suécia e na Suíça (áreas francesa e alemã). Por meio de suas Associações Nacionais, a NEWS! representa em torno de 2.500 Lojas Mundiais e mais de 100 mil voluntários por toda a Europa Ocidental e Central.

A NEWS! facilita a cooperação e a criação de uma rede de contatos entre seus afiliados por meio da troca de informações e

organizando a conferência das Lojas Mundiais Europeias a cada dois anos. Ela desenvolve e coordena as atividades de campanha em toda a Europa e fornece aos associados o material necessário para participar. No palco de discussões da FINE, a NEWS! coopera com as outras redes de comércio justo – a IFAT, a EFTA e a FLO -, para definir políticas e estratégias comuns sobre critérios, monitoramento e criação de consciência social.

Os associados são a base da NEWS! e ela se torna efetiva quando funciona como uma rede participativa e não simplesmente como um escritório de coordenação. Por causa de seu potencial enorme, é preciso que a NEWS! desenvolva sua “identidade europeia”, de modo que suas capacidades sejam aperfeiçoadas como uma rede unida, trabalhando em conjunto, (NEWS, 2006).

2.2.1e Organizações Mundiais para Certificação e Elaboração de Critérios de Comércio Justo – FLO

(Fairtrade Labelling Organizations International)

A FLO Internacional é uma organização guarda-chuva que une 20 certificadoras em 21 países e a rede de produtores, representando a Organização de Produtores Certificados de Comércio Justo na América Latina, África e Ásia.

Sua missão é possibilitar o desenvolvimento sustentável e dar autonomia a produtores e trabalhadores desfavorecidos nos países em desenvolvimento pela certificação de Comércio Justo ao: estabelecer critérios de Comércio Justo internacionais, certificar a produção e auditar o comércio de acordo com estes critérios, facilitar e desenvolver negócios de Comércio Justo, auxiliar os produtores a

fazerem uso máximo das oportunidades oferecidas pela Certificação, e promover a defesa da justiça nos negócios em debates sobre comércio e desenvolvimento.

Para assegurar a transparência do sistema, os critérios são desenvolvidos e revisados pelo Comitê de Critérios da FLO, no qual participam membros da FLO, organizações de produtores, comerciantes e especialistas externos.

A FLO tem critério de comércio justo para pequenos produtores, empresas com trabalhadores contratados e comerciantes. As bases dos critérios para os dois casos de produtores são: desenvolvimento social, econômico e ambiental e condições saudáveis de trabalho. Já os comerciantes têm que pagar um preço mínimo aos produtores que cubra os custos de produção sustentável e assinar contratos de longo prazo (FLO, 2006).

De acordo com o FLO (2007), essas são as 20 certificadoras membros: *Fairtrade Austria, Max Havelaar Belgium, TransFair Canada, Max Havelaar Denmark, Association for Promoting Fairtrade in Finland, Max Havelaar France, Transfair Germany, Fairtrade Mark Ireland, Fairtrade Label Japan, TransFair Minka Luxembourg, Comercio Justo Mexico, Max Havelaar Netherlands, Fairtrade Max Havelaar Norway, Asoc. del Sello de Comercio Justo Spain, Fairtrade Sweden, Max Havelaar Switzerland, Fairtrade Foundation UK, TransFair USA e Fairtrade Labelling Australia/NZ. Além das redes de produtores: African Fairtrade Network, Network of Asian Producers e Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Comercio Justo.*

2.2.1f Rede de Comércio Justo Africana – AFN

(African Fairtrade Network)

Sua missão é aumentar a consciência sobre o comércio justo na África, procurar oportunidades de mercados para produtores e trabalhadores de comércio justo dentro e fora da África, e representar os produtores africanos na FLO. Em Julho de 2006, a AFN contava com 164 organizações de produtores certificados e 43 organizações registradas em 24 países africanos (FLO, 2007).

