



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA - UnB
FACULDADE UnB PLANALTINA - FUP

RAISSA JAYNE REZENDE MELO

**RESGATE HISTÓRICO DA CENTAL DE CAPACITAÇÃO E
COMERCIALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO DISTRITO FEDERAL
E ENTORNO**

Brasília/DF

2016

RAISSA JAYNE REZENDE MELO

**RESGATE HISTÓRICO DA CENTAL DE CAPACITAÇÃO E
COMERCIALIZAÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO DISTRITO FEDERAL
E ENTORNO**

Relatório final de Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado à Universidade de Brasília (UnB), como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Gestão do Agronegócio.

Orientador: Prof. Dr. Mário Lúcio de Ávila

Planaltina/DF

2016

DEDICATÓRIA

Á meus pais, Paulo e Jane, que de tudo fizeram para me apoiar nesta caminhada e alcançar a concretização desta etapa. Desejo ainda retribuí-los por tudo.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus primeiramente pelo dom da vida, e por ter sido e ainda ser o meu principal apoio nos momentos de fraqueza, e sempre me mostrar que está olhando por mim.

Aos melhores pais, Paulo e Jane, que foram meu suporte, não me deixando desanimar da caminhada desta graduação, mesmo que o sacrifício a ser pago, fosse o de morar em outra cidade, longe de casa e deles. Essa vitória é tanto minha, quanto deles.

As minhas amigas que ganhei de presente da UnB pra vida toda, Jéssica e Lorrane, que desde o início estiveram comigo, passando por todas as dificuldades em trabalhos e provas (e não foram poucas as dificuldades), por muitas alegrias que passamos juntas, por dividirem a vida pessoal comigo e principalmente por terem me acolhido como família, quando cheguei a Brasília, ainda bem perdida, para dar início à graduação. A vocês e suas famílias, o meu muito obrigada.

Agradeço a minha amiga Natália Tramontini, a quem posso chamar de irmã, que sempre chegou até mim com palavras de motivação durante a minha graduação, sempre demonstrou acreditar no meu potencial e por ter estado presente em todas as etapas vividas neste curso e na vida.

Ao meu orientador Mário Lúcio de Ávila por toda a experiência que obtive, tendo ele como chefe de estágio, professor e orientador deste trabalho. Muito que aprendi nessa caminhada, foi com seus ensinamentos. E agradeço também a todos os professores do curso de Gestão do Agronegócio de Planaltina, que de uma maneira ímpar acrescentaram muito aprendizado na minha vida.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é entender o processo histórico e a trajetória percorrida para a construção da Central de Capacitação e Comercialização (CCC) dos agricultores familiares do Território das Águas Emendadas (TAE) que abrange três unidades federativas, atendendo a 10 regiões administrativas do Distrito Federal, 7 municípios do estado de Goiás e 3 municípios de Minas Gerais, totalizando 2.898.988 pessoas, sendo 10.114 agricultores familiares. A CCC é um espaço físico localizado na Central de Abastecimento do Distrito Federal (CEASA-DF), com a finalidade de propiciar a comercialização e o escoamento dos produtos da agricultura familiar, disponibilizando alimentos frescos e saudáveis á população de Brasília e entorno. O espaço dispõe de salas de aula, auditório, alojamento e refeitório, todos equipados e mobiliados para promover também, a capacitação dos agricultores. A CCC é um dos projetos apoiado e financiado pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) que objetivam inserir os agricultores familiares na economia nacional. Portanto este trabalho faz um resgate histórico de toda a trajetória de inserção do projeto, apresenta os desafios enfrentados pela CCC durante e após a sua trajetória, evidencia se de fato o produtor tem acesso a este recurso e se tem autonomia diante deste projeto, e apresenta como a CCC pode se consolidar como estratégia de comercialização dos produtores rurais que estão alocados no Território de Águas Emendadas.

Palavras-chave: Central de Capacitação e Comercialização (CCC). Território das Águas Emendadas (TAE). Agricultores familiares. Estratégia de comercialização.

LISTA DE SIGLAS

AF - Agricultura Familiar

ARCOs - Agências de Comercialização

ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural

CC - Circuitos Curtos

CCC - Central de Capacitação e Comercialização

CIAT - Comissão de Implantação das Ações Territoriais

CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura

COTAE - Colegiado do Território de Águas Emendadas

CT - Câmara Técnica

EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

FHC - Fernando Henrique Cardoso

GDF - Governo do Distrito Federal

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário

OSCIPs - Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público

PDSTR - Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

SAF - Secretaria da Agricultura Familiar

SDT - Secretaria de Desenvolvimento Territorial

SEAPA - Secretaria de Estado, Agricultura, Pecuária e Abastecimento

SIPAF - Identificação da Participação da Agricultura Familiar

TAE - Território das Águas Emendadas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. METODOLOGIA	8
3. REFERÊNCIAL TEÓRICO	9
3.1 Estratégias de Comercialização da Agricultura Familiar.....	9
3.2 Circuitos Curtos de Comercialização	10
3.3 Feiras.....	11
3.4 Comunidade que sustenta a agricultura (CSA)	12
3.5 Agroindustrialização e agregação de valor	13
3.6 Identidade do produto	15
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	16
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	23
APÊNDICE	26

1. INTRODUÇÃO

A grande importância e relevância que a agricultura familiar exerce na economia brasileira é extremamente expressiva, tendo 4,5 milhões de estabelecimentos em todos os estados, e nos últimos tempos ela tem se institucionalizado e vem crescendo, de fato, como um setor específico da economia brasileira. A partir disso, políticas públicas exclusivas, ainda que poucas para esse setor tão grande fossem criadas com o intuito de proporcionar o aceleramento do desenvolvimento rural.

