COMÉRCIO JUSTO E SOLIDÁRIO: ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO DOS PRODUTOS DA COMUNIDADE REMANESCENTE DE QUILOMBO DO KALUNGA NOS MERCADOS.

Breno Aragão Tiburcio[1]

PALAVRAS-CHAVE: agronegócio; comércio justo e solidário; quilombo.

INTRODUÇÃO:

Atualmente são apresentados dados sobre o agronegócio nacional movimentando milhões e até mesmo bilhões de reais. Culturas como a soja e algodão estão crescendo desenfreadamente modificando a paisagem e concentrando a economia em territórios. Por outro lado observa-se uma agricultura familiar enfrentando dificuldades de inserção de seus produtos no mercado devido ao tamanho do negócio, dentre outros fatores.

Agricultores familiares, segundo o Ministério do Desenvolvimento Agrário são os produtores familiares tradicionais e assentados por programas de reforma agrária, extrativistas florestais, ribeirinhos, indígenas, quilombolas, pescadores artesanais, povos da floresta, seringueiros e outros públicos definidos como beneficiários de programas do referido ministério.

Entre a heterogeneidade dos agricultores familiares cabe destacar a especificidade dos quilombolas que se caracterizam, por serem de predominância negra, rurais, com atividades sócio-econômicas que integram a agricultura de subsistência, atividades extrativas (minerais e/ou vegetais), pesca, caça, pecuária tradicional (pequena quantidade de animais de pequeno, médio e grande porte), artesanato e agroindústria tradicional e/ou caseira voltada principalmente para a produção de farinha de mandioca, azeites vegetais e outros produtos de uso local.

[1] Engenheiro Agrícola, Mestrando em Agronegócios do Programa Multiinstitucional de Pós-graduação *stricto sensu* para o Centro-Oeste – Agronegócios – Universidade de Brasília - DF. Endereço: Condomínio Ville de Montagne, quadra 07, casa 04, Brasília – DF, CEP 71680-357, (61) 9979 6442. brenoat@brturbo.com .

Devido à especificidade de uma comunidade quilombola os esforços iniciais para inclusão social devem ir ao sentido de considerar a etinicidade, ou seja, resgatar a identidade cultural desses grupos, estimulando o etnodesenvolvimento. Nesse sentido Valente (2004), lembra que a estratégia de agregação de valor aos produtos é compatível às atividades dos agricultores que têm acesso à inovação técnica e têm capacidade de mobilizar recursos e conhecimento para isso. Contudo, não se pode pretender que agricultores pouco capitalizados façam o mesmo, inclusive porque essa estratégia tem se mostrado comprovadamente ineficaz. No caso de agricultores familiares descapitalizados trata-se de desvelar valor, ou seja, revelar o trabalho e a cultura, a ação e reflexão humana no processo de produção de sua existência.

Nessa perspectiva uma das estratégias para inserção sustentável da produção da agricultura familiar nos mercados, pode ser o comércio justo e solidário. Entre as características que o valoram destaca-se a capacidade de promover a justiça social e econômica, o desenvolvimento sustentável, o respeito pelas pessoas e pelo meio ambiente, através do aumento da consciência dos consumidores, da educação, da informação e da ação política.

DESENVOLVIMENTO:

O presente trabalho objetiva estudar a possibilidade de inserção dos produtos agrícolas e não agrícolas da economia familiar da comunidade remanescente de quilombo do Kalunga nos mercados internacional e nacional apresentando o comércio justo e solidário como opção alternativa. A pesquisa faz parte do projeto aprovado pelo edital CT-Agronegócio / MCT / CNPq / MESA – 1/2003 e encontra-se em desenvolvimento.

O território Kalunga está situado ao norte do Estado de Goiás possui área 253,2 mil hectares e apresenta população estimada em quatro mil habitantes. Toda a área foi reconhecida oficialmente em 1991 pelo Governo do Estado de Goiás como Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga. As suas terras abrangem os municípios de Teresina de Goiás, Cavalcante e Monte Alegre.