Um caso de certificação aconteceu no Quênia, numa fazenda de flores, a Panda Flowers, ela levou cinco meses para conseguir a certificação da FLO, e a partir de setembro de 2005, os trabalhadores tiveram acesso a condições melhores de trabalho e com o prêmio Fairtrade, a fazenda dá bolsas de estudos para os filhos dos produtores (FLO, 2005a).

2.2.1g Rede de Produtores Asiáticos – NAP

(Network Asian Producers)

Sua missão é facilitar a incorporação de mais produtores capazes de participar do movimento de comércio justo, trabalhar para que as realidades e condições asiáticas não prejudiquem os princípios básicos do comércio justo e ela é a representante oficial dos produtores asiáticos certificados na FLO. Atualmente ela tem 96 membros (FLO, 2007).

Na China, a certificação trouxe um enorme ganho para os 4.400 produtores da Associação de Produtores de Chá Orgânico de Dazhangsham. Em outubro de 2000 eles conseguiram a certificação e hoje, com o prêmio, aumentaram a escola com mais classes, uma biblioteca e uma sala de informática, essa escola atende 600 alunos, a maioria filhos de produtores. Mas um caso em especial foi do casal Jianyou, que conseguiu que sua filha cursasse uma faculdade com ajuda do Fundo de Educação do Fairtrade (FLO, 2005b).

2.2.1h Coordenadoria Latino-americana e do Caribe de Comércio Justo – CLAC

(Coordinadora Latino Americana y del Caribe de Comercio Justo)

Sua missão é ser um órgão de representação, coordenação, intercâmbio e colaboração para aproximar os pequenos produtores como mundo do comércio justo. Atualmente, ela atende aproximadamente 300 pequenos produtores em 20 países (FLO, 2007).

No Vale Curicó - Chile, os *Los Robles* é uma cooperativa de produtores de vinho que conta com 67 pequenos e médios produtores. Em 1990 eles foram certificados pela *Oxfam* e *Max Havelaar* e estão no mercado até hoje. Em 2000 a cooperativa criou a Fundação Social e Ecológica com o prêmio social Fairtrade, que atende toda a comunidade, como: ônibus para levar as crianças para as escolas, contrata jovens formados nas áreas sociais e agrícolas para dar suporte aos pequenos produtores fora da cooperativa, ajuda os produtores a

comprar mais terras e oferece bolsas de graduação aos filhos de produtores (FLO, 2005c).

2.2.2 Como surgiu?

Na década de 60, havia grupos organizados europeus e norte-americanos (ONGs, agências de cooperação, instituições filantrópicas, grupos de consumidores) que vendiam em seus mercados produtos feitos por pequenos produtores, vítimas do isolamento comercial imposto aos regimes políticos em que viviam ou vítimas simplesmente da pobreza. A intenção era ajudar esses pequenos produtores a superar as dificuldades extremas que enfrentavam.

Na década de 70, alguns desses grupos começaram a discutir a possibilidade de unirem forças em torno de formas alternativas de comércio que compensariam pelo que percebiam ser condições comerciais injustas enfrentadas por pequenos produtores em países pobres. Assim teve início um processo lento, mas continuado, de uniformização de conceitos (ex.: o que seria um comércio justo?), harmonização de princípios (ex.: igualdade de gênero, respeito à cultura local) e práticas (ex.: pagamento de preços mínimos, contratos de longo prazo), e criação de instrumentos de cooperação entre organizações de comércio alternativo, que de certa forma continua até hoje.

Ficou logo claro, por exemplo, que certas circunstâncias enfrentadas por pequenos produtores em países pobres eram tidas pelas organizações envolvidas como sendo “injustas”. Na década de

70, a cooperação entre organizações de comércio alternativo era informal e baseada em encontros esporádicos.

Na segunda metade da década de 80 apareceram as primeiras iniciativas formais de colaboração como a IFAT a maior associação de comércio justo – *fair trade*, reunindo mais de 150 organizações, entre importadores, produtores, varejistas, organizações de promoção e de assessoria, e buscando fomentar a troca de informações e a colaboração entre seus membros. Em 1988 aparece também a primeira certificadora, a *Max Havelaar* da Holanda, que daria impulso ao aparecimento de várias outras em outros países.