Com o aumento do reconhecimento dos produtos advindos da agricultura familiar, por parte da sociedade e também do governo, a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) visando garantir a inserção destes agricultores no mercado, apoiam e disponibilizam investimentos à projetos que objetivam tal inserção.

A Central de Capacitação e Comercialização da agricultura familiar no Distrito Federal e entorno é um desses projetos que surge para aperfeiçoar a visão do SDT e MDA, que é inserir os agricultores no mercado. Com isso este estudo justifica-se diante da necessidade de resgatar e analisar o processo histórico e a trajetória do seu desenvolvimento, desde a criação até a implantação do projeto CCC, bem como os autores e programas envolvidos neste processo.

Contudo, o ganho de expressividade e a criação de políticas públicas e projetos através do governo, possibilita ao setor de pequenos agricultores, maiores oportunidade e expansão nos leques de comercialização, entretanto também propiciam desequilíbrios entre os atores envolvidos e disputas de poder.

Com o intuito de fazer uma interação entre governo e sociedade, o MDA por meio da SDT institui em 2003 o Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (PDSTR). E o território específico que será analisado é o de Águas Emendadas que reúne três Unidades Federativas (DF, GO E MG) e compete ao Distrito Federal, ser a sede da CCC objeto estudado neste trabalho.

O objetivo geral deste estudo é resgatar o processo de construção, financiamento e objetivos da Central de Capacitação e Comercialização desde sua origem. E possui como objetivos específicos, demonstrar como a CCC pode consolidar as estratégias de comercialização dos agricultores familiares do Território de Águas Emendadas e quais são os desafios colocados para estas estratégias.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foi feita pesquisa bibliográfica sobre a definição dos termos que definem a estratégia da CCC e revisão documental para obtenção de dados e informações a respeito do seu processo de origem e construção.

Para (MACEDO, 1994, p. 13) a pesquisa bibliográfica se consiste em:

É a busca de informações bibliográficas, seleção de documentos que se relacionam com o problema de pesquisa (livros, verbetes de enciclopédia, artigos de revistas, trabalhos de congressos, teses, etc.) e o respectivo fichamento das referências para que sejam posteriormente utilizadas (na identificação do material referenciado ou na bibliografia final).

E para (ARRABAL, 2011, não paginado) “Na pesquisa documental, a investigação concentra-se em dados obtidos a partir de “documentos” que registram fatos e/ou acontecimentos de uma determinada época”.

A pesquisa realizada tem caráter qualitativo, em que (BOAVENTURA, 2004, p. 56) caracteriza esse tipo de investigação como fonte direta de dados, sendo o pesquisador o instrumento principal, através de uma pesquisa descritiva aonde o investigador interpreta os dados de forma indutiva e se interessa mais pelo processo do que pelos resultados. E fazendo uma interlocução com a ideia acima, (CRESWELL, 2007) alega que o investigador faz argumentações com base principalmente em perspectivas construtivas, ou seja, utiliza do seu conhecimento próprio para formar uma ideia final a respeito do assunto.

É classificada como pesquisa exploratória, que segundo (BOAVENTURA, 2004, p. 57) essas pesquisas envolvem estruturas bem flexíveis, como por exemplo, utilizar o levantamento bibliográfico e entrevista com pessoas que tiveram participação com o problema pesquisado. Desse modo, seguindo a ideia do autor, foi elaborada uma entrevista semi-estruturada aberta, em que há possibilidade do entrevistado acrescentar algo ao contexto da entrevista, e foi aplicada com gestores e atores importantes na trajetória da CCC.

Foram aplicadas entrevistas com pessoas que acompanharam o processo de criação e da implantação da CCC. O roteiro da entrevista pode ser encontrado em apêndice.

3. REFERÊNCIAL TEÓRICO

3.1 Estratégias de Comercialização da Agricultura Familiar

Devido a uma grande preocupação que vem aumentando gradativamente ao longo dos anos, a respeito da alimentação de toda a população, que deveria ser mais saudável, os produtos orgânicos vêm ocupando um espaço bastante considerável na mesa do consumidor de hoje, pois os produtos oriundos da agroecologia (que são orgânicos e provindos exclusivamente da agricultura familiar) ganharam um enorme destaque, a demanda aumentou em grandes números e passou a representar atualmente um grande indicador econômico no Brasil.

Para demonstrar essa grande relevância, dados do Ministério do Desenvolvimento Agrário alegam que:

A agricultura familiar cria, inova, produz e também alimenta o País. Os mais de 4 milhões de estabelecimentos familiares distribuídos entre os 26 estados e o Distrito Federal alimentam a população nacional e movimentam a economia brasileira, sendo responsável por 33% do Produto Interno Bruto (PIB) Agropecuário e 74% da mão de obra empregada no campo. Em apenas dez anos, a renda do setor cresceu 52% a partir de políticas públicas que fortalecem a produção e o desenvolvimento. (MDA, 2013, não paginado).

Portanto, todas as regiões contribuem para o desenvolvimento desse setor, porém existem algumas que concentram um grande número de agricultores e que possuem valores muito expressivos no panorama econômico da comercialização da Agricultura Familiar (AF), e o Distrito Federal é uma dessas regiões, sendo autossuficiente em vários produtos, especificamente em hortaliças, chegando a vender o excedente para outros Estados da Federação.

Dados da EMATER, 2008, apontam que essa Unidade Federativa vem apresentando nas últimas décadas, um crescimento significativo de suas atividades agrícolas, beneficiando assim muitos agricultores, o que inclui aqueles de base familiar.