A comunidade Kalunga desenvolve atividades econômicas voltadas para o auto-consumo e realiza trocas com as comunidades dos municípios onde estão inseridos. É uma

sociedade com práticas pastoris, extrativistas e agrícolas. A economia depende do uso de recursos naturais e apenas uma pequena parte da produção agrícola é comercializada.

O comercio da farinha de mandioca é uma das principais atividades, vendida regularmente nos mercados dos municípios mais próximos. Destacam-se ainda produção de gergelim e indaiá para a produção de óleo, dos frutos do cerrado como o barú, cagaita e pequi, das lavouras tradicionais de milho, feijão, fumo e arroz, a pesca artesanal e a criação de animais de pequeno porte . A principal atividade não agrícola praticada é o artesanato voltado para a produção de utensílios domésticos com o uso de argila.

Segundo Flores (2002), o conceito desenvolvimento local baseado na territorialidade é fortemente difundido na Europa, perceptível através das certificações de origem controlada, que sugere uma grande interação entre as atividades econômicas e entre si. Com ampla presença de componentes sociais e culturais, encontradas em determinada região com características muito próximas ou semelhantes, criando condições para integração de atividades, promovendo um dinamismo próprio com características determinadas, expressada em maior competitividade coletiva, carregada de expressão cultural local.

Nessa perspectiva vale a pena ressaltar a experiência existente no município de Cavalcante GO no território Kalunga, denominada “Kalunga Mercado Justo” que segundo informações retiradas na internet www.kalungamercadojusto.com a missão do empreendimento é o “fomento e participação em parcerias na produção agroecológica e ecoturística e sua comercialização” objetivando a “participação no desenvolvimento local integrado e sustentável atuando como intermediadora de negócios e serviços, nos princípios do Comércio Justo”.

Vale lembrar que o comércio justo e solidário busca uma relação paritária entre todos os sujeitos envolvidos na cadeia de comercialização: produtores, trabalhadores, importadores, lojas do mundo e consumidores. O principal objetivo do comércio justo e solidário é melhorar as condições de vida dos pequenos produtores dos paises marginalizados do hemisfério Sul (América Latina, Ásia e África), através do aumento do acesso ao mercado e da promoção de oportunidades de desenvolvimento para os mais desfavorecidos.

Considerando o exposto acima o produto final do estudo em realização deverá ser um estudo de caso a partir das experiências empíricas da comunidade, das vocações ecológicas

e principalmente desvelando o valor etnocultural dos produtos da economia familiar, apontando o comércio justo e solidário como um dos componentes de uma estratégia de desenvolvimento para o território.

CONCLUSÕES:

A escassez de recursos financeiros provoca uma estagnação no comércio, faltam compradores e por isso a comunidade não se anima em fazer mais produtos para a venda. O governo não vem oferecendo politicas públicas adequadas para este setor da comunidade, portanto a comunidade se mantém empobrecida.

A geração de renda e ocupação, explorando o potencial local mediante a implementação de projetos produtivos de natureza diferenciada, voltada para a sustentabilidade e a realidade do território deve ser tomado como orientação para a construção do desenvolvimento territorial.

A certificação dos produtos parece ser uma opção interessante para a inserção no comércio justo e solidário e isso deve permitir que os produtos ingressem em lojas especificas no exterior e contribuam para a construção de um comércio justo e solidário no Brasil, buscando diminuir as desigualdades e injustiças.

No entanto o sucesso para uma nova forma de estratégia de desenvolvimento, passa por uma articulação dos atores sociais e institucionais, dos movimentos sociais e das organizações governamentais e não governamentais para criação de vínculos que possibilitem realizar um trabalho em conjunto, integrando as políticas governamentais nos níveis federal, estadual e municipal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BRASIL, MDA. *Referências para o desenvolvimento territorial sustentável.* Brasília: CNDRS/Condraf, NEAD, 2003.

VALENTE, Ana Lúcia Farah. *Desvelar valor*: contribuição conceitual ao agronegócio, Congresso da SOBER. 2004. (documento digitado).

GRUNINGER, Beat & Uriarte Alex. *Fair Trade: Uma introdução e algumas considerações. In: FRANÇA, Cássio Luiz de (org.). Comércio Ético e Solidário.* São Paulo, Fundçaõ Friedrich Ebert / ILDES, dez 2002. 168p.