Em 1990 é criada a EFTA, uma associação de 12 grandes importadores de produtos de comércio justo na Europa, e em 1994 a rede de lojas de comércio justo na Europa conhecida como NEWS! Em 1994 é também formada nos EUA a *North American Alternative Trade Organization* que no ano seguinte mudaria seu nome para *Fair Trade Federation* (FTF), organização que reúne mais de 90 comerciantes que vendem 100% sob critérios de comércio justo no atacado ou varejo nos Estados Unidos e Canadá. Alguns destes comerciantes são também membros da IFAT.

Finalmente, em 1997 é criada a FLO, uma organização guarda-chuva das 17 certificadoras nacionais na Europa, EUA, Canadá e Japão. Hoje FLO, IFAT, NEWS (uma associação de mais de 2700 lojas de FT na Europa) e EFTA formam um grupo de trabalho conhecido por FINE. Este grupo busca harmonizar conceitos, princípios e práticas e fomentar a colaboração entre as quatro organizações (Business meets Social Development, 2004).

2.2.3 O que é Comércio Justo?

Atualmente, a definição mais aceita do comércio justo foi feita pela FINE, que é formada pelas quatro principais redes de Comércio Justo: FLO - *Fairtrade Labelling Organizations International*, IFAT - *International Fair Trade Association*, NEWS! - *Network of European Worldshops* e EFTA – *European Fair Trade Association*. A FINE define o Comércio Justo como:

“O Comércio Justo é uma parceria de comércio baseada no diálogo, transparência e respeito, que procura um maior grau de igualdade no comércio internacional. Contribui para o desenvolvimento sustentável oferecendo melhores condições comerciais e protegendo os direitos de produtores e trabalhadores marginalizados, especialmente no hemisfério Sul”.

As organizações de Comércio Justo, com o apoio dos consumidores, envolvem-se ativamente providenciando apoio aos produtores, gerando consciência e fazendo campanhas para promover mudanças nas regras e práticas no comércio internacional convencional. Os objetivos estratégicos do Comércio Justo são:

- Trabalhar com produtores e trabalhadores marginalizados para ajudá-los a mudar de uma posição de vulnerabilidade a uma de segurança e auto-suficiência econômica
- Fortalecer os produtores e trabalhadores como investidores nas suas próprias organizações
- Ter um maior papel no âmbito global para conseguir um maior grau de igualdade no comércio internacional (Fairtrade Brasil, [2003?]).

Segundo FLO (2007), no final de 2006 havia 569 organizações de produtores certificados pelo Comércio Justo em 57 países (Figura 7) e o valor de vendas de produtos certificados pelo mundo ultrapassou os 1,6 bilhões de euros.

Figura 7: Organizações de produtores certificados pelo Comércio Justo por país.



Fonte: FLO (2007).

2.2.4 O Comércio Justo no Brasil

Falar da atividade de comércio justo e solidário realizada no Brasil ainda é um desafio. Há poucos dados sistematizados e a prática ainda não é muito conhecida dos brasileiros. Além disso, entre todos os grupos produtivos, apenas 16 possuem a certificação da FLO, que garante que os produtos comercializados realmente seguem os

preceitos do comércio justo e solidário. Isso nos deixa atrás de países próximos como Bolívia, Colômbia e Peru. (Comércio Justo Brasil, 2007). Já a Fairtrade Brasil ([2003?]) afirma que a crescente preocupação dos consumidores brasileiros em relação ao desenvolvimento sustentável e proteção do meio ambiente criaram uma oportunidade de mercado para que produtos certificados do Comércio Justo sejam consumidos no Brasil. Entretanto, pelo fato do 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. Atualmente existem para o Brasil, preços mínimos para sucos concentrados de: laranja, limão, lima, goiaba, tangerina, manga, abacaxi e maracujá; castanha do Pará, banana, mel, algodão, cacau, amendoim, castanha de caju, açúcar de cana (açúcar), coco fresco, café. Soja, açaí e guaraná estão em fase de desenvolvimento.