A partir desses números expressivos, passou-se a ter necessidade de estruturar os canais de distribuição e criar estratégias de comercialização dos produtos da agricultura familiar. Então o mercado destes produtos vem acontecendo através de dois circuitos principais. O primeiro deles é o circuito curto que se sustenta na venda direta ao produtor e o segundo é o circuito longo que é a venda em supermercados que ainda é limitado aos pequenos produtores.

(JUNQUEIRA, SUN, COLLINS, 2006, p. 105) indicam a seguinte distribuição da comercialização dos orgânicos no DF: “42% nas feiras, 27% de venda à

domicílio/restaurantes e lojas naturais, 17% nos supermercados, e 14% no Mercado Orgânico”.

3.2 Circuitos Curtos de Comercialização

Na década de 90 a venda de alimentos orgânicos era majoritariamente através dos supermercados (circuitos longos). Mais recentemente, um grande número de produtores que não pretendiam atender as exigências das cadeias de distribuição, e queriam ter o reconhecimento de suas atividades e produtos, que tiveram um crescimento na demanda, vieram alterando essa realidade e a venda de produtos orgânicos/ecológicos apontou um grande avanço através da venda em Circuitos Curtos (CC), ou seja, onde existe relação de proximidade entre o produtor e o consumidor.

Existem dois meios de comercializar por CC, o primeiro deles é a venda direta (onde o produtor entrega o produto diretamente ao consumidor) e o segundo é a venda indireta que acontece através de apenas um intermediário (que pode ser um comércio local, um outro produtor, uma cooperativa ou associação).

Alguns dos tipos de venda em circuitos curtos estão citados abaixo, sendo eles de venda direta: Venda na propriedade, Cestas em domicílio, Feiras do produtor e Beira de estrada; e de venda indireta: Programas de governo, Lojas especializadas, Restaurantes coletivos e convencionais, Lojas de cooperativas de consumidores e associações de produtores, Lojas que vendem produtos ecológicos e Lojas virtuais para venda de produtos ecológicos.

Segundo (DAROLT, 2012, p. 9), a maioria dos produtores de base ecológica com bons resultados de comercialização tem utilizado dois a três canais de venda (feiras do produtor, entrega de cestas em domicílio e, mais recentemente, compras governamentais).

Com o circuito curto o agricultor possui autonomia para gerir, planejar e comercializar seus produtos. Ele se torna mais independente pra expandir a sua própria comercialização, e segundo (LAMINE, 2013, p. 10), “a autonomia não significa isolamento, sendo baseada na troca formal ou informal entre produtores e sua rede de contatos, tanto no âmbito da produção como da transformação e da comercialização”.

Comumente as propriedades, que adotam esse sistema, possuem pluriatividades e uma produção muito diversificada, tendo investimentos em produtos de origem animal e vegetal, o que exige do produtor um planejamento muito mais complexo. Portanto, cada produtor adequa o meio de produção mais viável de acordo com os recursos que possuem.

As vendas em circuitos curtos têm contribuído bastante para o mercado agroecológico

e tem sido bem aceita pelos consumidores, pois, estimula o trabalho familiar e a produção diversificada em menor escala, proporciona a autonomia dos agricultores, promove a criação de laços entre produtor e consumidor e por último, mas não menos importante, garante a qualidade alimentar, rastreabilidade do produto e a preservação da biodiversidade.

Portanto, este sistema alternativo e inovador têm crescido muito, tem proporcionado uma nova visão aos produtos da agricultura familiar e para (SABOURIN; 2011), a comercialização dos produtos é um ato de troca, mas também pode haver uma relação de reciprocidade. E tem sido uma nova estratégia de comercialização desses produtos, o que consequentemente demanda uma maior atenção quanto à fiscalização desse comércio, para garantir que os princípios de igualdade e solidariedade sejam mantidos e a aproximação entre produtor e consumidor aconteça.

3.3 Feiras

No Distrito Federal as feiras são compostas por grupos de produtores orgânicos, e neste caso, os agricultores familiares são os únicos que podem vender seus produtos diretamente ao consumidor sem possuir certificação orgânica, desde que eles estejam integrados a algum arranjo de controle social registrados nos órgãos fiscalizadores. A venda deve acontecer mediante a presença do produtor ou de algum membro da família, e não é permitida a presença de atravessadores.

A criação das feiras acontece por meio de grupos formais e informais, portanto os produtores são levados a se juntar para formar tais grupos. Os grupos formais são as cooperativas que possuem membros de várias categorias e de diversos lugares. Já os grupos informais são membros de uma mesma categoria, vizinhos ou parentes que se unem em prol do mesmo objetivo, e assim se juntam com outros grupos informais e se tornam associações e podem assim implantar uma feira para a venda dos seus produtos sem impostos e burocracia.

Contudo, a implantação de feiras por grupos informais para (SABOURIN, 2011, p. 113) propicia o encontro direto e físico entre produtor e consumidor, e permite estabelecer relações de reciprocidade de tipo bilateral ou “cara a cara”.

A feira é um meio de venda direta através do circuito curto, aonde o consumidor vai até o espaço físico onde a mesma está localizada e realiza a compra do produto desejado diretamente com o produtor. Para (SABOURIN, 2011, p. 114), além de interesses materiais, os atores das feiras orgânicas compartilham também convicções e valores (segurança, confiança, ética), o que pode explicar a dinâmica da inovação social em torno desses mercados de proximidade, assim como o papel da solidariedade ou da reciprocidade num

universo de competição e concorrência.

E nesse âmbito, as feiras possuem um papel social muito importante, pois além de contribuir para a saúde por meio da garantia de fornecer sempre produtos saudáveis, a maneira direta de comercialização cria-se uma relação de troca e de reciprocidade entre vendedor e comprador, proporcionando a criação de sentimentos de fidelidade, amizade e reconhecimento da identidade do produto.

3.4 Comunidade que sustenta a agricultura (CSA)

Devido à grande insatisfação por parte de produtores e consumidores com as estruturas dos grandes mercados predominantes, que não garantem uma segurança alimentar à população, novos movimentos em busca de mercados solidários e agroecológicos passam a surgir, um desses movimentos é o da Agricultura Apoiada pela Comunidade ou pelo Consumidor, e tem como denominação nos países ingleses: CSA – Community Supported Agriculture, onde os agricultores vendem localmente seus produtos, o chamado colhe e pague, em que o consumidor colhe o produto diretamente na propriedade, criando para o produtor, autonomia na comercialização, e para o consumidor, garantia de preço justo, alimento saudável e o reconhecimento da origem do produto.

O sistema é feito através de um contrato de parceria de consumidores que se juntam e fornecem um crédito antecipado para o agricultor produzir, dividindo assim os riscos da produção entre todas as partes interessadas. Neste contrato, o grupo de consumidores delimita um período de trabalho, que em média são seis meses, e definem os preços, produtos e quantidades que desejam, porém, os consumidores apoiam os produtores na prática da agricultura agroecológica, a cultivar variedades regionais e a manter a paisagem rural.

Não existe um número mínimo de pessoas para se formar um grupo de consumidor e segundo (DAROLT, 2013, p. 158), “uma propriedade familiar com duas pessoas trabalhando em tempo integral, com uma área média de cultivo de 2,5 hectares pode atender até 80 pessoas, com uma diversidade de mais de 40 tipos de hortaliças e frutas”.

Para (NIEDERLE, ALMEIDA, VEZZANI, p. 159), o sistema CSA se estrutura nas seguintes características: na transparência, com um orçamento estabelecido por safra/período e para produzir uma ampla gama de produtos especificados; (b) num sistema de preços definidos, em que os produtores e consumidores discutem democraticamente e concordam com os preços baseados no orçamento previamente discutido. Os preços finais são geralmente competitivos quando comparados com os canais convencionais, em parte porque o custo de distribuição é reduzido; (c) num risco compartilhado, ou seja, os consumidores recebem o que os agricultores cultivaram de acordo com os produtos da época.

E é importante abordar que muitas vezes o produtor também possui outro canal de

comercialização, portanto essa relação de compromisso e mercado solidário proporciona muitos benefícios a ambas as partes e tem contribuído para o desenvolvimento da agricultura familiar.

3.5 Agroindustrialização e agregação de valor

A grande quantidade de alimentos oriundo da agricultura familiar exerce um papel muito importante na evolução e no espaço que a agricultura familiar vem conquistando. Com isso, surgiu-se a necessidade de industrializar os produtos, algo que sempre esteve presente na história dos agricultores, como por exemplo, a fabricação de queijos, embutidos, produtos defumados, conservas ou na transformação de frutas em doces, mas nesse primeiro caso, com um consumo destinado à própria família ou vizinhos, e um segundo caso, é a venda desses produtos a nível nacional.

Outro fator predominante para esta necessidade aumentar, é a questão econômica, onde somente comercializar os produtos, não estava devolvendo um retorno favorável. Desse modo, a agroindustrialização surge, em uma grande maioria dos casos, através de um contexto de insatisfação econômica que está normalmente ligada às decepções com safra, com o aumento do custo dos insumos e uma redução nos preços das commodities. (OLIVEIRA, SCHMIDT e SCHMIDT, 2000).

Portanto, desafios foram surgindo com a necessidade de industrialização dos produtos, e além da falta de capital pra investimento, teve também, em alguns casos, a falta de conhecimento para aplicar tecnologias de conservação, de gestão, de empacotamento, armazenamento e de logística eficiente e eficaz, que são indispensáveis na agroindustrialização.

Um marco dessa transformação foi a implementação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) em 1990, onde o governo passou a canalizar recursos financeiros pra essa categoria social que, ao direcionar suas linhas de crédito a um público marcado pela renegação das políticas públicas, confirmou o reconhecimento e a legitimação do Estado em relação às especificidades de uma nova categoria social – os agricultores familiares (SCHNEIDER, CAZELLA e MATTEI, 2004).

Nesse contexto, utilizar agregação de valor dentro das propriedades é uma boa estratégia e começam a ser apontadas como uma importante alternativa para os agricultores, possibilitando geração de renda através da agroindustrialização da própria matéria-prima, diminuindo a dependência dos segmentos a montante e a jusante das cadeias produtivas (PREZOTTO, 1999).

Portanto, a linha de crédito do PRONAF facilitou bastante o desenvolvimento dos pequenos agricultores, porém, outros desafios ainda vieram a aparecer, pois para que se tenha um controle e uma fiscalização eficaz dos produtos, é necessário que os agricultores estejam de acordo com as normas de legislação para garantir produtos de qualidade, e reafirmando (BATALHA, BUAINAIN, SOUZA FILHO, 2002, p. 8) alega que vários estudos sobre a competitividade de diferentes cadeias agroindustriais, especialmente aquelas que envolvem um grande número de pequenos produtores, tem apontado a legislação (fiscal, sanitária, ambiental e trabalhista) como um dos principais entraves à competitividade destes sistemas e que, no entanto, a legislação sanitária que normatiza os serviços de inspeção e o funcionamento das agroindústrias impõe importantes limitações para a implantação destes empreendimentos. E isso se deve ao fato de que muitos alimentos são postos a venda sem garantia de qualidade, por não estar normalizados.