Um caso de comércio justo que deve ser citado é o da Central dos Agricultores do Litoral Norte da Bahia – CEALNOR, a central baiana é formada por 20 associações de agricultores da pequena produção familiar, com área média de 5 ha e produz laranja e maracujá certificados pelo Comércio Justo. Mas para entrar nesse comércio, eles enfrentaram vários obstáculos como: capaz de compor um produto que cativa o público-alvo, comunicar num idioma estrangeiro, fazer contacto com muitas organizações no exterior e ter acesso à web. Contudo isso, a CEALNOR precisou procurar ajuda em algumas ONG's e em seis meses conseguiu a certificação da FLO para a laranja, em 1998. No entanto, não basta possuir a certificação para se inserir no mercado: para tal, é necessário o aparecimento de uma demanda. A primeira demanda externa pelo suco das laranjas da

CEALNOR só apareceu cerca de um ano mais tarde. Em fevereiro de 2003, ela conseguiu o selo para o maracujá.

Mas a partir de 2004 a FLO passou a cobrar uma taxa para certificar os produtos, que foi considerada extremamente alta para os pequenos produtores, mesmo assim a CEALNOR continua nesse mercado, principalmente pelo preço pago e pelo prêmio Fairtrade, que em 2003 foi de R\$ 37.000,00. A análise desse processo nos leva à conclusão de que é muito difícil uma organização de pequenos produtores se inserir nos fluxos internacionais do Comércio Justo sem o apoio de um arranjo institucional capaz de dar suporte ao processo de inserção (Noberto et al., 2004).

Por conta desse cenário, em 2002 em Brasília, formou-se um grupo que foi denominado como: Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil, ou simplesmente FACES do Brasil. Um grupo constituído por ONG's, representantes governamentais, empresas, representações de trabalhadores e prestadores de serviços. Com a sua característica de ser plural, este grupo agrega algumas das instituições que mais têm se destacado por trabalhar essa temática no Brasil. O objetivo principal do FACES do Brasil é fomentar a criação de um ambiente favorável à construção e implementação de um sistema brasileiro de comércio ético e solidário, promovendo a equidade e a inclusão social. Neste movimento há uma longa lista de participantes como: Fundação Friedrich Ebert (FES), Imaflora, MDA, SEBRAE, Visão Mundial, Rede Ecovida de Agroecologia, Instituto Kairós, Banco Mundial, EMBRAPA, FGV, Mundaréu (FACES do Brasil, [2003?]).

Segundo uma pesquisa realizada por Grosso & Teles (2003) o Brasil tem 107 entidades – formais e informais – brasileiras que

estejam lidando diretamente com a comercialização ou com o consumo organizado (coletivo) de produtos alimentícios agroecológicos dentro da perspectiva da Economia Solidária.

O grande desafio no Brasil é como organizar os trabalhadores para que acessem o mercado interno com competência. A responsabilidade social do Brasil tem crescido muito nos últimos anos e isto está facilitando 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 (ÉTICA, [2003?]).

3 SITES DE REFLEXÃO

Estes são alguns sites que trazem informações interessantes sobre alguns assuntos.

www.mda.gov.br

Site oficial do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Acesso aos programas para agricultura familiar, Pronaf, NEAD (Núcleo de estudos agrário e desenvolvimento rural) entre outros.

www.iea.usp.br/iea/revista/

Revista Estudos Avançados, publicações dos estudos avançados da USP. Aborda sobre agricultura e desenvolvimento rural, Amazônia, economia entre outros.

www.ambientebrasil.com.br/

É um portal sobre meio ambiente. Traz assuntos sobre água, energia, Índios entre outros.

www.iea.sp.gov.br/

Instituto de Economia Agrícola. Tem várias publicações, dados estatísticos e notícias do mundo agrícola.

gipaf.cnptia.embrapa.br/

Grupo de Interesses em Pesquisa para Agricultura Familiar da Embrapa. Tem publicações, notícias e troca de informações sobre agricultura familiar.