Então novas linhas ainda mais específicas foram criadas, como o crédito destinado apenas para agroindustrialização dos produtos da agricultura familiar. Em 1998 o PRONAF incorporou a linha de crédito denominada Agregação de Renda a Atividade Rural (PRONAF-AGREGAR), que em 2003 passou a ser chamada de PRONAF-AGROINDUSTRIA, disponibilizando créditos para as cooperativas, associações e os agricultores familiares que estavam enquadrados no Manual de Crédito Rural (MCR), para investirem em infraestrutura que propicie o processamento, beneficiamento, armazenagem, e comercialização dos produtos.

Os resultados foram positivos, pois de um lado, supriu a necessidade do pequeno agricultor em construir ou ampliar uma agroindústria e por outro lado, estimulou uma nova demanda em agricultores que começaram a reconhecer que essa atividade contribuía bastante na agregação de valor do produto e expandia os horizontes de mercado da agricultura familiar.

Como fortalecimento dessa linha, a partir de 2007, a Secretaria da Agricultura Familiar (SAF), decidiu estruturar esse programa através de instituições oficiais de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER). Esse processo se deu através da articulação entre a SAF e o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), entre outros parceiros do programa, que pretendiam subsidiar e formalizar a implementação de políticas públicas, para que as mesmas fossem de fato, destinadas à agroindustrialização da agricultura familiar.

Portanto, o apoio da ATER é muito relevante, pois veio com o propósito de capacitar, criar intercâmbios de experiências, estruturar e fortificar a linha de crédito do PRONAF destinado à agroindústria, contribuindo ainda mais pra agregação de valor, geração de trabalho e renda e conseqüentemente, a melhoria na qualidade de vida dos agricultores.

3.6 Identidade do produto

Todas as estratégias de comercialização citadas anteriormente estão enquadradas em uma última estratégia que é um elemento fundamental para o reconhecimento do produto da agricultura familiar, que é a identidade do produto.

E para garantir a qualidade dos produtos, dar nome aos produtores e agregar valor no ato da comercialização, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) criou o Selo da Identificação da Participação da Agricultura Familiar (SIPAF) e Marcelo Piccin, diretor de Geração de Renda e Agregação de Valor do MDA, pontua que:

As experiências das agricultoras familiares comprovam que o Selo cumpre um papel estratégico importante para agregar valor a uma identidade diferenciada nos produtos da agricultura familiar. Por isso, temos o desafio de chegar a um processo de universalização, em que todos os produtos da agricultura familiar brasileira estejam identificados. (MDA, 2015, não paginado).

Contudo, a identificação do produto é elemento fundamental de estratégia de comercialização, pois transmite ao consumidor uma relação de confiança, pois o mesmo tem a certeza de onde está vindo o produto, fidelizando-o a este mercado, atraindo assim, um maior número de consumidores, provocando diretamente um aumento na renda e na inserção do produto agroecológico no consumo diário de toda a população.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para resgatar o processo histórico de origem da CCC, é preciso voltar na fase embrionária desse projeto que teve início com a criação, através do MDA no período de 2000 a 2002, das Agências de Comercialização (Arcos) que também tinham como objetivo, inserir os pequenos agricultores no mercado. As ARCOs possuíam caráter jurídico de ONGs e foram constituídas por uma Agência Nacional e aproximadamente por outras 35 regionais, em que atualmente, poucas ainda estão em funcionamento, e tinham como embasamento principal a articulação de movimentos sindicais ligados a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG).

A criação das ARCOs surgiu como uma alternativa para assegurar a luta pelo campo dos agricultores familiares, pois o governo Fernando Henrique Cardoso (FHC) pretendia impossibilitar a dinâmica dos movimentos sociais e sindicais, e então as ARCOs seria outra forma de apoio para esses trabalhadores, já que elas eram importantes ferramentas no progresso dessas lutas, pois em parceria com as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIPs), que além de outras atribuições, podiam realizar atividades e convênios com entes federativos.

O projeto das ARCOs recebeu recursos financeiros e foi contemplado com grandes projetos que envolviam a capacitação de agricultores, e então surgiu a necessidade de criar espaço físico que seriam as centrais de comercialização dos produtos da agricultura familiar e também seria voltado para a capacitação dos produtores.

Com a eleição do governo de Luís Inácio Lula da Silva, o projeto ganhou ainda mais força, pois o governo visava o reconhecimento das OSCIPs e a Política de Desenvolvimento Territorial criada pela SDT, que estavam relacionados com a ARCOs e então daria uma boa visibilidade ao sistema.

Com isso, a Central de Capacitação e Comercialização da Agricultura Familiar do Distrito Federal e Entorno surgiu como forma de garantir o reconhecimento que o governo demandava, e foi uma estratégia governamental, mas que iria beneficiar a população também. Portanto, a sua origem e a trajetória é o objeto de estudo deste trabalho.

A trajetória da CCC esta totalmente ligada ao período de transição política dos governos em 2002, período também, que houve uma promoção dos movimentos populares junto ao governo.

Em seguida, no ano de 2003 a SDT estabeleceu o Programa de Desenvolvimento Sustentável dos Territórios Rurais (PDSTR) abrangendo 60 territórios rurais que aglutinavam

municípios situados em regiões de baixa tramitação econômica. A composição destes territórios foi feita por uma representação de agricultores familiares, sociedade civil e o governo.

No início foi criada uma Comissão de Implantação das Ações Territoriais (CIAT) que era designada a instituir o processo de dinamização territorial e era uma comissão provisória, pois após um prazo estimado pela SDT a coordenação seria transferida ao que se chamaria de Colegiado.

No entanto, este projeto estava destinado a beneficiar especificamente o Território de Águas Emendadas (TAE) que abrange três unidades federativas, incluindo o Distrito Federal, Goiás e Minas Gerais, e a gestão deveria estar sob a responsabilidade das ARCOs e ser fiscalizadas também pela Secretaria de Estado, Agricultura, Pecuária e Abastecimento (SEAPA), Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) e Central de Abastecimento (CEASA).