www.eco.unicamp.br/nea/nea.html

Núcleo de Economia Agrícola da Unicamp. Acesso aos projeto como o Rurbano, Gestão Ambiental entre outros.

www.mte.gov.br/

Site oficial do Ministério do Trabalho e Emprego. Disponibiliza informações sobre Economia Solidária.

www.agroecologia.inf.br/

Trata de assuntos com agroecologia, agricultura familiar e economia solidária.

www.alternativa.comercio-justo.org/

Associação para a promoção do Comércio Justo. Informa sobre publicações e eventos de comércio justo.

www.equacao.comercio-justo.org/

É uma Cooperativa de comércio justo. Vende produtos certificados pelo comércio justo.

www.eticabrasil.com.br/

É uma empresa de consultoria para promover o comércio justo e solidário em comunidades carentes.

www.facesdobrasil.org.br/

Fórum de Articulação do Comércio Ético e Solidário do Brasil.
Informações sobre publicações e eventos.

www.energialternativa.ufla.br/

Aborda assuntos como energia alternativa, meio ambiente, qualidade de vida entre outros.

www.fbes.org.br/

Fórum Brasileiro de Economia Solidária. Informações sobre eventos, boletins e biblioteca sobre economia solidária.

www.ipemabrasil.org.br/

Instituto de Permacultura e Ecovilas da Mata Atlântica.
Informações sobre permacultura e cursos na área.

www.capina.org.br/

Cooperação e Apoio a Projetos de Inspiração Alternativa.
Oferece cursos e oficinas para comunidades que queiram introduzir seu produto no mercado.

www.agroecosol.da.ru/

Disponibiliza o levantamento encomendado pelo Programa de Economia Solidária da Embaixada da França em novembro de 2003, sobre as entidades que trabalham com a comercialização de produtos agroecológicos dentro da economia solidária.

www.european-fair-trade-association.org/

EFTA - Associação Européia do Comércio Justo (em inglês).

www.fairtradefederation.org/

FTF - Federação de Comércio Justo (em inglês).

www.fairtrade.net/

FLO - Organizações Mundiais para Certificação e Elaboração de Critérios de Comércio Justo (em inglês). Acesso aos critérios de Comércio Justo, Certificadoras e casos de produtores certificados.

www.ifat.org/

IFAT - Associação Internacional de Comércio Justo (em inglês).

www.worldshops.org/

NEWS! - Rede Européia de Lojas Mundiais (em inglês).

4 CONCLUSÃO

Na história deste país, os agricultores familiares sempre tiveram dificuldades de comercializar seus produtos, principalmente por causa da ação dos intermediários, que mantêm o preço baixo para os agricultores e alto para os consumidores.

Além disso, a falta de assistência técnica faz com que esses agricultores não saibam o adequado manejo da lavoura e também noções de administração, porque às vezes, os preços cobrados pelos agricultores não cobrem os custos da produção e eles têm prejuízo. Outros fatores que prejudicam a agricultura familiar é que o meio rural está mais velho e mais masculino, o que de certa forma dificulta a implantação de novas técnicas e mercados e o fracasso dos pais na agricultura faz com que eles próprios estimulem os filhos para outras profissões e as esposas procurem trabalhos alternativos para incrementar a renda da família. Assim com essa situação, a agricultura familiar vai diminuindo.

Mas sua importância como produtora de alimentos, geradora de empregos e identidade social para este país, fez com que o Estado, ONGs, profissionais de várias áreas e a sociedade voltassem a olhá-la. Por isso várias pesquisas, debates e programas têm surgido para contribuir com o desenvolvimento da agricultura familiar.

O Comércio Justo é uma opção não só para melhorar a renda dos agricultores familiares, mas também a sociedade e o meio ambiente em que eles estão inseridos. Isso porque há rigorosos critérios de Comércio Justo, que são sempre revisados e há fiscalização em toda a cadeia.

Para as organizações de agricultores familiares, o Comércio Justo paga um preço fixo e justo, e os comerciantes têm que fazer contratos de longo prazo, para que os produtores possam viver com estabilidade e tranqüilidade. Nas lavouras, os trabalhadores têm que ter boas condições de trabalho e não é permitido o trabalho infantil.

Há também a responsabilidade social, uma porcentagem do valor recebido pela venda dos produtos e o prêmio Fairtrade, têm que ser revertidos em projetos sociais para a comunidade num todo, como sala de informática, alfabetização para adultos, biblioteca, creche, escola e posto de saúde.

O meio ambiente fica protegido, porque todas as lavouras têm que produzir de maneira ecologicamente correta.

No Brasil, as organizações de produtores familiares enfrentam algumas barreiras como a dificuldade de falar inglês, já que os trâmites são todos em inglês, e o alto investimento para conseguir a certificação.

Mesmo assim, o Comércio Justo é uma opção socialmente justa, ecologicamente correta e economicamente viável para a agricultura familiar brasileira.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. De volta para o futuro: mudanças recentes na agricultura familiar. In: SEMINÁRIO NACIONAL DO PROGRAMA DE PESQUISA EM AGRICULTURA FAMILIAR, 1., 1995, Petrolina. **Anais...** Petrolina: EMBRAPA, 1995. p. 17-27.

ALTIERI, M. **Agroecologia:** a dinâmica produtiva da agricultura sustentável. Tradução de Marília Marques Lopes. 2.ed. Porto alegre: UFRGS, 2000. 110p.

AMBIENTEBRASIL. Apresenta informações sobre meio ambiente e agricultura brasileira. Disponível em:
<<http://www.ambientebrasil.com.br>> Acesso em: 06 set. 2007.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Decreto 5.003** de 05 de abril de 2004. Estrutura regimental do Ministério do Desenvolvimento Agrário. Disponível em:
<www.mda.gov.br/portal/index/show/index/cod/140>. Acessado em: 10 out. 2007

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Portal da Secretaria da Agricultura Familiar. Programas 2005. Disponível em:
<www.mda.gov.br/saf/index.php?sccid=274>. Acessado em: 15 set. 2007.

BUSINESS MEETS SOCIAL DEVELOPMENT. Fair Trade: Uma Introdução e Algumas Reflexões. São Paulo, 2002. Disponível em:
<www.bsd-net.com>. Acessado em: 19 out. 2007.

CAMPANHOLA, C. (Ed. Técnico); SILVA, J. G. da (Ed. Técnico). **O novo rural brasileiro: novas ruralidades e urbanização**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2004. 216p. v7.

CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. **Agroecologia e extensão rural: contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável**. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.166P.

COMÉRCIO JUSTO BRASIL. Recife: Visão Mundial, 2007.
Disponível em: <www.visaomundial.org.br>. Acessado em: 02 nov. 2007.

DENARDI, R. A. Agricultura familiar e políticas públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural e Sustentável**, Porto Alegre, v.2, n.3, p. 56-62, jul. - set. 2001.

ÉTICA COMÉRCIO SOLIDÁRIO. Comércio justo. [2003?].
Disponível em: <www.eticabrasil.com.br/site/comercio_justo.php>.
Acessado em: 03 nov. 2007.

EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION. What is... 2006.
Disponível em: <www.european-fair-trade-association.org/Efta/index.php>. Acesado em: 25 out. 2007.

FACES DO BRASIL. Quem Somos. [2003?]. Disponível em:
<www.facesdobrasil.org.br/fb/paginas.asp?id=5>. Acesado em: 03 nov. 2007.

FAIRTRADE BRASIL. Perguntas Frequentes sobre Fairtrade: o que é comércio justo? [2003?] Disponível em: < www.fairtradebrasil.net/ >.
Acesado em: 25 out. 2007.