As discussões acerca da construção da CCC surgiram em meados do ano de 2003, porém, a publicação feita no Diário Oficial em 13 de fevereiro de 2004 foi o marco oficial do projeto da CCC. Na publicação continha o Protocolo de Intenções firmado entre MDA/SDT, SEAPA e ARCOs, que visavam à implementação de um centro de comercialização e que capacitasse o agricultor familiar do Distrito Federal e entorno.

Conforme a Cláusula Segunda do protocolo, o Governo do Distrito Federal (GDF), deveria garantir um espaço destinado no CEASA para a construção do espaço físico com a estrutura necessária para atender o público alvo e deveria também garantir a conclusão da construção, assim como a administração da CCC e a capacitação dos agricultores familiares. Porém caberia ao MDA conseguir os recursos junto ao PRONAF Infraestrutura para viabilizar o projeto.

As ARCOs ficaram responsáveis de zelar e respeitar as normas estipuladas pela SEAPA, gerir a CCC, e manter o MDA informado de todas as atividades realizadas na Central, e ainda teriam que mobilizar e articular os agricultores em conjunto com o Governo Federal, do DF, de Goiás e de Minas Gerais para garantir um bom desenvolvimento do projeto.

O primeiro impasse que começou a aparecer, foi em 2004 quando a SEAPA solicitou a CEASA que regularizasse o terreno, pois alegava que havia impedimentos para o uso da área. Porém a CEASA, alegava que os recursos já estavam assegurados para a construção, mas o gerente administrativo da CEASA afirmava que ainda existiam providências a serem tomadas para apresentar a cessão do espaço.

Em junho de 2005 o plano de trabalho contendo as metas e os recursos necessários, assim como o cronograma financeiro, foram aprovados, e em agosto de 2005 houve um desembolso para as duas primeiras parcelas, e em 2006 aconteceu liberação de mais um recurso destinado para estudos técnicos no local do projeto. Ou seja, o projeto começava a caminhar, mesmo que muito lentamente.

Em 2006 o Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Econômico e Social disponibiliza com a finalidade de auxiliar o andamento da CCC, o regulamento da CCC, que possui as normas de operações, estruturas administrativas, tarifas e horários de utilização a respeito do espaço. Porém, no ano 2007 o projeto teve suas atividades estagnadas, pois os atores envolvidos no processo não estavam utilizando os recursos e não estavam fazendo muita questão de dar continuidade ao andamento do projeto.

Em 2008 a licitação que iria fazer a obra foi escolhida e a data para o começo das obras foi definida. E um ator que mereceu destaque nesse processo de interlocução foi a ARCO/DFE que pressionou o GDF para realizar a citação, para que desse início o mais rápido possível. Então em fevereiro de 2009 a obra recebe o aval do GDF e começa a ser executada. A partir daí a disputa pela administração da CCC começou a ser o foco, a EMATER juntamente com a SEAPA queriam conseguir a gestão da CCC e demonstrar que as ARCOs possuía pouca capacidade pra gerir e alegavam que o foco das ARCOs não eram os verdadeiros benefícios que a Central iria levar aos agricultores, mas sim o beneficiamento das próprias ARCOs que teriam um espaço físico para utilizar de outras formas.

Com o início das obras, as lideranças envolvidas no processo, que antes estavam estacionadas, aumentaram seus interesses e começaram a se movimentar para se unir ao projeto. E então a EMATER e a SEAPA tentam criar uma câmara temática dentro do Colegiado para reforçar o beneficiamento do TAE diante da CCC. Ainda em 2009, o Colegiado do Território de Águas Emendadas (COTAE), antigo CIAT, apresenta um novo regimento e todas as decisões do TAE são tomadas agora no Colegiado e criou oficialmente em junho de 2009 a Câmara Técnica (CT) que teria autonomia para acompanhar e discutir o projeto CCC e também possuía deveres e atribuições a serem cumpridos.

A partir da criação da CT, o Núcleo Diretivo do Colegiado se reúne e inicia as fiscalizações e acompanhamento oficial do projeto, o que revela uma visível mudança no papel da CCC sobre o TAE. Ainda em 2009 acontece a primeira reunião extraoficial do COATE, cuja pauta é especificamente o CCC. Todavia, a gestão do projeto que deveria ser conferida a órgãos de controle e auditoria da União, estava atribuída a uma “ONG”, e não foi anunciada oficialmente ao Colegiado, para dar ciência da indicação de responsabilidade.

Ou seja, a ARCO estava sendo pressionada por todas as partes, pois na verdade, ela deixava muitos espaços para dúvidas em relação à gestão, pois era uma administração pouco transparente, e então os outros atores envolvidos insistiam em dizer que a ARCO era incapaz de gerir a CCC sozinha, pois essa era uma tarefa muito complexa, e apontavam como solução que a ARCO coordenasse a CCC juntamente com o COTAE, SEAPA e com a EMATER-DF.

Portanto, após muita discussão a SEAPA em conjunto com a EMATER conseguem alcançar lugar na gestão da CCC, e faz pedido oficial para que a ARCO atue em parceria com o TAE.

No dia nove de maio de dois mil e quinze a CCC é inaugurada em Brasília, na Central de Abastecimento do Distrito Federal. Houve uma cerimônia de inauguração, com a presença do secretário nacional do MDA, Onaur Ruano. Inicialmente 35 organizações econômicas da Agricultura Familiar começaram a vender seus produtos, e já haviam mais 48 cadastradas. O espaço inaugurou-se com a venda de hortifrúti orgânico e convencional, artesanatos, flores, e produtos agroindustrializados, como queijos, iogurtes e doces.

Em entrevista realizada com produtores que utilizam a Central como meio de comercialização de seus produtos, eles ponderam que a CCC é importantíssima para consolidar as estratégias de comercialização dos AFs, pois alegam que é mais um ponto de venda, e o principal, é um ponto cuja localização favorece muito, pois afirma que o pequeno produtor do entorno do DF não teria a chance de vender seus produtos aqui se não houvesse a CCC, e que ficaria bitolado apenas em vender em feiras próximas de casa.

Apontam também que depois que a CCC entrou em funcionamento, uma nova expectativa de vida foi gerada ao pequeno produtor, pois ele sabe que tem para quem vender, e isso estimula o produtor a expandir o leque para outros tipos de produção. E então deu exemplos, dizendo que após a CCC ser estabelecida, alguns produtores conseguiram melhorar a infraestrutura da produção comprando maquinários novos e muitos que se limitavam apenas à plantação de hortaliças, conseguiram expandir seu negócio para a plantação de outras culturas e aderiu à pecuária também.

Voltando no contexto histórico, após essa trajetória de transições políticas, liberação de recursos, formação de colegiado e entre outras questões, esperava-se que com o início da obra, o processo começasse a se desenrolar e os desafios fossem se tornando menores, mas pelo contrário, os desafios da CCC começaram a se aflorar.

Um desses desafios, que inclusive é pautado até os dias atuais, é a disputa pela gestão da CCC por parte da EMATER-DF e SEAPA, que sempre insistiram em retirar da responsabilidade das ARCOs. Já Magdalena, coordenadora do TAE, acreditava que a gestão

deveria ser passada ao TAE, já que era o alvo principal dos objetivos a se alcançar através da CCC.

Contudo, contradizendo a ideia de Magdalena, os agricultores familiares do TAE, que deveriam participar de reuniões, estarem presentes em câmaras temáticas, núcleos diretivos e demonstrar as necessidades de cada região, sempre foram e continuam sendo os menos lembrados em toda a discussão do processo de gestão e desenvolvimento.

Portanto, o projeto que de início possuía objetivos de propiciar o desenvolvimento de agricultores do Distrito Federal e Entorno, acabou sendo alvo de disputa de poder, ou seja, ao invés dos atores envolvidos desejarem realmente assumir a administração da Central, eles estavam disputando quem teria um maior poder em relação á outros atores, e quem seria o mais beneficiado com o desenrolar do projeto.

Outro fato importante foi o de que em momento algum ficou definido um segmento produtivo exclusivo a ser seguido, e mesmo havendo uma pesquisa de mercado potencial para o abastecimento da CCC, os a elite de atores envolvidos, alegavam que a produção da AF do TAE não possuía um padrão, era pouco uniformizada devido á grande sazonalidade e alegavam que a CCC deveria ter produtos diferenciados com características típicas e peculiares, porém, como não foi estabelecido oficialmente na origem da CCC um segmento único, isto não impedia que os produtos do TAE abastecessem a Central.

Outro desafio foi á questão do transporte de mercadorias, pois apenas um caminhão foi comprado pra atender uma média de 11 municípios que podem estar situados há muitos quilômetros do DF. Este quesito foi o mais pontuado em entrevista realizada com produtores que dependem deste caminhão, que afirmam que esta questão do transporte é o maior desafio para que os produtos cheguem até a CCC. Os produtores vêem como solução, os próprios irem levar suas mercadorias, mas por morarem há cerca de 200 quilômetros da CCC, o valor gasto em combustível traria prejuízo a eles.

Ainda em entrevista os produtores reclamam que as mercadorias chegam danificadas na CCC, pois estes são enviados de vários lugares e passam por muitas estradas até chegar ao destino, e então os produtores alegam que uma solução para este impasse seria a criação de um galpão específico para o recebimento, no mínimo em cada estado, para a limpeza, padronização da mercadoria e embalagem da mesma.

Contudo, quem estava na direção do projeto, eram atores que não incluíam os desejos e anseios dos verdadeiros interessados (os agricultores familiares), e as decisões eram tomadas sem a consulta da sociedade civil que os representava, sendo decidida apenas por intermédio de atores de liderança e governo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos resultados abordados neste trabalho, obteve-se um resgate histórico da origem e da trajetória da CCC. Nota-se que desde sua origem, o projeto deixou a desejar no quesito de formalizar alguns pontos em relação à gestão e a segmentos a serem seguidos e em sua trajetória notou-se uma grande disputa pela gestão da CCC, que inclusive se estende até o período atual.

Obtiveram-se também como resultados dos objetivos propostos no trabalho, que a CCC se consolida como uma forte estratégia na comercialização dos produtos familiares do TAE, pois expande o leque e agrega valor na economia dos agricultores e expande seus produtos para novos consumidores e novos mercados.

E ainda respondendo aos objetivos propostos, o estudo evidencia que muitos desafios são colocados para o bom funcionamento da CCC e, principalmente, para que ela funcione de acordo com o que foi proposto na origem do projeto.

Outro ponto que enfraqueceu bastante o desenvolvimento da CCC foi à falta de personalidade jurídica nos territórios e a pouca ou quase inexistente autonomia dos municípios diante dos estados e do governo. Ou seja, a SDT instituiu o programa que contemplasse os Territórios, para que houvesse interação direta entre poderes públicos e a sociedade, porém o PDSTR limita essa interação restringindo recursos financeiros para a ida dos agricultores familiares nas reuniões de Colegiado, fazendo com que as decisões sejam tomadas por atores que tenham condições de ir até a reunião e decidam por aqueles que não têm.