FAIR TRADE FEDERATION. FTF Publications: spring 2007.
Disponível em: <www.fairtradefederation.org/ht/d/sp/i/271/pid/271>.
Acessado em: 26 out. 2007.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL. Annual Report 2006/2007. 2007. Disponível em:
< www.fairtrade.net/annual_reports0.html >. Acessado em: 27 out. 2007.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS
INTERNATIONAL. Impact Stories. Africa: The challenges of the
flower farms. 2005a. Disponível em:
<www.fairtrade.net/panda_flowers.html>. Acessado em: 27 out. 2007.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS
INTERNATIONAL. Impact Stories. Asia: Dazhangshan Organic Tea
Farmers' Association, Jiangxi, China: a sucessful Fairtrade business.
2005b. Disponível em: < www.fairtrade.net/nilgiri_india0.html>.
Acessado em: 27 out. 2007.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS
INTERNATIONAL. Impact Stories. Latin America: Los Robles,
Chile: Fair trade winemakers committed to communitiy development.
2005c. Disponível em:
<www.fairtrade.net/vinos_los_robies_chile.html>. Acessado em: 27
out. 2007.

FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS
INTERNATIONAL. Introdution to FLO. What is FLO? 2006.
Disponível em: < www.fairtrade.net/introduction.html >. Acessado
em: 27 out. 2007.

GOMES, G. A. da S. **Agroambientalismo e Engenharia Agrícola**.
2007. 73p. Monografia (Graduação em Engenharia Agrícola) –
Universidade Federal de Lavras, Lavras.

GROSSO, P. (Coord.); TELES, M. **Levantamento inicial de
entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de
produtos agroecológicos no Brasil** (em busca de iniciativas dentro da
perspectiva da Economia Solidária). Caldas: Embaixada Francesa,
2003. 75p.

GUILHOTO, J. J. M.; AZZONI, C. R.; SILVEIRA, F. G.;
ICHIHARA, S. M.; DINIZ, B. P. C.; MOREIRA, G. R. C. **PIB da
agricultura familiar: Brasil – Estados**. Brasília: MDA, 2007. 172p.
(NEAS Estudos; 19). Disponível em:
<[http://www.nead.org.br/index.php?acao=biblioteca&areaID=46&titu
lo=Publicações](http://www.nead.org.br/index.php?acao=biblioteca&areaID=46&titulo=Publicações)>. Acessado em: 16 set. 2007.

INSTITUTO NACIONAL DE COLONIZAÇÃO E REFORMA
AGRÁRIA; ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A

AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO. **Novo retrato da agricultura familiar: o Brasil redescoberto**. Brasília, 2000. 74p.

INTERNATIONAL FAIR TRADE ASSOCIATION. Mission Statment. 2007. Disponível em: <www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemid=4>. Acessado em: 25 out. 2007.

LAMARCHE, H. (Coord.). **A agricultura familiar: comparação internacional**. Tradução de Angela Maria Naoko Tijiwa. Campinas: Unicamp, 1993. 336p. v1. (Coleção Repertórios). Título original: L'agriculture familiale.

LINHARES, M. Y. L.; SILVA, F. C. T. da. **História política do abastecimento (1918-1974)**. Brasília: BINAGRI, 1979. 242p. v6. (Coleção Estudos sobre o desenvolvimento agrícola).

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. 127p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras.

NAVARRO, Z. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. **ESTUDOS AVANÇADOS**, São Paulo, n.43, p. 83-100, set.- dez. 2001.

NETWORK EUROPEAN WORLDSHOPS. About us: history. 2006. Disponível em: <www.worldshops.org/>. Acessado em: 27 out. 2007.

NOBERTO, E.; LEROY, A.; PEREZ, A.; GALAN, B.; PARRAVICINI, M.; FOUBERT, S. Comércio Justo: uma oportunidade de negócio à espera de um arranjo institucional. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v.14, n.3, p. 603-614, dez. 2004.

ROMEIRO, A. R. **Meio ambiente e dinâmica de inovações na agricultura**. São Paulo: Annablume, 1998. 272p.

SZMRECSÁNYI, T. **Pequena história da agricultura brasileira**. São Paulo: Contexto, 1990. 102p. (Coleção Repensando a História).