No que se refere aos desafios da CCC, muito ainda precisa melhorar pra que o projeto seja eficaz, pois os próprios produtores que utilizam a Central reclamam que faltam recursos para subsidiar o pequeno produtor, e que não existe interação entre sociedade civil e governo, o que estava destinado a acontecer inicialmente, e então fica claro que o projeto CCC tem uma baixa adesão do público alvo e pode ser até considerado em algumas vertentes como desperdício de recurso público.

Portanto pode-se perceber que o aumento dos espaços para os movimentos sociais e sindicais alcançarem mais recursos, deveria gerar uma maior pluralidade e participação dos menos favorecidos no desenvolvimento rural, mas gera na verdade, uma disputa de poder e exclusão dos produtores aos benefícios governamentais que são destinadas aos próprios, devido á busca de interesses particulares por parte da elite envolvida, o que teria que ser na verdade a busca por interesses em comum.

Estudos futuros em relação à como os objetivos iniciais da CCC possam ser alcançados, devem conter as novas perspectivas de como adaptar um modelo de gestão integrada entre o governo e o TAE, garantindo ao território, participação efetiva nas reuniões e decisões a respeito das atividades envolvendo a CCC, e pensar em como viabilizar uma CCC que possui interlocução entre as três unidades federativas, pensando em todos os entraves existentes como vigilância sanitária, transporte, políticas públicas e organização da base social.

REFERÊNCIAS

- ARRABAL, A. K. **Blog sobre produção e comunicação científica.** Qual a diferença entre uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa documental? Disponível em: <<http://www.praticadapesquisa.com.br/2011/04/qual-diferenca-entre-uma-pesquisa.html>>. Acesso em: 31 maio 2016.
- BATALHA, M. O., BUAINAIN, M. A., SOUZA FILHO, H. M. de. **Tecnologia de gestão e agricultura familiar.** 2002. Artigo publicado. Acesso em: 15 jun 2016. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/12/02O122.pdf>>.
- BOAVENTURA, E. **Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese.** São Paulo: Atlas, 2004. p. 55-59.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **ONU lança Ano Internacional da Agricultura Familiar nesta sexta-feira.** Brasília, 2013. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2013/11/onu-lanca-ano-internacional-da-agricultura-familiar-nesta-sexta-feira>>. Acesso em: 25 maio 2016.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. **Selo de agricultura familiar atinge 100 mil trabalhadores.** Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/06/selo-de-agricultura-familiar%20atinge-100-mil-trabalhadores>>. Acesso em: 20 maio 2016.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativos, quantitativos e misto.** 2. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.
- DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. IN: NIEDERLE; P.A. ALMEIDA; L.; VEZZANI, F.M. (Org.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura.** Curitiba: Kairós, 2013, p. 139-170
- DAROLT, M. R.; LAMINE C.; BRANDEMBURG A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas.** V. 10 - n. 2. Junho de 2013. Disponível em: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2013/09/Revista-Agriculturas-V10N2-Artigo-1.pdf>>. Acesso em: 31 abr 2016.

DAROLT, M.R. **Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores.** Londrina: IAPAR, 2012.

JUNQUEIRA, A. M. R.; SUN, D. X.; COLLINS, R. Percepção do consumidor de atributos de qualidade em hortaliças minimamente processadas em Brasília, Brasil. Brazil. In: 46° **Congresso Brasileiro de Olericultura.** Goiânia - GO. Horticultura Brasileira. Piracicaba - SP: Associação Brasileira de Horticultura, 2006. v. 24.

MACEDO, N. D. de. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa.** 2. ed. revista. São Paulo: Edição Loyola, 1994.

NIEDERLE, P. A., ALMEIDA, L. DE, VEZZANI, F. M. **Organizadores. Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura.** Curitiba: Kairós, 2013. 393 p.

OLIVEIRA, J. A. V. de, SCHMIDT, J. A. V.; SCHMIDT, W. **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina.** 2ª ed. Florianópolis: CEPAGRO, 2000.

OLIVEIRA, J. A. V. de, SCHMIDT, J. A. V.; SCHMIDT, W. **Avaliação do potencial da indústria rural de pequeno porte (IRPP) em Santa Catarina.** 2ª ed. Florianópolis: CEPAGRO, 2000.

PREZOTTO, L.L. **A agroindústria rural de pequeno porte e o seu ambiente institucional relativo à legislação sanitária.** Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1999.

SABOURIN E.; Thomas S.; Egret L.; Ávila M. L. de. **Inovação social na comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos da agricultura familiar no Distrito Federal.** Brasília, v. 5, n. 3, p. 98-119, set/dez. 2014.

SABOURIN, E. **Sociedades e Organizações camponesas: Uma leitura através da reciprocidade.** Porto Alegre: UFRGS. 2011.

SCHNEIDER, S.; CAZELLA, A. A.; MATTEI, L. Histórico, Caracterização e dinâmica recente do Pronaf - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar. In:

SCHNEIDER, S.; KUNRATH SILVA, M; MORUZZI-MARQUES, P. E. **Políticas públicas e participação social no Brasil rural**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2004, p. 21-51.

APÊNDICE

ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1- Quando aconteceu o seu primeiro contato com a CCC? Nesta época já havia conhecimento dos territórios de cidadania?
- 2- Qual/quem foi o marco/parceiro principal para que acontecesse o desenvolvimento e a implantação da CCC?
- 3- Como a CCC pode consolidar as estratégias de comercialização dos Agricultores Familiares do TAE?
- 4- Quais desafios são colocados para que estas estratégias de comercialização sejam eficazes?
- 5- Desde o início de sua trajetória, você visualiza avanços em relação à viabilização financeira e objetivos alcançados no processo de construção?